

33  
760

33

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

W  
u

TOSHKENT MOLIYA INSTITUTI

D. TOJIBOEVA

# IQTISODIYOT NAZARIYASI

I-qism

*Akademik M. Sharifxo'jaevning ilmiy tahriri ostida*

*To'ldirilgan 2-nashri*

2032778

TATU KUTUBXONASI  
365492 -SONLI

TOSHKENT  
"IQTISOD MOLIYA"  
2005

33(025)

D.Tojiboeva. Iqtisodiyot nazariyasi. To'ldirilgan, 2-nashri. O'quv qo'llanmasi. TML., T.: 2005, 416 bet.

Kitobning mazkur to'ldirilgan nashrida iqtisodiyot nazariyasining asosiy bo'limlari iqtisodiyotning, bozor iqtisodiyotining, mikroiqtisodiyot nazariyasining umumiy asoslari berilgan.

Iqtisodiyotni nazariy jixatdan o'rganishda, jahon tajribasidan kelib chiqib, bozor iqtisodiyotining qonuniyatlari, amal qilish mexanizmi, iqtisodiy jarayonlar dinamikasini tushunishni engillashtirish maqsadida grafiklar yordamida tahlil qilish orqali bayon qilingan. Iqtisodiyotdagi asosiy masalalar, muammolar etakchi nazariy maktablar, yo'nalishlar va ularning namoyandalari fikrlari, kontseptsiyalariga qaratilgan holda ko'rib chiqilgan.

Har bir bobda mavzuning mazmunini chuqurroq tushunishga yordam berish va o'z bilimini mustaqil sinab ko'rishi maqsadida asosiy tayanch tushunchalar mashq tarzida, munozara uchun savollar, masala-mashqlar, testlar va ularning javoblari, tarqatma materiallardan namunalar berilgan.

Qo'llanma oliy o'quv yurti bakalavrlari, magistratura talabalari, aspirantlar, o'qituvchilar va hozirgi zamon iqtisodiyot nazariyasining muammolarini o'rganishga qiziquvchi kitobxonlarga mo'ljallangan.

V nastoyashchem dopolnennom izdanii uchebnogo posobiya, predstavleni vajneyschie razdeli, obshchie osnovi teorii ekonomiki, rinochnoy ekonomiki, mikroekonomiki.

Isxodaya iz mirovoy praktiki teoreticheskij material izlagaetsya s ispolzovaniem graficheskogo analiza, oblegchayushchix ponimaniyu zakonomernostey funkcionirovaniya rinochnogo mexanizma, dinamika ekonomicheskix protsessov. Osnovnic voproso, problemi rassmotreni predstavleniem vedushchix shkol, napravleniy i ix znamenitostey.

Po kajdoy glave imeetsya obshirnij material, v tom chisle zadachi i uprajneniya, testi i ix otveti, primeri razdatochnogo materiala, kotorie pomogayut zakreplit i samostoyatelno proverit znaniya.

Izdanie rasschitano na studentov bakalavriata, magistrantov, aspirantov, prepodavateley, a takje dlya vsex kto interesuyetsya problemami sovremennoy ekonomicheskoy teorii.

The given supplementary edition of the text book includes the most important branches, general basics of economy's theory, Market economy, microeconomy, macroeconomy and megaconomy.

Proceeded from world practice the theoretical material was stated using graphical analysis which will make easy to understand the regularity of market mechanism functioning, economic process dynamics. The basic issues, problems have been considered presenting the leading schools, directions and their fames.

Each chapter covers the complete material, tasks, tests and exercises, samples of handouts which will be helpful to understand the material.

The edition has been designed for undergraduate and graduate students post graduates, teachers and those who is interested in problems of contemporary economic theory.

**Taqrizchilar:** T. Malikov- iqtisod fanlari doktori, professor.

M. Yo'ldoshev-iqtisod fanlari doktori, professor.

E Nabiev- iqtisod fanlari doktori, professor.

©"IQTISOD MOLIIYA", 2005

## So'z boshi

Biz qiziqarli, shu bilan birga anchayin qiyinchiliklar mavjud, o'zgarishlarga boy ajoyib zamonda yashayapmiz. Bir tomondan mustaqillikka erishib, ko'p narsalarga boshqacha nuqtai nazardan qaray boshladik. Ikkinchi tomondan, chuqur iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy islohotlarni amalga oshirib, bozor iqtisodiyotiga o'tar ekanmiz, albatta u o'ziga xos qiyinchiliklar, mashaqqatlarni ham keltirib chiqaradi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish tufayli iqtisodiy fanlarni o'rganishga intilish kuchaydi. Chunki har bir kishi biladiki, farovon hayot kechirish uchun daromad topish zarur. Buning uchun avvalo, iqtisodiyotni, iqtisodiy masalalarni yaxshi bilish zarur bo'lsa, ikkinchidan ro'y berayotgan qiyinchiliklar, muammolarni hal etish uchun ham iqtisodiyotni, uning sir-asrorlarini mukammal bilmoq talab qilinadi.

Ma'lumki, iqtisodiy hayotda doimo yangi-yangi muammolar, savollar vujudga kelib turadi. Masalan, qanday qilib millionlab kishilarning faoliyati muvofiqlashtiriladi? Hozirgi murakkab, mislsiz turli-tuman ne'matlar ishlab chiqarilayotgan bir paytda inflyatsiyani qanday qilib tugatish mumkin? Inqirozdan chiqishning qanaqa yo'llari bor? Iqtisodiyotda tushkunlikni to'xtatgach, uni rivojlantirish uchun qanday yo'l tutish mumkin va hokazo.

Hech qanday nazariya, kontseptsiya bu savollarga aniq javob, tayyor tavsiya berishga qodir emas. Chunki har bir mamlakatdagi vaziyat boshqalaridan farq qiladi. Lekin to'g'ri yo'l topish uchun allaqachon boshqalar boshidan kechirgan, ular bosib o'tgan yo'lni o'rganish zarur. Jamiyatda qaytariladigan tipik faktlarni, aniq voqelikni o'rganib barqaror tendentsiyalarni aniqlash zarur.

Vaziyatga muvofiq nostandart qaror qabul qilish uchun muammoning echimini asoslab beradigan keng axborot, ishonarli hisob-kitob hamda echimning turli variantlari ichidan eng maqbulini tanlash kerak.

Ma'lumki, hozirgi paytda siyosatning asosiy muammolari bu iqtisodiy muammolar bo'lib, ularni tushunmay turib, bu muammolarni echish uchun zarur chora-tadbirlar belgilab yoki berilgan maslahatlarning qaysi biri diqqatga sazovor ekanligini ajratib bo'lmaydi.

Buning uchun esa iqtisodiyot nazariyasini chuqur o'rganish zarur. Chunki bu fan iqtisodiyotni o'rganishda muhim o'rin tutadi. Shuning uchun ham mashhur iqtisodchi olim P. Samuelson uni «fanlarning qiroli» deb atagan.

Zamonamizning taniqli iqtisodchilaridan M. Fridman iqtisodiyot nazariyasini maftunkor fan, u shunisi bilan ajoyibki, uning fundamental printsiplari oddiy, ularni bir varaq qog'ozga yozish mumkin. Shunday bo'lsa-da, uni kamdan-kam odam tushunadi, degan.

Buyuk iqtisodchilardan biri J. S. Mill «Siyosiy iqtisod printsiplari» asarida iqtisodiyot nazariyasi fani amaliyotni umumlashtirib, dalillar, hodisalardan xulosa chiqarish va shular asosida tavsiyalar berish, kelajakni ko'ra bilishga o'rgatishini ta'kidlagan. Uning fikricha, fan — bu tajriba, sinab ko'rilgan haqiqatni yig'ish bo'lsa, yo'l-yo'riq ko'rsatuvchi tavsiyalar berish, qaror qabul qilish san'atidir. Ana shunday san'atga ega bo'lish uchun esa avvalo, fanni chuqur o'rganish zarur.

Iqtisodiyot nazariyasi tayyor qonun-qoidalar to'plami bo'lishi mumkin emas. Ularni fakt va raqamlar, yuz berayotgan jarayonlarni tahlil qilish orqali izlab

topish, tekshirish, xulosa chiqarish kerak. Amaliy qoidalar va aniq tavsiyalar esa har bir insonning iqtisodiy bilimi, vaziyatni to'g'ri baholay olish qobiliyati, bosh-qalardan ajralib turadigan shaxsiy intuitsiyasiga bog'liq. Ketma-ketlikni ilg'ay bilish, ularning aloqadorligini mantiqiy tushunish kerak. Buning uchun ham nazariyani, qoidalarni, xulosalarni, natijalarni o'rganish kerak.

Umuman olganda, kishilik jamiyati taraqqiyotida ijtimoiy fanlar, jumladan iqtisodiyot nazariyasi muhim o'rin tutadi.

«Ko'p asrlik tariximiz shuni ko'rsatadiki, inson dunyoqarashining shakllanishida ma'rifatning, xususan, ijtimoiy fanlarning o'rni beqiyos. Bu jamiyatshunoslik bo'ladimi, tarix, falsafa, siyosatshunoslik bo'ladimi, psixologiya yoki iqtisod bo'ladimi, ularning barchasi odamning intellektual kamolotga erishuvida katta ta'sir kuchiga ega»<sup>1</sup>.

Jamiyat taraqqiyoti tarixi iqtisodiyotni faqat biryozlama yondashib tahlil qilish, xulosalar chiqarish noto'g'riligini ko'rsatdi. Kishilik jamiyatining iqtisodiy tafakkuri rivojlanishi bilan vujudga kelgan, diqqatga sazovor barcha nazariyalar, kontseptsiyalarni o'rganish, ulardan xulosalar chiqarish hamda tavsiyalar ishlab chiqishda foydalanish ob'ektiv zaruriyat ekanligini hayot tasdiqladi.

Har bir inson hayotining asosini iqtisodiy faoliyat tashkil etar ekan, u albatta har bir insondan iqtisodiy fikrlashga o'rganishni talab qiladi.

Oliy o'quv yurtlarining talabalari esa keng doiradagi iqtisodiy muammolarning sabablarini aniqlash, tahlil qilish, iqtisodiy rivojlanish tendentsiyalariga baho berish, bu o'zgarishlar kelajakda qanday natijaga olib kelishini ko'z o'ngiga keltira bilishni o'rganishlari kerak. Buning uchun ham iqtisodiy nazariya-ni chuqur o'rganish zarur.

«Inson salohiyati — Prezidentimiz I. A. Karimov ta'kidlaganidek, — eng kuchli, eng faol, eng bunyodkor omil bo'lib, u mamlakatning islohotlar va tub o'zgarishlar yo'lidan tinimsiz ilgarilab borishini ta'minlab beradi» ... «Bu salohiyatni yuzaga chiqarish jamiyatimizni rivojlantirish va taraqqiy ettirishning kuchli omili bo'lib xizmat qiladi»<sup>2</sup>.

Shu salohiyatni yuzaga chiqarish uchun ham respublikamizda «Kadr-lar tayyorlash Milliy dasturi» qabul qilindi va amalga oshirilmoqda. Bu borada darslik, o'quv qo'llanmalar naqadar zarurligini hisobga olgan holda, ularni tayyorlash va chop etishga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Mazkur qo'llanmada muallif iqtisodiyot nazariyasi fani bo'yicha chop etilgan adabiyotlarda alohida diqqat qaratilmagan yoki bozor iqtisodiyoti nuqtai nazaridan yondashib talqin etilmagan masalalarni yoritishga harakat qildi.

O'quv qo'llanmaning IX bobi katta o'qituvchi, iqtisod fanlari nomzodi U. Yuldasheva bilan hamkorlikda yozilgan. Muallif mazkur kitobni yozishda har tomonlama yordam ko'rsatgan, qimmatli maslahatlar bergan akademik M. Sharifxo'jaevga, institut rektori vazifasini bajaruvchi A. Vahobovga, «Umumiqtisodiy nazariya va iqtisodiy pedagogika» kafedrasini o'qituvchilari, kafedra mudiri i.f.n., dots. T.T.Jo'raevga hamda taqrizchilarga chin dildan minnatdorchilik bildiradi.

<sup>1</sup> Karimov I.A. Milliy istiqlol mafkurasi – xalq e'tiqodi va buyuk kelajakka ishchondir. T. , «O'zbekiston», 2000, 33-bet.

<sup>2</sup> Karimov I. A. O'zbekiston XXI asr bo'sag'asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. Toshkent, «O'zbekiston», 1997, 252-bet.



# I bo'lim. IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI

## I BOB. IQTISODIYOT NAZARIYASI FANINING PREDMETI VA TAHLIL USLUBI

Biz yashar ekanmiz, turli-tuman ne'matlarni iste'mol qilishimiz zarur. Shuning uchun ham biz ularni ishlab chiqaramiz, ayirboshlaymiz, taqsimlaymiz va oxir-oqibatda iste'mol qilamiz. Resurslarni cheklanganligi sharoitida esa har bir faoliyatimiz taqqoslash, tanlash va qaror qabul qilish bilan bog'liq. Resurslarni cheklanganligi ulardan samarali foydalanishni obektiv zaruratga aylantiradi.

Iqtisodiy xayot esa nihoyatda murakkab va ko'p qirrali. Maqsadga etishish uchun esa uni har tarafлама chuqur o'rganishimiz zarur. Iqtisodiy hayotni turli iqtisodiy fanlar o'rganadi. Lekin ularning orasida iqtisodiyot nazariyasi o'zining fundamental xarakteri iqtisodiy fanlarga ilmiy-uslubiy asos bo'lib xizmat qilishi, amaliy tavsiyalar berishi bilan alohida ajralib turadi.

Iqtisodiy muammolarni bilish, o'rganish o'z faoliyatida qo'llash nafaqat iqtisodchi mutaxassislar balki barcha uchun zarur. Chunki u murakkab iqtisodiyot dunyosini tushunishni, iqtisodiy, tahliliy fikr yuritishni o'rgatadi.

Mazkur kitobning birinchi bo'limi iqtisodiy taraqqiyotning umumiy asoslarini o'rganishni maqsad qilib, birinchi bob fanning predmeti va metodlariga bag'ishlangan.

### 1-§. Iqtisodiy bilimlarning shakllanishi va iqtisodiy nazariyaning vujudga kelishi

Iqtisodiyot har qanday jamiyatning asosi, rivojlanib borish shart-sharoiti, chunki hayot eng avvalo, tiriklik ne'matlari ishlab chiqarishni obektiv zarur qilib qo'yadi. Insonlar hayot kechirishlari uchun o'z ehtiyojlarini qondirishlari shart. Jamiyat bor ekan, ishlab chiqarish, ishlab chiqarilgan ne'matlarni ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol qilish mavjud va bu jarayon uzluksiz tarzda bir-biriga bog'liq holda yuz beradi.

«Iqtisodiyot» so'zi odatda ikki va hatto uch ma'noda ishlatiladi.

**B i r i n c h i d a n**, iqtisodiyot — bu xo'jalik yuritish, inson tomonidan yaratilgan turli ne'matlardan foydalanib hayot kechirish, insonlar hayotini ta'minlash va yaxshilash tizimi.

**I k k i n c h i d a n**, iqtisodiyot — bu resurslar va jamiyat a'zolari tomonidan yaratilgan tovar va xizmatlarning firma va uy xo'jaliklari orasidagi uzluksiz doiraviy harakati.

**U c h i n c h i d a n**, iqtisodiyot — bu fan, turli-tuman cheklangan resurslardan foydalanib, jamiyat ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq bo'lgan, xo'jalik yuritish jarayonida odamlar o'rtasida vujudga keladigan munosabatlar haqidagi bilimlar majmui.

«Iqtisodiyot» so'zining o'zagini «iqtisod» so'zi tashkil etadi. Iqtisod so'zining o'zbek tilidagi lug'aviy ma'nosi sarf-xarajatlarda tejamkorlik demakdir.

Mashhur ma'rifatparvar vatandoshimiz Abdullo Avloniy iqtisodga shunday ta'rif beradi. *«Iqtisod deb pul va mol kabi ne'matlarning qadrini bilmoqqa aytilur. Mol qadrini biluvchi kishilar o'rinsiz yerga bir tiyin sarf qilmas, o'rni kelganda so'mni ayamasa».*

Inson yaratilibdiki, mehnatini engillashtirish, hayot kechirishi uchun zarur ehtiyojlarini to'laroq qondirishga harakat qiladi. Mehnat qilishning o'zi ham tirikchilik o'tkazishga qaratilgan. Demak, inson dunyoga kelibdiki tirikchilik harakatida bo'ladi, desak xato qilmaymiz. Insonning mehnat unumi qancha yuqori bo'lsa, tirikchilik kechirish uchun ne'matlar shuncha ko'p yaratiladi. Ana shuning uchun ham ajdodlarimizning diqqat-e'tibori qanday qilib hayot kechirish uchun zarur ne'matlarni ko'paytirish yo'llarini topishga qaratilgan. Eng aqlli, zukkolar o'z davriga, sharoitiga mos ravishda eng maqbul yo'llarni topishgan va undan foydalanishni tavsiya etishgan. Ulardan ko'plarining nomi tarixda qolgan.

O'z davrida shakllangan iqtisodiy qarashlar qadimgi qo'lyozmalarda aks etgan.

Iqtisodiy qarashlarning fan sifatida shakllanishi dunyo tsivilizatsiyasining «beshigi» deb tan olingan Qadimgi Misr, Sharq mutafakkirlari ta'limoti, ilgari surgan fikrlari bilan boshlanadi. Ular jumlasiga miloddan XX asr ilgari qadimgi Bobilda podsho Xammurapi qonunlari, Qadimgi Hindistonda (miloddan VI asr ilgari)gi Manu qonunlari, Qadimgi Xitoy mutafakkirlari, ayniqsa Konfutsiy (miloddan avvalgi 551—479 yillar) asarlarini kiritish mumkin. Ulardagi fikrlarga diqqat qilsak, mehnat taqsimotiga hamda yaratilgan mahsulotning taqsimlanishiga asosiy e'tibor qaratilgan. Bu bejiz emas. Chunki shu davrda aynan mehnat taqsimoti hamda mehnat natijasida yaratilgan mahsulot taqsimoti jamiyat taraqqiyotida, aholining turmush darajasida asosiy rol o'ynagan.

Keyinchalik, iqtisodiy fikrlar Qadimgi Yunoniston va Rimda yanada rivojlantiriladi, ma'lum tizimga solinadi.

Qadimgi yunon mutafakkirlari Ksenifont (miloddan avvalgi 430—355 yy.), Platon (Aflotun) miloddan avvalgi 427—347 yy.), Aristotel (Arastu) (miloddan avvalgi 384—322 yillar)ni haqli ravishda dastlabki iqtisodchi olimlar deb aytish mumkin.

Iqtisodiyot — «ekonomika» atamasi ham dastlab Ksenofont, Aris-totel asarlarida ishlatilgan bo'lib, u qadimgi yunoncha «**Ekos**» — uy, xo'jalik, «**nomos**» — qonun degan ma'noni anglatib, uy xo'jaligini yuritish qonuni, san'ati tarzida qo'llanilgan. O'sha paytda uy xo'jaligi natural xo'jalik bo'lib, iqtisodiy faoliyat yuritishning asosiy shakli bo'lgan.

Ksenofont o'zining «**Daromadlar haqida**», «**Ekonomika**» (xo'jalik haqida ta'limot) nomli asarlarida ilmiy iqtisodiyotga tamal toshini qo'ydi. Uning tadqiqotlarida qishloq xo'jaligi, hunarmand-chilik, savdo alohida ajratilib, mehnat taqsimotining maqsadga muvofiqligi asoslab beriladi. Uning fikrini Platon yanada rivojlantiradi. Aristotel «**Siyosat**» va «**Etika**» traktatlarida iqtisodiy jarayon va hodisalarni birinchi marta abstrakt tarzda tadqiq qilib, ular o'rtasidagi umumiy qonuniyatlarni aniqlashga harakat qiladi.

U iqtisodiyotga xo'jalik yuritishning umumiy qoidalari majmui sifatida qarab, ularga rioya qilish boylikni ko'paytirishini ko'rsatadi. Boylik — bu turli mahsulotlar, buyumlar yig'indisi bo'lib, u natural xo'jaliklarda yaratiladi.

Aristotelning fikricha, natural xo'jalik bu — ideal — kam-ko'stsiz xo'jalik. Ularning boy-kambag'allik darajasi yer va unga ishlov beruvchi qullar (Aristotelning iborasi bilan aytganda «gapiruvchi mehnat qurollari») miqdoriga bog'liq deb ko'rsatgan.

Qadimgi Rim mutafakkirlari asosiy diqqat-e'tiborlarini miloddan avvalgi qishloq xo'jalik muammolariga, qullar mehnatini tashkil etish, yerga mulkchilik masalalariga qaratishgan. Ular orasida Varron (miloddan avvalgi 116—27 yillar), M. Katon (miloddan avvalgi 234—149 yillar), Kolumella (miloddan bir asr avval) va boshqalar ajralib turadilar.

Milodning dastlabki ming yilligidan iqtisodiy fikr, iqtisodiy ta'limot rivojida din muhim rol o'ynadi. Iqtisodiy qarashlarda tub o'zgarishlar yuz berdi. Bu eng avvalo, quldorlikni qoralashda ko'rinadi.

Iqtisodiy qarashlarning rivojlanishida muqaddas kitoblar — «*Tavrot*», «*Zabur*», «*Injil*» va, ayniqsa, «*Qur'on*» katta ahamiyatga ega.

Ana shu davrda O'rta Osiyoda iqtisodiy tafakkurning rivojlanishi buyuk allomalarimiz Forobiy, Ibn Sino, Beruniy, Yusuf Xos Hojib, Navoiy va boshqalarning nomi bilan bog'liq. Ularning asarlarida iqtisodiy qarashlar bir butun holda berilgan bo'lsa-da, ular alohida diqqat-e'tiborga loyiq.

Forobiy (870—950) bilan Ibn Sino (980—1037) dunyoqarashlarida inson ehtiyojlari asosiy o'rin olgan. Forobiyning fikricha, jamiyat shakllanishining birinchi sababi insonlarning moddiy ehtiyojlaridir.

Eng avvalo, o'zining tibbiyot sohasidagi asarlari bilan dunyoga mashhur Ibn Sino qomusiy olim bo'lib, iqtisodiy masalalar ham uning nazaridan chetda qolmagan. Ayniqsa, uning daromadlar va xarajatlar balansi (nafaqat oila miqyosida, balki, shahar va davlat miqyosida) alohida diqqatga sazovor. U daromadlar bilan xarajatlar muvozanatini ta'minlashda turli falokat, urushlar xavfini hisobga olib, rezerv (zaxira) saqlashni unutmazlik kerakligini ta'kidlaydi.

Yana bir buyuk ajdodimiz Abu Rayhon Beruniy (973—1048) o'z asarlarida insonni o'rab turgan dunyo bilan chambarchas bog'liqligini ko'rsatib, uning uchun mehnat hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlagan. U Forobiy va Ibn Sino fikrlarini davom ettirishi bilan birga, O'rta Osiyoda birinchi marta pulni tadqiq qildi. Pul almashuvning rivojlanishi natijasida kelib chiqqanini ko'rsatdi.

Iqtisodiy tafakkurning rivojlanishida Yusuf Xos Hojib o'ziga xos o'rin tutadi. U o'zining «Qutadg'u bilig» asarida jamiyatda mehnatning roliga baho beradi, moddiy ne'matlarning xususiyatlari, pul va uning vazifalarini aniq ko'rsatadi.

Sharqda iqtisodiy tafakkurning rivojlanishida Amir Temur va temuriylar hukmronligi davri ham o'ziga xos o'rin tutadi.

Buyuk o'zbek shoiri, mutafakkiri, davlat arbobi Alisher Navoiy o'zining qator asarlarida, chunkin «*Munshaot*» da o'z iqtisodiy qarashlarini bayon qiladi. U jamiyatning sotsial-iqtisodiy tuzilishi haqida o'z fikrini bildiradi. U davlat boyligining manbai soliq ekanligini, soliqni adolatli tarzda belgilash zarurligini uqtiradi, davlat moliyasi masalalariga katta ahamiyat beradi.

Zahiriddin Muhammad Bobur, Mirzo Bedil, Mahtumqulilar ham o'z iqtisodiy qarashlari bilan tarixda iz qoldirishgan.

Sharqda o'zining iqtisodiy qarashlari bilan ajralib turgan arab mutafakkiri Ibn Xaldun iqtisodiy tafakkurning rivojlanishida alohida o'rin tutadi. U birinchi bo'lib tarixiy-ijtimoiy taraqqiyotning printsiplari haqida fikr yuritdi. Jamiyatda

insonlarning birgalikda ishlab chiqarish faoliyatiga, mehnat va uning roli, tovar qiymatining shakllanishi, iste'mol qiymati, qiymat, ayirboshlashga alohida ahamiyat berdi.

Iqtisodiy nazariya fan sifatida iqtisodiy bilimlarning, qarashlarning tartibga solingan tizimi sifatida XVI—XVII asrlarda paydo bo'lgan. Bu davr tovar ishlab chiqarish va ayirboshlashning rivojlanishi, manufakturaning paydo bo'lishi, ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi, ichki va tashqi bozorning kengayishi, pul muomalasining kuchayish davri bo'ldi.

Ana shu davrning zarurati, in'ikosi sifatida iqtisodiy qarashlar tizimi tarzida merkantilizm vujudga keldi.

Merkantilizm italyancha «mercante» so'zidan olingan bo'lib, savdogar ma'nosini bildiradi.

Merkantilizm tarafdorlari boylikning kelib chiqish manbai savdoda, mamlakatning boyligi to'plangan pul bilan o'lchanadi degan fikrni ilgari suradilar.

Merkantilizmni ikki oqimga: dastlabki va so'nggi merkantilizmga ajratiladi.

Dastlabki merkantilizm vakillari davlatning kuch-qudrati pulda, shunga qarab aholining turmush tarzi shakllanadi deb ko'rsatishadi. Demak, pulni qonuniy yo'l bilan ko'paytirish kerak. Davlat esa qimmatbaho metallarni chetga chiqarmaslikka, importni cheklashga harakat qilishi, chetdan pul kirib kelishini rag'batlantirishi kerak degan g'oyani ilgari suradilar. So'nggi merkantilistlar esa aktiv savdo balansiga erishish, ya'ni ko'proq sotib, kamroq sotib olishni targ'ib etadilar.

Foyaviy jihatdan olib qarasak, hozirgi proteksionizm siyosatining ildizlari merkantilizmga borib taqaladi.

Bu oqimning mashhur namoyandalari Vil Stafford, Tomas Men, Antuan Monkreten, Jon Lou, Gaspar Skaruffi va boshqalarning nomlari tarixda qolgan. Shu paytdan boshlab iqtisodiy nazariya fan sifatida shakllandi va Antuan Monkretanning xizmati tufayli «Siyosiy iqtisod» nomini oldi. Uning 1615 yilda chop etilgan «Siyosiy iqtisod traktati» deb atalgan ilmiy asari tufayli iqtisodiy nazariya 300 yildan ortiq vaqt davomida siyosiy iqtisod sifatida rivojlandi: «Siyosiy iqtisod» (Politekonomiya) atamasining birinchi qismi yunoncha «*politeya*» so'zidan olingan bo'lib, «davlat qurilishi», «davlat miqyosida xo'jalik yuritish qonunlari» degan ma'nolarni bildiradi.

Merkantilizm ilgari surgan g'oyalar asosida qator ijobiy o'zgarishlar yuz berdi. Ayrimlari hozirgi kunda ham qo'llanadi. Lekin ularning g'oyalari asoslangan siyosat davlatlar o'rtasida olib boriladigan savdo-sotiq cheklanishining kuchayishiga, ichki bozorga mo'ljallangan ishlab chiqarishning inqirozga yuz tutishiga olib keldi. Ayniqsa, qishloq xo'jaligi, mahalliy ehtiyojlarni qondirishga yo'naltirilgan hunarmandchilikda ahvol og'irlashdi.

Iqtisodiyotning rivojlanishi uchun yangi g'oya ob'ektiv zaruratga aylandi. Shu zarurat tufayli tarix sahnasiga fiziokratlar chiqishdi. Fiziokratizm (tabiat hukmronligi) atamasini ilmiy muomalaga Adam Smit kiritgan. Fiziokratlar ta'limotining asoschisi Fransua Kene (1694—1774) hisoblanadi. Ularning fikricha, boylik bu pul emas, balki yerdan olingan mahsulotlardir. Savdo va sanoat emas, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishigina jamiyatning boylik manbai bo'ladi. Bu Xudo tomonidan belgilangan «tabiiy» qonun.

Fiziokratlar g'oyasini real hayotda amalga oshirishdan ko'ra uning klassik iqtisodiy maktabning vujudga kelishiga asos bo'lishi ko'proq e'tiborga loyiq.

Klassik (haqiqiy) siyosiy iqtisodiy ta'limot tarixida alohida o'rin tutadi.

Klassik siyosiy iqtisodning vujudga kelishida muhim rol o'ynagan U. Petti (1623—1686) merkantilizmdan klassik siyosiy iqtisodga o'tishda go'yoki ko'priklar o'tagan. Uning «Soliq va yig'imgarlar to'g'risida traktat» (1662), «Donishmandlarga so'z» (1665), «Siyosiy arifmetika» (1676), «Pu'l haqida ba'zi bir narsalar» (1676) asarlari buning dalilidir. U. Pettining eng buyuk xizmati boylikning manbai yer va mehnat ekanini e'tirof etishidir. «Boylikning onasi yer, otasi mehnat» degan mashhur ibora U. Pettiga tegishlidir.

Iqtisodiy tafakkur tarixiga klassik siyosiy iqtisodning asoschisi bo'lib kirgan A. Smit buyuk iqtisodchilar ro'yxatining boshida turadi. Asosiy asari «Odamlar boyligining tabiati va sabablari to'g'risida tadqiqot» 1776 yili nashr etilgan. Uning ta'limotidagi asosiy g'oya liberalizm bo'lib, iqtisodiyotga davlat aralashuvini eng kam darajaga keltirish, talab va taklif asosida shakllanadigan erkin narxlar asosida bozor o'zini o'zi tartibga solishi, ya'ni «ko'zga ko'rinmas qo'l» tartibga solishi g'oyasini ilgari suradi. U qiymat yaratuvchi mehnatni unumli mehnat deb ko'klarga ko'tardi. Mehnat taqsimoti rolini hamda mehnat unumdorligini oshirish yo'llarini ko'rsatdi. Daromadlar to'g'risida ta'limot yaratib, soliqqa tortish printsiplarini ta'riflab berdi.

Klassik siyosiy iqtisodning yana bir atoqli vakili D. Rikardo A. Smit g'oyalarning davomchisi hisoblanadi. U o'zining «Siyosiy iqtisod ibtidosi va soliq olish» nomli asarida qiymatning yagona manbai ishchining mehnati ekanligi, u turli sinflar daromadining asosi, foydasi esa ishchining haq to'lanmagan mehnati ekanligini ko'rsatdi. Ish haqi bilan foyda o'rtasida teskari proporsional bog'lanish qonuni amal qilishini asoslab, foyda normasining pasayish tendentsiyasi mavjudligini ko'rsatdi, differentsial renta mexanizmini ochib berdi. U foyda normasini kapitalistik rivojlanishning rag'batlantiruvchi kuchi deb hisobladi.

Uning ta'limoti utopik sotsializmga asos bo'lib xizmat qildi.

Jahon iqtisodiy ta'limoti tarixida shveysariyalik iqtisodchi va tarixchi Jan Sharl Leonard Simon de Sismondi ham muhim o'rin tutadi. Uning bosh asari «Siyosiy iqtisodning yangicha boshlanishi» (1819) bo'lib, unda kapitalistik jamiyatning iqtisodiy mexanizmi tanqid qilinadi. U o'zining iqtisodiy ta'limotida asosiy diqqat-e'tiborni taqsimotga qaratadi. Uning fikricha, taqsimotga qarab iste'mol va ishlab chiqarish tarkib topadi. U insonlarning baxt-saodati uchun siyosiy iqtisod sotsial mexanizmi takomillashtirish to'g'risidagi fan bo'lishi kerak deb ko'rsatadi.

Kelajakda qanday jamiyat qurish kerakligi haqida har bir iqtisodchi o'z tushunchasiga muvofiq ravishda fikrlarini bildirgan. A. Sen-Simon, Sharl Fure, Robert Ouenlar tarixda sotsial-utopistlar nomi bilan qolishdi. Ular kapitalizmi tanqid qilib, uni o'tkinchi tizim hisoblaganlar. Sotsial-utopistlar (*utopiya* — xayoliy) xususiy mulkchilikni yo'q qilish, aqliy mehnat bilan jismoniy mehnat o'rtasida qarama-qarshiliklarni tugatish, ishlab chiqarish, taqsimot va iste'molni qayta tashkil etish, adolatli tuzum o'rnatish talabi bilan chiqishgan. Kelajakda quriladigan yangi jamiyatni Sen-Simon — industrial jamiyat, Fure — garmonik jamiyat, Ouen — kommunizm deb atashgan.

Klassik iqtisodiy maktabning mashhur namoyondalaridan biri J. S. Mill hisoblanadi. Asosiy asari besh kitobdan iborat «Siyosiy iqtisod printsiplari» (1848 yil) bo'lib, unda shu paytga qadar ilgari surilgan juda ko'p kontseptsiyalarni o'rganib, umumlashtirdi va rivojlantirdi. Baho o'zgarishining talab miqdori ta'siri (talab elastikligi), bozor muvozanatini o'rnatish mexanizmi, bozor iqtisodiyotida davlatning roli va boshqa qator fikrlari uning ilmiy xizmatlaridan hisoblanadi.

XIX asr oxiri va XX asr boshlariga kelib, iqtisodiy ta'limotda yangi oqim vujudga keldi. Bu oqim *marjinalizm nazariyasi* sifatida shakllandi. Bu nazariyaning klassiklari — Karl Minger, Fridrix fon Vizer, Eygen fon Bem-Baverk hamda Uilyam Stenli Jevons hisoblanadi.

Marjinalizm (*marginal* — frantsuzcha me'yoriy degan so'zdan olingan) iqtisodiy jarayonlarni, qonunlarni me'yoriy-iqtisodiy ko'rsatkichlar orqali tushuntirishga harakat qiladi. Marjinalizm iqtisodiyot xo'jalik munosabatlarida qatnashayotgan alohida sub'ekt psixologiyasi nuqtai nazaridan tahlil etiladi. Ular fikricha, tovarning qiymati ishlab chiqarishda emas, balki ayirboshlash jarayonida yuzaga chiqadi. Tovarning bahosi xaridor sotib olgan narx bilan belgilanadi. Shunday qilib, tovar bahosi uni ishlab chiqarish uchun sarflangan mehnat bilan ham emas, ishlab chiqarishning umumiy xarajatlari bilan ham emas, balki xaridorning tovarni baholashdagi sub'aktiv psixologik xususiyatlari bilan belgilanadi.

Individual tarzda har bir xaridor uchun tovarning bahosi uni sotib olayotgan kishiga keltiradigan nafga bog'liq. Tovarning naf-liligi esa iste'molchida tovarning bor-yo'qligi, zaxirasiga bog'liq.

Inson doimo, birinchi navbatda, eng zarur narsani sotib oladi. Ikkinchi tomondan, har bir sotib olingan bir turdagi tovar avvalgisidan kam naf keltiradi.

Me'yoriy naflilikning kamayib borish qonuni marjinalizmning asosiy printsiplari hisoblanadi. Shunday qilib, narx xarajatlarga bog'liq bo'lmay, me'yoriy naflilikka qarab belgilanadi.

Marjinalizmning iqtisodiy fikr rivojiga qo'shgan hissasi iste'molchilar ruhiyatini o'rganish, aniq iqtisodiy vaziyatda sub'ektning o'zini tutishi, erkin raqobat kurashi sharoitida firma faoliyatining samaradorligini oshirish bo'yicha matematikaga oid uslublardan foydalanish printsiplari bo'lib, hozirgi paytda ham nazariy tadqiqotlarda keng qo'llaniladi.

XIX asrning ikkinchi yarmida klassik maktab bilan marjinalizm maktabi o'rtasida kurash kuchaydi. Qator savollarga birida javob topilsa, ikkinchisida topilmay qoldi. Uchinchi, har ikkisini birlashtiruvchi nuqtai nazar zarur bo'lib qoldi. Bu vazifani iqtisodiy nazariyadagi navbatdagi, iqtisodiy ta'limot tarixiga neoklassik maktab bo'lib kirgan kontseptsiya bajardi. Bu yo'nalish asoschisi **Alfred Marshall** hisoblanadi. S. Millning shogirdi bo'lgan Marshall avval klassik maktab tarafdori bo'lgan, lekin marjinal tablihlning ijobiy tomonlariga befarq qarab turolmadi. 1890 yili uning «*Iqtisodiyot printsiplari*» (*Principles of economics*) nomli kitobi nashrdan chiqdi. Unda Marshall «*ekonomiks*» atamasi bilan (politekonomiya) siyosiy iqtisodni nazarda tutgan.

Kembrij universitetida 1902 yildan boshlab J. S. Millning klassik maktabida siyosiy iqtisod kursini «*Ekonomiks*» egalladi. «*Ekonomiks*» atamasining ishlatilishi bejiz emas. XIX asrning ikkinchi yarmida yuz berib, deyarli yigirma yil davom etgan depressiya iqtisodiyotga davlatning aralashuvi uni tartibga

solishga qodir emasligini ko'rsatdi. Erkin raqobatli bozorni ulug'lovchi A. Marshall bozor iqtisodiyoti sharoitida davlatning aralashuvini cheklash g'oyasini ilgari surdi. U yangi atama — «*ekonomiks*» da ifodasini topdi.

Hozirgi kunda iqtisodiy nazariya bo'yicha ko'plab darsliklar aynan ana shu nom bilan nashrdan chiqmoqda.

Marshall fikricha, iqtisodiyotdagi hodisalar bir-biri bilan sabab-oqibatli bog'lanishda emas, balki funktsional bog'lanishda bo'ladi. Narxning sabab-oqibatli bog'lanishda qanday qilib shakllanishi to'g'risidagi munozara hech narsa bermaydi. Muammo narx qanday belgilanishida emas, balki uning qanday o'zgarishida, bajaradigan funktsiyalarida. Shuning uchun iqtisodiy nazariyaning vazifasi boyluk va uni oshirish sabablari, yo'llarini o'rganish bo'lmay, real amal qilayotgan bozor xo'jaligi mexanizmini o'rganish, uning amal qilish printsiplarini tushunishdan iborat bo'lishi kerak.

A. Marshall bozor mexanizmining buzilishi faqat davlat aralashuvi bilan emas, balki sotuvchining hukmron mavqega ega bo'lib, xaridorning aralashuvisiz narx belgilaganda, ya'ni monopoliyalar vujudga kelganda ham yuz berishini ko'rsatadi.

XX asr boshlarida monopoliyalar sonining o'sish tendentsiyasi kuzatildi. Bu tendentsiyani hisobga olgan holda neoklassik nazariya doirasida narxning shakllanishini tadqiq qilib, iqtisodiy nazariyaning rivojlanishiga J. Robinson va E. Chemberlinlar katta hissa qo'shdilar. Ayniqsa, Joan Robinson o'zining nomukammal raqobat sharoitida foydani maksimallashtirish asosida narxning tashkil topishi haqidagi fikrlari bilan eng mashhur iqtisodchi ayolga aylandi.

XX asrning 30- yillarida yuz bergan inqiroz va Buyuk depressiya erkin raqobat jamiyatning barcha sotsial-iqtisodiy muammolarini hal qila olmasligini ko'rsatdi.

Iqtisodiyotni tanglikdan olib chiqish uchun yangi g'oya zarur edi. Ana shunday g'oya bilan iqtisodiy nazariyaga J. M. Keyns kirib keldi. U o'z nazariyasi tarafdorlari bilan keynschilik maktabiga asos soldi. U rivojlangan bozor iqtisodiyotini davlat tomonidan tartibga solib turish zarurligini asoslab berdi. Bunday tartiblash, eng avvalo yalpi talabga ta'sir etish orqali inflyatsiyaga, ish bilan bandlikka ta'sir ko'rsatish mumkinligini ko'rsatadi.

Davlat iqtisodiyotga ta'sir ko'rsatish orqali iqtisodiy inqirozlarni bartaraf qilishi mumkin.

Ikkinchi jahon urushidan keyin Keyns yo'nalishi iqtisodiy nazariyada hukmron nazariyaga aylandi. Ko'pgina mamlakatlarda iqtisodiyotni tartibga solishda uning takliflaridan foydalanildi. Lekin davlatning aralashuvi iqtisodiyotda qator salbiy holatlarga — byudjet taqchilligiga, davlat qarzining ko'payishi, inflyatsiyaning kuchayishiga olib keldi. Xo'jalik hayoti byurokratlashib, iqtisodiy o'sish sur'ati pasaya bordi.

XX asrning 50—60- yillaridan boshlab neoklassik yo'nalishda qator yangi maktab va oqimlar vujudga keldi.

Bular *neoliberalizm*, *monetarizm*, *instituttsionalizm* va boshqalar.

Neoliberalizm oqimi va uning mashhur vakillari F. Xayek, I. Shumpeter, L. Erxard asosiy e'tiborni davlatning iqtisodiyotga aralashuvi minimal darajada bo'lishiga, xususiyl tadbirkorlikni o'sishiga qaratish lozimligini uqtiradilar.

Monetar oqim vakillari va yangi monetaristik maktabning asoschisi M. Fridman iqtisodiyotni boshqarishni pul muomalasini tartibga solish orqaligina amalga oshirish mumkinligini asoslab berdilar.

Zamonaviy iqtisodiy nazariyaning institutsional oqimi (lotincha *institut* so'zidan olingan bo'lib, tuzilish, muassasa ma'nosini bildiradi) tarafdorlari hamda ko'zga ko'ringan vakillari T. Veblen, J. Gelbreit va boshqalar fikriga ko'ra, iqtisodiyot — bu tuzim. Xo'jalik yurituvchilar o'rtasida munosabatlar iqtisodiy va noiqtisodiy omillar ta'siri ostida vujudga keladi. Demak, jamiyat taraqqiyotiga erishishda faqat iqtisodiy omillargagina emas, balki noiqtisodiy, xususan ruhiy, ma'naviy, huquqiy va boshqa omillarga ham e'tibor berish lozim.

Iqtisodiy ta'limotning rivojlanishida respublikamiz iqtisodchi olimlari faoliyati ham o'ziga xos o'rin tutadi. Bu borada Prezidentimiz I. A. Karimovning «O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida», «O'zbekiston XXI asr bo'sag'asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari» kabi asarlarida yoritilgan masalalar jahon miqyosida e'tirof etilmoqda.

## 2-§. Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti

Iqtisodiy nazariya vujudga kelib hozirgi darajaga etgunga qadar fanning predmetiga turlicha ta'rif berilgan.

Iqtisodiy nazariyaning birinchi maktabi dastlabki kapital jamg'arilishi, tovar ishlab chiqarish va ayirboshlash rivojlanishi davrida vujudga kelgan merkantilistlar ilmiy-tadqiqot predmetini boyluk, boylukning manbai — savdo sifatida qarashgan.

Klassik iqtisod vakillari fanning predmeti sifatida moddiy ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash, iste'molni nazarda tutib, tadqiqot doirasini kengaytirishdi. Har bir maktab fanning predmetini turlicha talqin etadi.

Mashhur iqtisodchi P. Samuelson o'zining «Ekonomika» kitobida iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti to'g'risidagi fikr-larni o'rganib, ulardan ba'zilari quyidagilar deydi:

1. Iqtisodiyot nazariyasi ayirboshlash va pullik bitimlar bilan bog'liq iqtisodiy faoliyat turlari haqidagi fan

2. Iqtisodiyot nazariyasi har xil tovarlar (bug'doy, mol go'shti, palto, kontsertlar, yo'llar, yaxtalar) ishlab chiqarish uchun kishilar tomonidan kamyob yoki cheklangan unumli resurslar (yer, mehnat, ishlab chiqarishda ishlatishga mo'ljallangan tovarlar, masalan, mashinalar va texnikaviy bilimlar)dan foydalanish va ularni jamiyat a'zolari tomonidan iste'mol qilish maqsadida taqsimlash to'g'risidagi fan.

3. Iqtisodiyot nazariyasi kishilarning kundalik ishbilarmonlik faoliyati, yashashi uchun mablag' topishi va undan foydalanishi to'g'risidagi fan.

4. Iqtisodiyot nazariyasi insoniyatning iste'mol va ishlab chiqarish borasida o'z vazifasini qanday uddalayotgani haqidagi fan.

5. Iqtisodiyot nazariyasi boyluk to'g'risidagi fan.



Shu bilan birga bu ro'yxatni bir necha marta cho'zish mumkin deb ko'rsatadi P. Samuelson<sup>1</sup>.

Respublikamizning yirik iqtisodchilaridan A. O'lmasov, M. Sharifxo'jaevlar iqtisodiyot nazariyasiga quyidagicha ta'rif berishadi: «Iqtisodiyot nazariyasi jamiyatda yuz beradigan iqtisodiy hodisalar, jarayonlar, ularga xos bo'lgan aloqa-bog'lanishlarni, ularning qonun-qoidalarini va kishilar faoliyatida namoyon bo'lishini o'rganuvchi fandir»<sup>2</sup>.

Hozirgi zamon iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiy hodisa, jarayonlarni resurslarning cheklanganligi inson va jamiyat ehtiyojlarining cheksizligidan kelib chiqqan holda tadqiq etadi.

«Ekonomiks» mualliflari Kempbell R. Makkonell va Stenli L. Bryu ham buni ta'kidlab, juda ko'p iqtisodchilarning fikricha, iqtisodiy nazariyasi cheklangan resurslar doirasida kishilar tomonidan moddiy ne'matlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash va iste'mol jarayonida o'zlarini qanday tutishlarini tadqiq qilishdan iborat deb ko'rsatadilar.

Ular iqtisodiy nazariyaga umumiy tarzda quyidagicha ta'rif berish mumkin deyishadi. *Iqtisodiyot nazariyasi insonning moddiy ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishga erishish maqsadida cheklangan ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanish yoki ularni boshqarish muammolarini tadqiq etadi.*

Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti haqida aniq tasavvurga ega bo'lish uchun uning tadqiqot doirasi, ob'ekti, sub'ekti, maqsadi va vazifalarini alohida ko'rsatib o'tish maqsadga muvofiq.

**Iqtisodiyot nazariyasining tadqiqot doirasi** - bu xo'jalik faoliyati yuritish muhitidir. Bu muhit mikro - firma, korxonalar, mezo - tarmoqlar, makro - mamlakat, mega - jahon miqyosi doirasida bo'lishi mumkin.

Bundan tashqari, shuni yoddan chiqarmaslik kerakki, kishilar iqtisodiy aloqalarni, ular o'rtasidagi bog'lanishlarni, iqtisodiy munosabatlarni o'z xohishlaricha tanlay olmaydilar, chunki bu ob'ektiv reallikdan kelib chiqadi. Agar jamiyatda monopoliyalar hukmronligi mavjud bo'lsa yoki totalitar, markazdan boshqariladigan iqtisodiyot bo'lsa, yoki bozor iqtisodiyoti bo'lsa iqtisodiy munosabatlar ham shunga muvofiq bo'ladi. Har kim o'z xohishiga ko'ra, ulardan boshqacha munosabatlarni o'rnatmaydi, chunki ob'ektiv reallik, iqtisodiy sharoit shunday. Ana shu ob'ektiv reallikni o'rganib, ularning oqibati haqida xulosa chiqarish mumkin.

**Tadqiqot sub'ekti** — bu inson, kishilar guruhi va davlatdir.

**Tadqiqot ob'ekti** esa iqtisodiy hodisalar, jarayonlar, ya'ni xo'jalik yuritish faoliyatidir.

**Tadqiqot predmeti** — «iqtisodiy odam»ning, kishilar guruhi va davlatning iqtisodiy faoliyati bo'lib, boshqa aniq iqtisodiy fanlardan farqli ravishda alohida u yoki bu soha, tarmoq faoliya-ti emas, balki barcha iqtisodiy faoliyatni bir butun holda tadqiq etadi.

**Tadqiqot maqsadi** iqtisodiy voqea, jarayonlarni o'rganish asosida ularning o'zaro qay darajada bog'liqligini, bir-birini taqozo qilishi, ya'ni bu

<sup>1</sup> Samuelson P. Ekonomika. M., MGP, Algon, VNIISI, t., 1, 1992, str. 6-7.

<sup>2</sup> O'lmasov A., Sharifxo'jaev M. Iqtisodiyot nazariyasi, Toshkent, «Mehnat», 1995, 9-10 betlar.

jarayonlarning qonuniyatlarini ochish, ular asosida xulosa chiqarish, nazariy qoidalar hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdir.

Bu maqsadni amalga oshirish uchun qator vazifalar bajariladi.

Iqtisodiy nazariyaning asosiy vazifasi:

— iqtisodiy hodisa, jarayonlarni va ularga xos bog'lanishni o'rganish (ma'lumki, iqtisodiy hodisalar dinamik tarzda iqtisodiy jarayonlar deb ataladi);

— iqtisodiy sub'ektlarni asosiy resurslarning kamyoblighi va ehtiyojlarning cheksizligi sharoitida iqtisodning quyidagi:

*nima ishlab chiqarish kerak?*

*qancha ishlab chiqarish kerak?*

*qanday qilib ishlab chiqarish kerak?*

*kim uchun ishlab chiqarish kerak?*

*tizim o'zgarishlarga moslasha oladimi?*

kabi muammolarni echish uchun nazariy asos, faoliyat uchun amaliy xulosalar ishlab chiqish;

— iqtisodiy nazariyadagi alohida yo'nalishlar, oqimlarning ijobiy tomonlari, takliflarini sintez qilish;

— jahon tajribasi va milliy iqtisodiyotning ijobiy-salbiy tomonlarini o'rganish va ular asosida nazariy xulosalar chiqarish.

Umuman olganda, sanab o'tilgan va o'tilmagan yo'nalishlar, oqimlar har xil nom bilan atalishidan qat'iy nazar, fanning mohiyatini o'zgartirmaydi. Iqtisodiyot nazariyasi fani yagona, uning tadqiqot ob'ekti ham bitta — xo'jalik yuritish faoliyatidir.

Faqat predmet ta'rifiga ko'p marta aniqlik kiritilgan. Chunki xo'jalik yuritish shart-sharoiti o'zgargan. Har bir maktab iqtisodiyot nazariyasi predmetining u yoki bu jihati ga alohida ahamiyat beradi, ajratib ko'rsatadi. Shuning uchun mashhur ingliz yozuvchisi Bernard Shou «*hatto, hamma iqtisodchilarni bitta zanjirga bog'lagan taqdirda ham ular yagona fikrga kelishmaydi*» deb, haq gapni aytgan deya e'tirof etishadi, iqtisodchilar.

Sotsial yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti uchun iqtisodiy nazariyada diqqat ko'proq tadqiqot ob'ektidan tadqiqot sub'ektiga qaratiladi.

Ko'pchilik iqtisodchilarning iqtisodiyot nazariyasini resurslarni tanlash va insonning iqtisodiy faoliyati muammolari to'g'risidagi universal fan sifatida qarashiga e'tibor beradigan bo'lsak, iqtisodiyot nazariyasi predmetini quyidagicha ta'riflash mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasi ijtimoiy fan bo'lib, resurslarning cheklanganligi va ehtiyojlarni yuksalib borish sharoitida samarali xo'jalik yuritish qonunlari va iqtisodiy faoliyat muammolarini o'rganadi.

Iqtisodiyot nazariyasi kishilar faoliyatini o'rganar ekan, tadqiqot asosida xulosalar chiqariladi. Uning amaliy faoliyati shundaki, chiqarilgan xulosalar oldindan ko'rish imkoniyatini beradi.

J. M. Keynes «Iqtisodiy nazariya bevosita xo'jalik yuritish siyosatida qo'llaniladigan tayyor tavsiyalar yig'indisi emas. U ta'limotdan ham ko'ra ko'proq usul, intellektual instrument, fikrlash texnikasi bo'lib, uni egallagan kishiga to'g'ri xulosa chiqarishga yordam beradi», degan.

To'g'ri xulosa chiqarish — bu kelajakdagi faoliyat yo'nalishini to'g'ri belgilash degani. Iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiy siyosatning asosini tashkil etadi.

**Iqtisodiyot nazariyasi** jamiyat rivojlanishi jarayonida iqtisodiy faoliyat natijasida kelib chiqqan muammolarni nazariy jihatdan izohlab javob topishga qaratilgan bo'lib, kelajakda qanday o'zgarishlar bo'lishi mumkinligini oldindan prognoz qiladi, yo'nalishlarini ko'rsatadi.

**Iqtisodiy siyosat** — bu davlatning ishlab chiqarish, taqsimot, iste'mol sohasidagi aniq maqsadga qaratilgan chora-tadbirlar tizimi. Odatda, iqtisodiy siyosat umumiy bo'lib, u qator yo'nalishlar asosida olib boriladi. Masalan, pul-kredit siyosati, amortizatsiya siyosati, moliya siyosati, sotsial siyosat va hokazo. U jamiyatning barcha sotsial guruhleri manfaatini hisobga olib, milliy iqtisodiyotni mustahkamlashga qaratilgan bo'ladi.

Qanday iqtisodiy siyosat yuritish eng avvalo, jamiyat qanday g'oya, mafkurani tanlaganiga bog'liq. «Chunki mafkura — jamiyatda yashaydigan odamlarning hayot mazmunini, ularning intilishlarini o'zida mujassamlashtiradi, ... toki hayot mavjud ekan, mamlakatlar, davlatlar va ularning manfaatleri bor ekan, ular o'z taraqqiyot yo'lini, ertangi kun ufqlarini o'zining milliy g'oyasi, milliy mafkurasi orqali belgilab olishga intiladi.»<sup>1</sup>

Iqtisodiy siyosat iqtisodiy muammolarning echimini topish va uni amalda qo'llash bilan shug'ullanadi. Bunda iqtisodiyot nazariya-si chiqargan xulosalarga tayaniladi (1- chizma).

Amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosat muvaffaqiyatli bo'lishi uchun hal qilinayotgan muammolarni har tomonlama (huquqiy, siyosiy, madaniy, sotsial va hokazo) hisobga olish kerak.

Yuritilayotgan iqtisodiy siyosat jamiyatning rivojlanishiga, iqtisodiy tizimning o'zgarishiga, takomillashuviga olib kelishi mumkin. U o'z navbatida iqtisodiyot nazariyasini boyitadi, kelgusi rivojlanishida o'z aksini topadi.

Iqtisodiy siyosat olib borishiga qarab, davlat:

a) ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ob'ektiv, mantiqiy tarzda to'g'ri ifodalasa, iqtisodiy taraqqiyotni jadallashtirishi mumkin;

b) aksincha, qo'llayotgan chora-tadbirlari yarim-yorti bo'lib, nazariy jihatdan berilgan xulosalar, tavsiyalar izchillik bilan amalga oshirilmasa, iqtisodiy taraqqiyot sur'atlari sekinlashishi mumkin;

v) siyosat iqtisodiy taraqqiyotga ziddiyatli ta'sir ko'rsatishi, ya'ni uning bir yo'nalishdagi harakatini tezlashtirib, ikkinchisini sekinlashtirishi mumkin.

Bu yerda yana shuni ta'kidlash kerakki, ayrim paytlarda nazariy jihatdan chiqarilgan xulosalar to'g'ri bo'lib, uni qo'llashdan ijobiy natijalar kutish, lekin amalda ana shu kutilgan natija bo'lmasligi mumkin. Sababi — uni amalda qo'llash jamiyatdagi turli tabaqalar manfaatiga borib taqaladiki, buning natijasida iqtisodiy sub'ekt o'zini qanday tutishini avvaldan aniqlash qiyin.

Nazariya iqtisodiyotni sof holda emas, balki sotsial-siyosiy, ruhiy-axloqiy, milliy-demografik omillar ta'sirini ham inobatga olib o'rganadi. Iqtisodiyot ijtimoiy hayotning bir qismi, shuning uchun ijtimoiy hayotning iqtisodiyotdan boshqa jabhalari albatta unga ta'sir qilmay qolmaydi. Iqtisodiy jihat (aspekt) ni yagona hal qiluvchi deb qarash noto'g'ri. Iqtisodiyot birlamchi bo'la turib, o'z navbatida boshqa turdagi munosabatlar ta'sirida bo'ladi.

Ayniqsa, siyosiy vaziyat, o'zgarishlar iqtisodiyotga katta ta'sir etadi. Masalan, eng oddiy misol, siyosiy vaziyat o'zgarishi bilan fond birjalarida

<sup>1</sup> Karimov I.A. Milliy istiqloq mafkurasi — xalq e'tiqodi va buyuk kelajakka ishonchdir. T., «O'zbekiston», 2000, 6- bet

qimmatbaho qog'ozlar kursi, tovar birjalarida tovarlar narxi o'zgaradi: oshadi yoki pasayadi. Buning natijasida kapital oqimi o'zgaradi va ishlab chiqarishga ta'sir qiladi.

*1-chizma*

### Iqtisodiyot nazariyasining dalillar, xulosalar, qonun-qoidalar va siyosat bilan bog'liqligi

#### 4. Iqtisodiy siyosat

Iqtisodiy siyosat iqtisodiy faoliyat yoki uning oqibatlarini nazorat qiladi, ularga ta'sir o'tkazadi (turli chora-tadbirlar, dastaklar, vositalar orqali)

↑

#### 3. Nazariya

Iqtisodiy jarayonlarni o'rganish asosida, chiqarilgan umumiy xulosalar asosida iqtisodiy faoliyatning asosiy printsiplari ishlab chiqiladi, ya'ni nazariy jihatdan asoslab beriladi.

↑

↓

#### 2. Xususiy va umumiy xulosa

Yig'ilgan ma'lumotlarni o'rganib chiqib, ular asosida xulosalar chiqariladi. Xususiy xulosalar umumlashtirilib umumiy xulosalar chiqariladi.

↑

↓

#### 1. Dalillar

Iqtisodiyot nazariyasi aniq muammoga yoki iqtisodiyotning u yoki bu aspektiga tegishli dalillar, ma'lumotlar to'playdi.

Nazariya siyosatning iqtisodiyotga qayta ta'sirini ham o'rganadi. Siyosat iqtisodga qarab shakllanadi. Shu ma'noda iqtisod siyosatga nisbatan birlamchi. Ammo, to'g'ri tanlangani yoki yo'qligiga qarab ijobiy yoki salbiy ta'sir qilishi mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiyot rivojlanishining qonun-qoidalarini o'rganar ekan, shu ma'noda u siyosatning ilmiy asosi bo'ladi.

Iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiy borliqni bilish uchun ilmiy qo'llanmadir.

Iqtisodiyot nazariyasi dalillar asosida chiqargan xulosalarining naqadar to'g'riligi va uning hayotga tatbiq etilishiga qarab ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga qudratli turtki bo'lib xizmat qilishi yoki aksincha, to'siq bo'lishi ham mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasidan xabari yo'q kishining jamiyat miqyosidagi qator savollarga: «egizak taqchillik» — byudjet taqchilligi bilan tashqi savdo balansi taqchilligining sabablari nimada, u qanday oqibatlarga olib keladi? Nima sababdan fond birjalarida aktsiyalar kursining dramatik tarzda pasayib ketishi yuz beradi? Nima sababdan inflyatsiyaning oldini olish kerak? Ishsizlikni qanday qilib qisqartirish mumkin? Fermerlarni, umuman qishloq xo'jaligini subsidiyalash kerakmi? Bu savollarga javob topish qiyin. Siyosiy arboblarga bu fanni chuqur bilmay turib, davlatni boshqarishlari mushkul.

Iqtisodiyot nazariyasi har bir inson uchun amaliy ahamiyatga ega. Chunki, mavjud axborotlardan xo'jalik yuritishda (oiladan boshlab yirik korporatsiyalar

miqyosigacha) zarur xulosalar chiqarish, ular asosida o'z faoliyatini tashkil etish uchun ham iqtisodiyot nazariya-sini bilish zarur.

Lekin shuni qayd qilish kerakki, iqtisodiyotdagi muammolar individual nuqtai nazardan emas, balki ijtimoiy, jamiyat nuqtai nazaridan o'rganiladi. Ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'molga alohida shaxs fikri, qarashi tarzida emas, balki jamiyat miqyosida qaraladi.

Iqtisodiyot nazariyasi faktlar, dalillarga tayanib, xulosa chiqarib va uni iqtisodiy siyosat yuritishga asos bo'lishi tufayli iqtisodiyot nazariyasi pozitiv nazariyadan keskin tarzda normativ iqtisodiyot nazariyasiga o'tadi.

**Pozitiv iqtisodiyot nazariyasi** faktlar, dalillar yordamida tadqiqot olib boradi. Ular asosida kishilarning iqtisodiy faoliyat jarayonida o'zlarini qanday tutishlarini ilmiy asoslashga harakat qiladi.

**Normativ iqtisodiyot nazariyasi** esa iqtisodiy jarayonlarni baholashga, iqtisodiyotda qanday tadbirlar belgilash kerakligini yoki qanday iqtisodiy siyosat yuritish kerakligini ko'rsatadi.

Masalan, mamlakatda mehnatga yaroqli aholi 10 mln. kishi bo'lib, ishsizlar 600 mingdan 800 mingga ko'paydi, deylik.

Pozitiv iqtisodiyot mamlakatda ishsizlik 6% dan 8% ga o'sdi, deb ko'rsatadi.

Normativ iqtisodiyot esa ishsizlik 6% dan 8% ga o'sishining sababi nimada ekanligi, u qanday oqibatga olib kelishini, ishsizlikni qisqartirish zarurligi va unga qanday erishish mumkinligini ko'rsatadi.

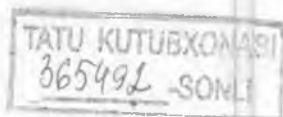
Qisqacha aytganda, pozitiv iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiyotning real holatini o'rgansa, normativ iqtisodiyot nazariyasi sub'ektiv tarzda qanday bo'lishi kerakligi haqidagi fikrni ifodalaydi.

Pozitiv iqtisodiyot nazariyasida fikrlar qarama-qarshiligi yo'q, iqtisodiy jarayonlarni talqin qilishda uncha katta farq yo'q. Lekin iqtisodiy siyosatni asoslashda, jamiyatning qanday bo'lishi kerakligi haqidagi qarashlari, tavsiyalar bir-biridan katta farq qiladi. Masalan, daromadni qay tarzda taqsimlanayotgani haqida iqtisodchilar hamfikir, qanday taqsimlanishi haqidagi tavsiyalari esa bir-biridan katta farq qiladi.

Iqtisodiy siyosat esa iqtisodiy qonun-qoidalarga asoslanishi kerak. Ko'pchilik tomonidan tan olingan iqtisodiy printsiplardan biri ma'lum chegarada xarajatlar va ish bilan bandlik o'rtasida bog'lanish. Xarajatlarning umumiy hajmi ortganda ish bilan bandlik o'sadi. Aksincha, umumiy xarajatlar hajmi qisqarsa, ishsizlik ko'payadi. Mana shu bog'lanish hukumatning iqtisodiy siyosat yuritishida bebaho xizmat qilishi, yordam berishi mumkin.

Agarda statistik ma'lumotlar umumiy xarajatlar hajmining pasayishini ko'rsatsa, demak, kelajakda ishsizlikning ko'payishi kutiladi. Mana shu kutilayotgan natijadan hukumat xulosa chiqarib, umumiy xarajatlarni ko'paytirish va kutilayotgan ishsizlikning oldini olish chora-tadbirlarini belgilaydi.

Demak, samarali boshqarish uchun statistik ma'lumotlardan to'g'ri xulosa chiqarish va ularning o'zgarishi qanday natijaga olib kelishi mumkinligini oldindan ko'ra bilish kerak. Iqtisodiyot nazariyasi mana shunga o'rgatadi, hamda hushyorlik, aql-idrok bilan iqtisodiy siyosat yurgizishga asos bo'lib xizmat qiladi.



Agarda jamiyatning bosh maqsadi aholi farovonligini ta'minlash, turmush darajasini yuksaltirish bo'lsa, unga erishish uchun qator iqtisodiy muammolarni hal etish, maqsadlarni amalga oshirish kerak.

Jamiyat tomonidan amalga oshirilishi zarur, ko'pchilik tomonidan keng e'tirof etilgan quyidagi iqtisodiy maqsadlar mavjud.

1. **Iqtisodiy o'sish.** Iloji boricha ko'proq va yaxshi sifatliroq tovar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishning barqaror o'sishini ta'minlash.

2. **To'la bandlik.** Mehnatga layoqatli har bir ishlashni xohlagan kishi ish bilan ta'minlanishi kerak.

3. **Iqtisodiy samaradorlik.** Mavjud cheklangan resurslarni minimal darajada sarflab, maksimal natijaga erishish.

4. **Narxlar barqarorligini ta'minlash.** Narxlarning haddan tash-qari ko'tarilib (inflyatsiya) yoki tushib (deflyatsiya) ketishiga yo'l qo'ymaslik.

5. **Iqtisodiy erkinlik.** Boshqaruvchilar, tadbirkorlar, ishchilar, iste'molchilar o'z iqtisodiy faoliyatlarida katta erkinlikka ega bo'lishlari kerak.

6. **Daromadni adolatli taqsimlash.** Ba'zilar boylikka «cho'milganda» boshqalar haddan ziyod qashshoq bo'lmasligi kerak.

7. **Ijtimoiy ta'minot.** Mehnatga layoqatsiz kasallarni, qarilarni va boshqalarning qaramog'ida bo'lganlarni hayot kechirishini ta'minlash.

8. **Savdo balansi.** Xalqaro savdo va xalqaro moliyaviy bitimlarning oqilona balansiga ega bo'lish.

Bu maqsadlarning hammasini bir vaqtning o'zida amalga oshirib bo'lmaydi.

Birinchidan, ularni umumiy tarzda izohlash mumkin, lekin aniq mezonlarini belgilashga kelganda fikrlar har xil. Birini aniq o'lchash (1—4, 8) mumkin bo'lsa, boshqasini (5—7) aniq o'lchab bo'lmaydi. Bularning hammasini turlicha yondashish natijasida turlicha talqin qilish mumkin.

Ikkinchidan, bir maqsadning amalga oshirilishi ikkinchisiga bog'liq bo'lishi mumkin. Masalan, to'la bandlikni ta'minlash, kam daromadga ega bo'lish iqtisodiy ta'minlanganlikka ham ta'sir qiladi.

Uchinchidan, ba'zi maqsadlar bir-biriga zid kelishi mumkin. Masalan, to'la bandlik (2) bilan inflyatsiya (4) yoki iqtisodiy o'sish (1) bilan daromadlarni adolatli taqsimlash (6).

Agarda to'la bandlik ma'lum darajada inflyatsiyani yoki barqaror narxlar ishsizlikni keltirib chiqarsa, bu holatda jamiyat ikkisidan qaysi biri asosiy ekanligini aniqlashi kerak. Bunda albatta, iqtisodchilar uchun keng munozara maydoni vujudga keladi.

Shuni ham qayd etish kerakki, iqtisodiyot nazariyasini o'rganayotganda boshlovchi iqtisodchi duch kelishi mumkin bo'lgan qiyinchiliklar mavjud. Bular ayrim faktlarni noto'g'ri tasavvur etish (aytaylik, biznesdan olingan foydaga shubha bilan qarash yoki taqchil moliyalashtirishni doimo yomon deb tushunish), noaniq iboralar ishlatish (masalan, hukumat ilgari surgan loyihalarni har bir guruh o'z manfaatidan kelib chiqib turlicha nom bilan atashi), yoki mantiqiy xulosalar chiqarishda adashish (chunki individual nuqtai nazardan chiqarilgan xulosa to'g'ri bo'lishi mumkin, lekin jamiyat miqyosida tatbiq etish to'g'ri emas). Masalan, individual dehqon qancha ko'p hosil olsa, shuncha ko'p daromad oladi. Sababi, uning bitta o'zi olgan hosili narxlarga deyarli ta'sir qilmaydi (lekin barcha dehqonlar hosilining ko'payishi narxni pasaytirib, daromadni ko'paytirmasligi mumkin), aniq sabab-oqibatli bog'lanishlarni ajratib

olish qiyinchiligi, ulardan qaysi biri sabab, qaysi biri oqibat ekanligini ajratish mushkulliklaridir.

Kvant fizikasi asoschisi, Nobel mukofoti laureate Maks Plank kamtarlik bilan o'z faoliyatini iqtisodchilikdan boshlagani, lekin uni tashlagani, sababi iqtisodchilik unga haddan tashqari qiyin ko'ringanini aytgan. Buni hozirgi zamon mantiqiy matematikasi «pioneri» Bertran Rosselga aytishganida, u taajjub, bu iqtisodiy nazariyani haddan tashqari sodda deb tashlab ketgandim, deydi.

Har ikki fikrda ham haqiqat bor, deydi P. Samuelson, shu bilan birga xato ham. Juda ko'p marta ta'kidlanadiki, har qanday zehni o'tkir 16 yoshga etgan inson iqtisodiy qonun-qoidalarni yaxshi o'zlashtirishi mumkin. Bu ma'noda Rossel haq. Lekin inson hayotining iqtisodiy kuchlarini bilish san'atida faqat aqlga taya-nish bilan Plank his qilganidek uzoqqa borib bo'lmaydi.

Demak, dalillar, ma'lumotlar o'zgarishi qanday natijaga olib kelishi, ular asosida to'g'ri xulosa chiqarishni o'rganish iqtisodiyot nazariyasining asosiy maqsadi bo'lib, uni egallash oson ish emas.

### 3 - §. Iqtisodiyot nazariyasi fanining tahlil uslubi

**Iqtisodiy qonunlar va kategoriyalar** - Iqtisodiy qonun deganda nimani tushunamiz, degan savolga javob berish uchun avvalo qonunga berilgan falsafiy ta'rifni eslaymiz.

«Qonun — shu hodisa yoki jarayonga xos ichki, muhim, zaruriy, sabab-oqibatli, doimiy, umumiy, sifat va miqdor bog'lanishini ifodalovchi, barqaror takrorlanuvchi hodisadir».

Shu ta'rifdan foydalanib iqtisodiy qonunlarni quyidagicha ifodalash mumkin:

**Iqtisodiy qonunlar** — iqtisodiy hodisa va jarayonlar o'rtasidagi muhim, barqaror takrorlanuvchi, iqtisodiy zaruratni taqozo etuvchi sabab-oqibat, sifat va miqdor bog'lanishlari, aloqalaridir.

Iqtisodiy qonunlar ayrim kishilarning xohish-irodasiidan qat'i nazar amal qiladi. Bu jihatdan iqtisodiy qonunlar tabiat qonunlariga o'xshab ketadi. Lekin iqtisodiy qonunlarni tabiat qonunlaridan farqlay bilish kerak. Ular o'rtasida muhim va printsipial farqlar mavjud:

1. Tabiat qonunlari — bu tabiatga xos qonunlar, ular tabiat uchun ham, jamiyat uchun ham umumiy. Iqtisodiy qonunlar esa jamiyat ijtimoiy hayotining rivojlanishi, insonlarning xo'jalik faoliyati qonunlaridir.

2. Tabiat qonunlari abadiy, iqtisodiy qonunlar esa tarixiy xarakterga ega.

3. Tabiat qonunlarini ochish, bilib olish, o'rganish, ulardan foydalanish nisbatan ancha tekis, silliq yuz beradi, hamda tabiat qonunlarining inson tomonidan buzilishi oqibatlari tezda yuzaga chiqadi. Iqtisodiy qonunlar esa bu jihatdan aksincha. Sababi insonning o'zi murakkab, undan tashqari, har bir inson o'z individual hamda guruhviy ehtiyoji, manfaati bilan maydonga chiqadi. Natijada iqtisodiy qonunlar «umri tugab borayotgan» jamiyat kuchlarining qarshiligiga duch keladi. Iqtisodiy qonunlarning inson faoliyati orqali buzilishini ilg'ash qiyin. U ma'lum vaqt o'tgandan keyingina yuzaga chiqadi.

Siyosiy iqtisod klassiklari iqtisodiy qonunlarni ob'ektivligini e'tirof etgan bo'lsalar, marjinalizm maktabi namoyandalari, aksincha, insonning iqtisodiy jarayonlarda ishtirokining sub'ektiv jihatlariga ko'proq ahamiyat beradilar. Har

bir inson biron iqtisodiy faoliyatga kirishar ekan, o'z ehtiyojlarini qondirish nuqtai nazaridan nima qilishi, qanday yo'l tutishi kerakligini «aql tarozisi»da tortadi. Albatta, bu yerda odamlarning psi-xologiyasi katta rol o'ynaydi. Agarda inson umrining yarmidan ko'-pi xo'jalik yuritish faoliyati bilan o'tar ekan, unda albatta iqtisodiy psixologiya shakllanadi. Iqtisodiy psixologiyaga iqtisodiy fikrlash, xo'jalik yuritish sabablari va insonlarning ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'molda qatnashuvining sababi bo'lgan iqtisodiy manfaatlar kiradi.

Xo'jalik yuritishni, ayniqsa bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy psixologiya aralashuvissiz amalga oshirib bo'lmaydi.

Erkin tanlash imkoniyati bor sharoitda kishilar biron qarorga kelishar ekan, buning uchun avvalo iqtisodiy fikrlar, manfaatlar asosida xulosa chiqarishadi. Natijada xo'jalik yuritish jarayo-nida ma'lum psixologik qonunlarning amal qilishi namoyon bo'ladi.

Iqtisodiy qonunlar kishilarning maqsadli faoliyati orqali namoyon bo'ladi. Bir xil sub'ektlar xo'jalik jarayonlari ob'ektiv ketma-ketligini tushunib, shu yo'nalishda faoliyat ko'rsatsalar, aksincha, boshqa sub'ektlar o'z manfaatlaridan kelib chiqib, qarshi faoliyat olib boradilar. Buning natijasida ob'ektiv iqtisodiy qonunlar nisbatan kam yoki yuqori barqarorlikda iqtisodiyotning umumiy yo'nalishini aks ettiradigan tendentsiyalar tarzida amal qi-ladi.

Iqtisodiy qonunlarning har xil guruhlari va turlari mavjud bo'lib, ular birgalikda jamiyat taraqqiyoti iqtisodiy qonunlari tizimini tashkil etadi. Ular quyidagi guruhlarga bo'linadi:

**Maxsus iqtisodiy qonunlar** — bu muayyan sotsial-iqtisodiy tizim doirasida amal qiladi. Ular aniq tarixiy xo'jalik shaklining rivojlanish qonunlaridir. Masalan, quldorlik, krepostnoylik, «sotsialistik» taqsimot qonuni va boshqalar.

**Alohida yoki davriy-oraliq qonunlar.** Bularga amal qilish sharoiti saqlangan tarixiy davrlarga xos bo'lgan qonunlar kiradi. Bu qonunlar maxsus tizimlarga aloqasi bo'lmagan holda turli sotsial-iqtisodiy tizimlarni birlashtirib, bog'lab turuvchi munosabatlarga xosdir. Masalan, bozor iqtisodiyotiga xos qonunlar tom ma'nosi bilan shu guruhga kiradi.

**Umumiqtisodiy qonunlar.** Bu — jamiyat taraqqiyotining barcha bosqichlarida, iqtisodiyotni aniq ijtimoiy shaklidan qat'i nazar amal qiluvchi qonunlardir. Ular odatda, jamiyatning olg'a qarab rivojlanish jarayonini ifodalaydi. Masalan, ehtiyojlarining yuksalib borishi qonuni, vaqtni tejash, ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi va boshqalar.

Iqtisodiyotda turli hodisalar, jarayonlar, ular o'rtasidagi aloqalar o'rganilayotganda ma'lum mantiqiy tushunchalar—kategoriyalarga tayaniladi.

Iqtisodiy kategoriyalarni iqtisodiy qonunlardan farq qilish zarur.

Jamiyat iqtisodiy hayotining eng muhim tomonlarini ifodalovchi nazariy (mantiqiy) tushunchalar *iqtisodiy kategoriyalar* deb ataladi. Ular real iqtisodiy voqealikning ilmiy ifodasidir. Masalan, talab va taklif, bozor, kredit va hokazolar.

Iqtisodiy kategoriyalar iqtisodiy qonunlarga o'xshash maxsus alohida (davriy-oraliq) umumiy kategoriyalarga bo'linib, ayrimlari iqtisodiy taraqqiyotning muayyan tarixiy bosqichiga xos bo'lsa, ayrimlari uzoq tarixiy davrga xos, boshqalari barcha bosqichlarga xos.



Iqtisodiy munosabatlar rivojlanib boradi, bir munosabat o'rniga boshqasi keladi. Boshqa bir munosabat tubdan yangilanmasa-da, u boyib boradi, uning yangi qirralari paydo bo'ladi. Shu sababli iqtisodiy nazariyada yangi kategoriyalar paydo bo'ladi. Qo'llanilayotgan kategoriyalarning mazmuni kengayadi. Masalan, diversifikatsiya, infrastruktura, integratsiya va hokazo.

Nazariy kategoriya va qonunlarni ular qaysi guruhga kirishidan qat'i nazar yaxlitlikda olib o'rganadi. Kategoriya va qonunlar tizimi iqtisodiyotga xos bo'lgan barcha bir-birini taqozo etuvchi, bir-biri bilan bog'liq qonunlar va kategoriyalar majmuasidir.

<b>Iqtisodiyot nazariyasi va boshqa iqtisodiy fanlar</b>	Iqtisodiyot nazariyasi qator iqtisodiy fanlarga metodologik (uslubiy) asos bo'lib xizmat qiladi. O'z navbatida boshqa fanlar iqtisodiy nazariyani boyitadi, uni to'g'ri xulosalar chiqarishiga
--	--

yordam beradi.

Lekin iqtisodiyot nazariyasi faqat iqtisodiy fanlar bilan emas, balki boshqa ijtimoiy va tabiiy fanlar bilan ham bog'liq.

Iqtisodiy fanlarni shartli ravishda ikki guruhga: umumiqtisodiy fanlar, ya'ni iqtisodiyotni yaxlit o'rganuvchi fanlar hamda xususiy iqtisodiy fanlar, ya'ni iqtisodiyotning u yoki bu sohasini o'rganuvchi fanlarga bo'lish mumkin. Iqtisodiyot nazariyasi birinchi guruhga kiradi. Nomi ham ko'rsatib turibdiki, iqtisodiyotga nazariy jihatdan yondoshadi, unga xos qonun-qoidalarni o'rganadi. Nazariya shu fanning tanho o'zida ko'riladi, lekin bu u monopol mavqega ega degani emas. Boshqa fanlar ham nazariy yondoshadi, lekin xususiy iqtisodiy fanlarda nazariya hodisalarning faqat ayrim xususiy jihatlariga tegishli, ularda nazariya bosh masala emas.

Iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiy faoliyat qayerda, qanday ijtimoiy shaklda, qanday miqyosda va qanday shiddat bilan yuz berishidan qat'i nazar, unga xos bo'lgan jamiki aloqa, bog'lanishlarni, ularga xos qonun-qoidalarni o'rganadi. Uning boshqa iqtisodiy fanlardan farqi ham ana shunda.

Tarixiy marjinalizm maktabi vakili K. Minger o'z vaqtida qayd qilib o'tganidek, iqtisodiy bilim beradigan fan bitta emas, balki bir qator mustaqil xususiy iqtisodiy fanlar bo'lib, ular o'zining maxsus vazifa, predmet va mantiqiy uslublariga ega. Ular amaliy faoliyat uchun zarur bo'lgan qoidalar tizimini ishlab chiqadi, shuning uchun ham umumiy nazariya jumlasiga emas, balki xo'jalik yuritish san'atiga kiradi.

Xususiy iqtisodiy nazariya iqtisodiyotning ayrim xususiy tomonlariga ega bo'lgan murakkab munosabatlarni va qonuniyatlarini o'rganadi. Masalan, moliya, kredit, pul muomalasi, buxgalteriya hi-sobi, marketing, statistika va hokazolar — iqtisodiyotning ayrim sohalaridagi faoliyatni tahlil etadi.

Iqtisodiyot nazariyasi bilan bog'liq qator iqtisodiy fanlar orasida alohida e'tiborga sazovor fan bu statistika. Davlat muassasalari, tashkilotlar, tadbirkorlar, korxonalar nihoyatda katta hajmda iqtisodiy axborot beradilar. Iqtisodiyot nazariyasi bu axborotlarsiz, yig'ilgan ma'lumotlarni puxta, sinchiklab statistik tahlil qilmay turib, realikni ifodalay olmaydi.

Juda ko'plab ehtimollar nazariyasi va statistikada qo'llaniladigan matematik uslublar aynan iqtisodiyot sohasida tobora keng qo'llanilmoqda. Ayniqsa, iqtisodiyot nazariyasining murakkab bo'limlarida matematikaning ahamiyati katta.

Asosiy iqtisodiy qonun-qoidalarni muvaffaqiyatli o'rganishda mantiqiy fikrlash muhim o'rin tutadi. Iqtisodiyot nazariyasi tavsiyalarini amaliyotga muvaffaqiyatli qo'llash uchun empirik (hayot tajribasidan olingan) ma'lumotlarni aniq baholash zarur.

Iqtisodiyot nazariyasi boshqa fanlar, ayniqsa xususiy iqtisodiy fanlar hisobiga nazariy jihatdan boyisa, o'z navbatida boshqa iqtisodiy fanlarga metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

Iqtisodiyot nazariyasi fanini o'rganishda ilmiy riyasi fanining tadqiqotning turli uslublaridan foydalaniladi. Ularni uslub umumiy yoki falsafiy, umummilliy (tarixiy, mantiqiy, matematik va hokazolar), maxsus (har bir fanning o'zini tatbiq etadigan) uslublarga bo'lish mumkin.

Umumiy uslub bir-biriga qarama-qarshi bo'lgan ikki falsafiy uslub — metafizika va dialektikadan iborat.

Metafizika, hodisa, voqealarni alohida o'zgartmas, tinch holatida o'rganadi. Iqtisodiyotni o'rganishda metafizik yondashuv tizimning biron-bir tomonini yoki xo'jalik munosabatlarining ichki tuzilishini, ularning o'zgarishini hisobga olmaganda o'rganish talab etilganda tatbiq qilinadi.

Masalan, Amerika siyosiy iqtisod maktabining asoschisi J. Klark o'zining, «Boylarning taqsimlanishi» kitobida texnika, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish va jamiyat daromadlarini taqsimlashni statik (o'zgartmagan) va dinamik (progressiv o'zgarishlar ta'sirini hisobga olib) ko'rib chiqadi.

Iqtisodiyot nazariyasi hodisani dialektika asosida o'rgansa haqiqatni to'laroq aks ettiradi.

Dialektika — tabiat, jamiyat, tafakkur rivojlanishining eng umumiy qonuniyatlari haqidagi ta'limot bo'lib, uning asoschisi buyuk nemis faylasufi Georg Hegel (1770—1831 yillar) hisoblanadi. U dialektika tizimi nazariyasining markaziga qarama-qarshiliklarni qo'yadi. U qarama-qarshiliklar birligi va kurashi qonunini ifodalay ekan, qarama-qarshilikni har qanday rivojlanishning «miqdori» sifatida baholaydi. Bu, albatta, ikki sifatga ham tegishli.

Dialektik uslub faqat ziddiyatni emas, balki qarama-qarshiliklar birligini ham ifodalashi natijasida bir-biri bilan qarama-qarshi hodisalarni bir butun holda ko'rish imkonini beradi. Biz masalan, ishlab chiqarish omillarini (statik), ishlab chiqarish imkoniyati, ishlab chiqarishning rivojlanish bosqichlarini (dinamik) o'rganganimizda bu uslublardan foydalanamiz.

Iqtisodiyot nazariyasini o'rganishda foydalaniladigan asosiy uslublardan yana biri ilmiy abstraksiyalash uslubidir.

Iqtisodiy faoliyatda aloqa-bog'lanishlar g'oyat ko'p bo'lganidan hodisalarning rivojlanib borishini ma'lum tizimga solib, xulosa chiqarib bo'lmaydi.

Iqtisodiyot nazariyasi tabiiy-texnikaviy fanlarga o'xshab o'z gipotezalarini laboratoriya tajribalari orqali sinab ko'ra olmaydi. U ijtimoiy fan bo'lgani uchun iqtisodiyotdagi g'oyat ko'p qirrali, bir-biriga bog'lanib ketgan aloqa-bog'lanishlar bilan tadqiqot olib boradi.

Iqtisodiy hodisalar, jarayon o'rganilganda ularni tasodifiylari emas, balki asosiylari boshqalaridan ajratilib, ma'lum chegarada olib qaraladi.

Ilmiy abstraksiya (lotincha — abstractio — so'zidan olingan) diqqatni chetga tortish ma'nosini beradi. Ilmiy abstraksiya yordamida ilmiy

kategoriyalar ta'riflab beriladi, tadqiq etilayotgan ob'ektlarning mohiyatini ko'rsatuvchi tomonlari ifodalanadi, iqtisodiy modellar ko'riladi.

Iqtisodiy jarayonlarni tadqiq etishda iqtisodiy kategoriyalar kabi, iqtisodiy hodisalarning eng barqaror bog'lanishlarini ko'rsatuvchi iqtisodiy qonunlar ochiladi, ta'riflab beriladi, ilmiy muomalaga kiritiladi.

Abstraktsiyalash asosida iqtisodiyotga oid asosiy, muhim, yuzaga chiqib turadigan faktlar ajratib olinadi, taqqoslanadi, ular o'rtasidagi bog'lanish aniqlanadi. Bularning hammasi ong, tafakkur orqali bajariladi. Abstraktsiyasiz g'oyat ko'p, tartibsiz faktlar, dalillar asosida nazariy xulosa chiqarish qiyinlashadi yoki umuman xulosa chiqarib bo'lmaydi. Masalan, narx, talab va taklif o'rtasidagi bog'lanishni o'rganganimizda narxdan boshqa omillarni o'zgarimaydi deb olishimiz yoki iqtisodiy resurslarni cheklanganligi sharoitida mahsulot ishlab chiqarish imkoniyati darajasini tahlil qilganda mavjud resurslardan faqat 2 turdagi mahsulot ishlab chiqaramiz deb faraz qilib, iqtisodiy muammoni tadqiq qi-lish mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasida induktiv va deduktiv usulblardan keng foydalaniladi. **Induktiv** uslubda empirik bilimdan abstraktsiyaga o'tiladi. Buning uchun iqtisodiyotni aks ettiruvchi ma'lumotlar to'planadi, jamlanib baholanadi. Dalillar to'plab, xususiy xulosa chiqariladi, xususiy xulosadan umumiy xulosaga o'tiladi. Dastlabki sinab ko'rilgan xulosa-gipoteza olg'a suriladi. Ular o'rtasidagi sabab-oqibat bog'lanishlari aniqlanadi, faktlar umumlashtirilib, abstraktsiyaga o'tib, fikr-mulohaza sinalgan nazariy xulosalar, qonun-qoidalar darajasiga ko'tariladi. So'ngra ulardan iqtisodiy siyosatga o'tiladi.

**Deduktiv** uslub qo'llanilganda nazariyadan iqtisodiy faktlar, dalillar tahliliga o'tiladi. Umumiy xulosadan xususiy xulosa chiqariladi. Har ikki uslub bir-birini to'ldiradi.

Iqtisodiyot nazariyasi umuminsoniy bo'lganidan unda **tarixiylik** va **mantiqiylik** usullari ham qo'llaniladi.

Tarixiylik uslubi asosida iqtisodiy munosabatlarning vujudga kelishi, rivojlanishi, qanday natijaga olib kelishi o'rganiladi. Tarixiylik uslubidan ko'proq klassik siyosiy iqtisod vakillari foydalanishgan. Tarixiy yondashuvning kamchiligi shundaki, tarixiy faktlarning ko'pligi iqtisodiyotni jiddiy tarzda nazariy o'rganishni qiyinlashtiradi. Ishlab chiqarish tizimining tipik xususiyatlarini aniqlashga erishib bo'lmaydi. Tarixiylik uslubining bu kamchiligi mantiqiylik uslubi yordamida bartaraf qilinadi. Iqtisodiy hodisalarning ichki va o'zaro aloqalari mantiqiy fikrlash orqali aniqlanadi. Bu usul bilan iqtisodiy hodisalarning mohiyati, tub belgilari aniqlanadi. Ular tarixan rivojlanib, o'zgarib turuvchi deb qaraladi. Masalan, neft qazib chiqarishning qisqarishi o'z navbatida qator salbiy oqibatlarga olib keladi — neftni qayta ishlaydigan korxonalar, neft-kimyo korxonalari to'xtaydi, yonilg'i ishlab chiqarilmagach, bu yonilg'ini ishlatadigan sohalarda ham qiyinchiliklar vujudga keladi. Demak, neft qazib chiqarishning qisqarishi nimalarga olib kelishi mumkinligi to'g'risida mantiqiy xulosa chiqarish mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasida **iqtisodiy tahlil** uslublari, **matematik**, **statistik** usulblardan ham keng foydalaniladi. Ular hodisa va jarayonlarning miqdoriy tomonlarini o'rganib, yangi sifat darajasiga ko'tarilishini aniqlashga yordam beradi. Bunda hozirgi zamon hisoblash texnikasi, jumladan, kompyuterlar keng qo'llaniladi. Ayniqsa, **iqtisodiy-matematik modellashtirish** muhim rol o'ynaydi.

Tadqiqotning barcha uslublaridan foydalanib, iqtisodiy hodisa-jarayonlarning bog'lanishini aniqlash, iqtisodiy jarayonlarning qanday o'zgarishini taxmin qilish mumkin.

Bu uslub yordamida iqtisodiy modellashtirish amalga oshiriladi. Iqtisodiy model — bu iqtisodiy jarayon va hodisalarning bir tomondan ob'ektiv xususiyatlariga, ikkinchi tomondan, tadqiqotning sub'ektiv maqsadi, xarakteriga ko'ra abstrakt tarzda umumlashtirib ifodalangan reallikning konstruksiyasi, obrazidir.

Modellashtirishda **funksional tahlil** alohida o'rin tutadi. Funktsiyalarni o'zimiz e'tibor qilmaganimiz holda doimo uchratamiz.

Funksiyalar — bu o'zgaruvchi miqdorlar bo'lib, ularning o'zi boshqa o'zgaruvchi miqdorga bog'liq. Funktsiya — boshqa miqdorning o'zgarishiga qarab o'zgarib turadigan, o'zgaruvchan miqdor. Funktsiya-lar texnika, geometriya, fizika, kimyo va boshqa fanlarda keng qo'llaniladi. Iqtisodiyotda funktsiyalarga misol qilib talab va narxni keltirish mumkin. Talab narxga bog'liq, agar narx ko'tarilsa, boshqa ta'sir qiluvchi omillar o'zgarmagan holda talab kamayadi. Bunda narx mustaqil o'zgaruvchi, ya'ni argument bo'lsa, talab unga bog'lanishdagi o'zgaruvchi, ya'ni funktsiya, shunday qilib, talab narxning funktsiyasi, lekin talab va narx joyini o'zgartirish, ya'ni talab qancha ko'p bo'lsa, boshqa omil o'zgarsa, narx ham shuncha ko'tarilishi mumkin. Bunda narx talabning funktsiyasi bo'ladi.

Iqtisodiyotda **pozitiv** va **normativ** tahlildan foydalaniladi. Pozitiv yondashuv qanday bo'lsa, shundayligicha tahlil etsa, normativ tahlilda qanday bo'lishi kerakligi nuqtai nazaridan yondashiladi.

Iqtisodiyot nazariyasida iqtisodiy eksperimentlar ham o'ziga xos o'rin tutadi.

Iqtisodiy hayotda eksperimentlarni keng miqyosda o'tkazish mumkin emas, lekin ma'lum chegarada, oqillik bilan iqtisodiy jarayonlarni qanday natijaga olib kelishini o'rganish maqsadida o'tkazsa bo'ladi.

Iqtisodiy eksperiment deganda iqtisodiy hodisa, jarayonlarni o'rganish va kelajakda amaliyotda qo'llash uchun ularni nisbatan eng qulay sharoitda sun'iy ravishda qaytadan amalga oshirish, tajriba qilish tushuniladi.

Eksperimentlar odatda ko'proq mikromiqyosda o'tkaziladi. R. Ouen, P. J. Prudon, F. Teylor, G. Ford faoliyatlari mikromiqyosda o'tkazilgan eksperimentlarga yorqin misol bo'ladi.

Hozirgi paytda u yoki bu mamlakatda, u yoki bu nazariyaga asoslanib olib borilayotgan iqtisodiy siyosatni makromiqyosdagi eksperiment tarzida ham qarash mumkin.

Umuman olganda, jamiyatdagi iqtisodiy muammolarga engil-elpi qarab bo'lmaydi. Ularni chuqur o'rganish, so'ngra biron xulosaga kelish kerak.

Iqtisodiyot nazariyasi umuminsoniy fan bo'lib quyidagi funk-tsiyalarni bajaradi:

1. **Iqtisodiy sir-asrorlarni o'rganish, bilib olish.** Iqtisodiy hodisalar va ularning bog'lanishlarini har tomonlama o'rganish, ularning qonunlarini ochishga yordam beradi. Ular asosida esa milliy iqtisodiyot rivojlanadi. Buning uchun turli-tuman axborotlar, faktlar, statistik ma'lumotlar, hujjatlar, obro'li olimlar, arboblarning kitoblari, ishlari o'rganiladi.

2. **Iqtisodiy jarayonlarning rivojlanishini oldindan aytish, prognoz qilish** (yunoncha — *prognosis* — oldindan ko'rmoq, bajarmoq, qilmoq). Iqtisodiyot

nazariyasi iqtisodiy jarayonlarni o'rganish natijasida yaqin kelajakda jamiyatning ilmiy-texnik, sotsial-iqtisodiy rivojlanishi istiqbollarini ilmiy asoslab beradi. Mikromiqyosda esa har bir xo'jalik yurituvchi sub'ekt o'z manfaatidan kelib chiqib, kelajakda qanday faoliyat yuritish masalalari bo'yicha ma'lum bir qarorga keladi.

3. Boshqa fanlarga ilmiy-uslubiy asos bo'lib xizmat qilish. Boshqa fanlar nazariya asoslab bergan kategoriya va qonunlarga tayangan holda o'z predmetini o'rganadi. Ayni vaqtda nazariya boshqa fanlar xulosasiga asoslanib, iqtisodiy hodisalarni umumlashtiradi.

4. Amaliy tavsiyalar berish. Iqtisodiyot nazariyasi tavsiyalari xo'jalik yuritishning oqilona uslublari, asosiy printsiplarini ishlab chiqishga xizmat qiladi. Umumiqtisodiy mazmundagi tavsiyalar iqtisodiy siyosatga tegishli bo'ladi.

Keyingi paytlarda iqtisodiyot nazariyasi va boshqa iqtisodiy fanlarning ahamiyati ancha o'sdi. Amaliy muammolarni echish, xo'jalik va iqtisodiy jarayonlarni o'rganishda matematik, statistik uslublarning keng qo'llanilishi, fanda erishilgan boshqa yutuqlarni tatbiq qilish, iqtisodiyot nazariyasi tavsiyalarini hayotda qo'llash imkonini berdi.

1969 yildan boshlab Shvetsiya Fanlar Akademiyasi har yili iqtisodiyot sohasida eng yaxshi ilmiy-amaliy ishlar, loyihalarga No-bel mukofoti topshiradi.

Iqtisodiy nazariyaning etuklik darajasi fanning naqadar rivojlanganligini bildiradi. Jamiyat rivojlanib, intellektual quvvati oshib borishi bilan iqtisodiyot nazariyasi ham rivojlanib, iqtisodiyot uchun ahamiyati ham ortib boradi.

### Xulosa

Iqtisodiyot nazariyasi aloxida fan sifatida shakllangunga qadar uzoq davrni bosib o'tdi. Iqtisodiy fikrlar, dastlab falsafiy qarashlar bilan, so'ngra diniy qarashlar orqali ifodalangan bo'lsa, tovar ishlab chiqarish va ayirboshlashni rivojlanishi bilan iqtisodiy bilimlarning, qarashlarning tartibga solingan tizimi sifatida XVII asrlarda paydo bo'lgan. Jamiyat taraqqiyoti bilan iqtisodiy fan sifatida ahamiyati orta borib yangi-yangi yo'nalishlar, ilmiy maktablar vujudga kelgan.

- Iqtisodiyot nazariyasi vujudga kelib, hozirgi darajaga etguncha fanning tadqiqot doirasi kengayib, evolyutsiyasi tufayli fanning predmetiga berilgan ta'rif ham o'zgarib borgan.
- Hozirgi bosqichda iqtisodchilar tomonidan resurslarning cheklanganligi va ehtiyojlar doimo yuksalib borishiga alohida urg'u berilishi, jamiyat a'zolari o'rtasidagi munosabatlarda ham aks etishiga alohida diqqat qaratiladi. Shu jihatdan olganda iqtisodiyot nazariyasi predmetiga ijtimoiy fan bo'lib, resurslarning cheklanganligi va ehtiyojlarni yuksalib borishi sharoitida samarali xo'jalik yuritish qonunlari va iqtisodiy faoliyat muammolarini o'rganadi deb ta'rif berish mumkin.
- Iqtisodiyot nazariyasi o'z predmetini falsafiy metodlar metafizik va dialektik metodga asoslanib fanni o'rganishda asosiy uslub ilmiy abstraktsiya, induktiv va deduktiv metod, iqtisodiy tahlil, matematika, statistika, iqtisodiy modellashtirish va boshqalardan foydalaniladi.

- Iqtisodiyot nazariyasi iqtisodiy xodisalarni o'rganish asosida ularni qonunlari iqtisodiy jarayonlarni rivojlanishi kelajakdagi istiqbolini ilmiy asoslab berar ekan, boshqa fanlar uchun ilmiy uslub asosiy fundament bo'lib xizmat qiladi.
- Iqtisodiyot nazariyasi sof nazariy fan emas, o' bevosita amaliy axamiyatga ega. Uni o'rganmay turib, murakkab iqtisodiy jarayonlarni tushinib etib, vaziyatga ko'ra to'g'ri qaror chiqarib bo'lmaydi.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

- |                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Normativ iqtisodiyot | 7. Gipoteza            |
| 2. Pozitiv iqtisodiyot  | 8. Ilmiy abstraktsiya  |
| 3. Mikroiqtisodiyot     | 9. Induktsiya          |
| 4. Makroiqtisodiyot     | 10. Deduktsiya         |
| 5. Iqtisodiy qonunlar   | 11. Funktsional tahlil |
| 6. Iqtisodiy kategoriya | 12. Iqtisodiy fikrlash |
- Xarajatlar va olinadigan natijani taqqoslash asosida ratsional qaror qabul qilish;
  - Iqtisodiy jarayonlarni baholab, iqtisodiyotda qanday tadbirlar belgilash kerakligini yoki qanday iqtisodiy siyosat yuritish kerakligini, iqtisodiy rivojlanish maqsadini ko'rsatishga asoslangan yo'nalish;
  - Ishonchli nazariya bo'lishi uchun tajribada sinash va nazariy jixatdan asoslab berish lozim bo'lgan, muayyan hodisani yuz berishi sabablarini izohlash uchun ilgari surilgan ilmiy taxmin;
  - Iqtisodiy hodisa jarayonlar o'rtasidagi muhim bog'lanish, iqtisodiy zaruriyatni taqozo etuvchi, sabab-oqibat, sifat va miqdor bog'lanishlari bo'lib, individ va institutlarni hatti-xarakati, tanlash sabablari va motivlarini umumlashtirgan holda xarakterlab berilishidir;
  - Nazariy iqtisodiyotning birinchidan, iqtisodiy alohidalashgan birliklari (firma, korxonalar, uy xo'jaligi), ikkinchidan alohida olingan bozor, aniq mahsulot narxlari, sotuvchi va xaridorlarni samarali tanlov tamoyillarini shakllanishini o'rganuvchi bo'lim;
  - Faktlar, dalillar yordamida tadqiqot olib borib, ular tahlili asosida iqtisodiy faoliyat jarayonida o'zlarini qanday tutishlari, iste'mol tanlovini ilmiy asoslashga harakat qiladi;
  - Nazariy iqtisodiyotning iqtisodiyotga bir butun tizim sifatida yondashib, iqtisodiy siyosatning maqsadini shakllantiradi, uni realizatsiya qilish uchun zarur chora-tadbirlar belgilashni tadqiq qiluvchi bo'limi;
  - Jamiyat iqtisodiy hayotining eng muhim tomonlarini ifodalovchi iqtisodiy voqe'likning ilmiy ifodasidir;
  - Iqtisodiy hodisalarning eng barqaror bog'lanishini olib, masalaning mohiyatiga putur etkazmaydigan ikkinchi darajali faktlarni ajratib olib, ularni yo'q deb faraz qilinadi yoki o'zgartmaydi deb olib tadqiq etilishi;
  - Empirik bilimdan abstraktsiyaga o'tish, xususiy xulosadan umumiy xulosa chiqarish metodi;

- k) Funktsional bog'lanish, ya'ni bir miqdorning o'zgarishiga qarab boshqa miqdorning o'zgarishi o'rtasidagi bog'lanish asosida iqtisodiyotni tahlil etish;
- l) Nazariyadan amaliyotga, umumiy xulosadan xususiy xulosa chiqarishga, ilgari surilgan gipotezani real iqtisodiy faktlar yordamida tekshirishga, tadqiq qilishga asoslangan metod.

#### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Iqtisodiyot deganda nimani tushunamiz?
2. Iqtisodiyot nazariyasi fani nimani o'rganadi?
3. Normativ va pozitiv iqtisodiyotning farqi bormi?
4. Jamiyat tomonidan amalga oshirilishi zarur, ko'pchilik iqtisodchilar tomonidan e'tirof etilgan qanday maqsadlar mavjud? Nima sababdan ularning hammasini bir vaqtning o'zida amalga oshirib bo'lmaydi?
5. Mikroiqtisodiyot va makroiqtisodiyot nimasi bilan farqlanadi va nima sababdan bir-biri bilan bog'liq?
6. Iqtisodiyot nazariyasi fani predmetini qanday uslublar yordamida o'rganiladi? Sizingcha qaysi biri asosiy rol o'ynaydi?

#### Masala va mashqlar.

1. Iqtisodiyot nazariyasi fanini nisbatan eng to'liq va sipo qilib berilgan ta'rifini tanlang:

- a) iqtisodiyot nazariyasi ishlab chiqarish va ayirboshlash jarayonida yuz beradigan munosabatlarni o'rganadi.
- b) iqtisodiyot nazariyasi o'zgaruvchi miqdorlarni, ularni milliy iqtisodiyotga qanday ta'sir ko'rsatishini o'rganadi.
- c) resurslarni cheklanganligi va ehtiyojlarni yuksalib borishi sharoitida samarali xo'jalik yuritish qonunlari va iqtisodiy faoliyat muammolarini o'rganadi.
- d) iqtisodiyot nazariyasi ishlab chiqarish munosabatlarini o'rganadi.

2. Hind rivoyatlaridan birida Budda va uning shogirdi o'rtasidagi quyidagi suhbat shunday hikoya qilinadi:

Bir kuni Budda shogirdidan so'rabdi, yo'lga qarachi, kim kelayapti ekan?

- Yosh va go'zal bir ayol, - debdi shogirdi
- Aniqrog'i, - debdi Budda
- Yosh ayol;
- Aniqrog'i;
- Ayol;
- Aniqrog'i;
- Odam
- Aniqrog'i!
- Skelet

Diqqat qiling. Sizingcha shogirdning qaysi javobida abstraktsiya metodining bilish qadr-qimmatini yo'qoldi? Nima sababdan?

3. Tilshunos olim, yozuvchi Lev Uspenskiy o'zining «So'z xaqida so'z» kitobida Avstraliya aborigenlari tilida «Tepalikda daraxt o'sib turibdi. Uning shoxida qush o'tiribdi, deb aytilmaydi. Aborigen tilida albatta «Tepalikda kauri o'sib turibdi. Uni shoxida kakadu o'tiribdi» yoki «Evkalipt o'sib turibdi, uni tagida emu yuribdi», deyiladi. Ya'ni albatta o'simlik va hayvonning nomini aytiladi deb yozadi.

Sizningcha nima sababdan Avstraliyalik aborigenlar tilida «daraxt», «qush» va xokazo tushunchalari yo'q. U inson tafakkuri rivojining ma'lum bir bosqichi bilan bog'liq deb ayta olasizmi? O'zbek tilidan shunday misollar keltira olasizmi?

#### 4. Quyidagi bildirilgan fikrlar to'g'ri yoki noto'g'riligini aniqlang

T/N

1. Nazariya amaliyotda qo'llanishi uchun har bir aniq holatda, voqe'likda o'z isbotini topishi kerak.
2. Iqtisodiy nazariya aniq fan emas, lekin u statistik ma'lumot tahlilidan foydalanib, juda ko'p aniq muammolarni tadqiq etadi.
3. Ma'lum bir sharoitda ijobiy natija bergan iqtisodiy siyosat, boshqa bir sharoitda xato bo'lishi mumkin.
4. Agar iqtisodchilar iqtisodiyotning asosiy tamoyillarini bir xil sharxlasalar demak, ular albatta vaziyatni baholashda hamfikir bo'lishadi.
5. Agar gipoteza praktikada tasdiqlansa, u xolda foydalanilayotgan nazariy asos bo'la oladigan xulosa doimo to'g'ri.
6. Iqtisodiy qonunlar tabiat qonunlariga o'xshash ob'ektiv xarakterga ega. Demak, iqtisodiy qonunlarni tabiat qonunlari bilan bir xil amal qiladi deb ayta olamiz.
7. Iqtisodiyot nazariyasi umuminsoniy fan bo'lib, barcha iqtisodiy fanlar uchun fundamental asos bo'lib xizmat qiladi.
8. Iqtisodiyotda avval dalillar, ma'lumotlar to'planadi, ular o'rganiladi. So'ngra xususiy va umumiy xulosalar chiqariladi.

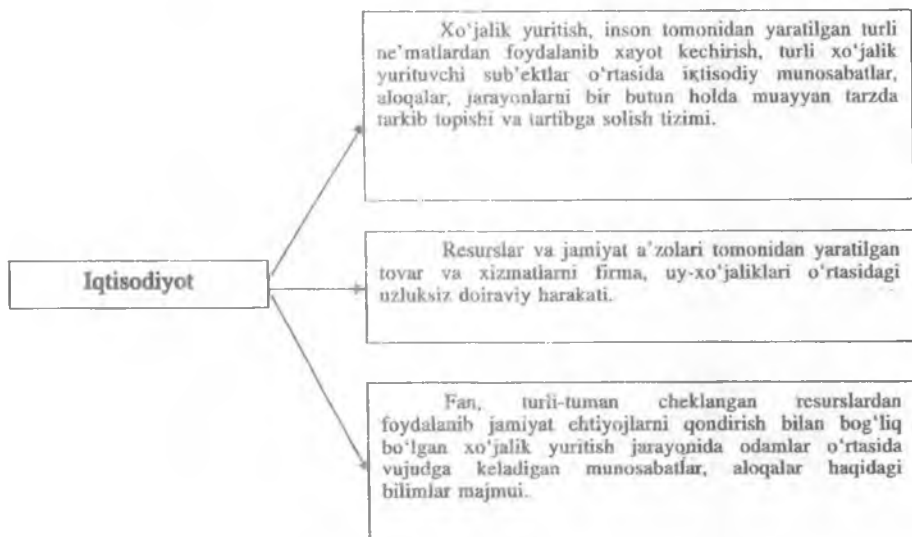
#### Testlar

1. Iqtisodiy nazariya fan sifatida
  - a) Kishilik jamiyati vujudga kelgandan boshlab;
  - b) XVII-XVIII asrlar orasida;
  - c) XIX asrda;
  - d) A.Smitning «Xalqlar boyligi» kitobi chop etilishi bilan shakllandi.
2. Quyidagi sanab o'tilganlardan iqtisodiyotni nazariy jihatdan o'rganishda amaliy ahamiyatga ega emas.
  - a) Har bir kishi iqtisodiy jarayonlar ta'sirida bo'ladi va unga o'zi ham ta'sir ko'rsatadi;
  - b) Har bir kishi o'z bilimi va tajribasidan u yoki bu faoliyatda foydalanib pul ishlab topadi. Iqtisodiy nazariya odamlarni yashay bilishga o'rgatadi;
  - c) Har bir kishi siyosiy muammolar bilan to'qnashadi, ularning ko'pi esa iqtisodiyot bilan bog'liq;

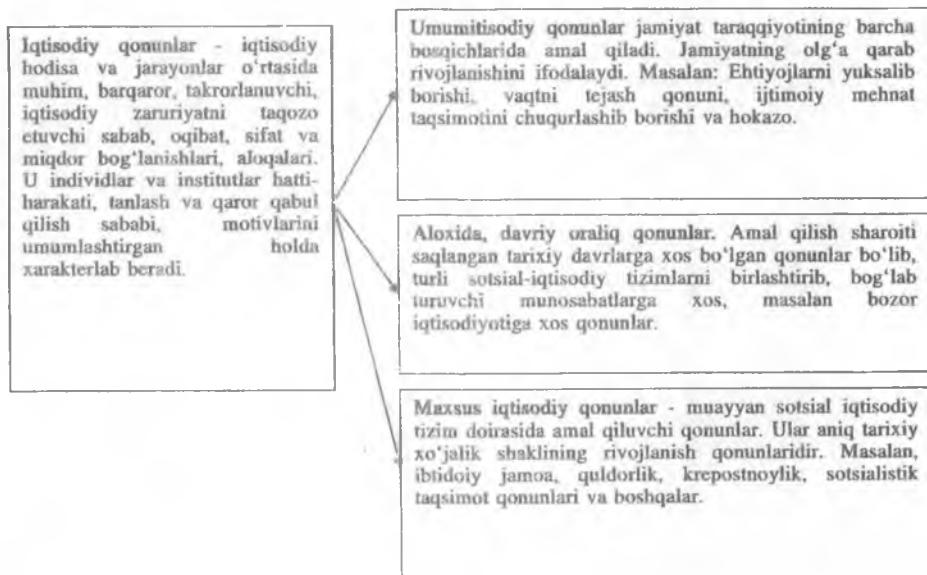


- d) Har bir kishi iqtisodiyotning qonunlarini qanday amal qilishini bilsa, o'z iqtisodiy muammolarini to'g'ri echishga qodir bo'ladi.
3. Quyidagilardan qaysi biri iqtisodiy modelning mazmunini ifodalaydi
- iqtisodiy prognoz uchun instrument;
  - iqtisodiy tamoyillar kompleksi;
  - iqtisodiy jarayon va xoldisalarning obektiv xususiyatlariga va tadqiqot maqsadi va xarakteriga ko'ra abstrakt tarzda umumlashtirib ifodalangan reallikning konstruktsiyasi, maketi, andozasi;
  - iqtisodiyot va siyosatning ideal tipi bo'lib uni amalga oshirish uchun zarur
4. Quyidagi ifodalangan iqtisodiy maqsadlardan qaysi birini aniq raqamlar bilan o'lchash mumkin?
- iqtisodiy kafolat;
  - iqtisodiy erkinlik;
  - to'la bandlik;
  - daromadlarni adolatli taqsimlash
5. Agar qo'yilgan ikki iqtisodiy maqsad bir-biriga zid ekanligi ta'kidlansa, u holda
- bir vaqtning o'zida ikkala maqsadni amalga oshirib bo'lmashligini;
  - O'zbekistonda amalga oshirilishi lozim bo'lgan maqsad sifatida qo'yib bo'lmashligini;
  - ulardan birini amalga oshirilishi ikkinchisini ham amalga oshirilganini;
  - bu maqsadlarni miqdor jihatdan o'lchash mumkinligini bildiradi
6. Pozitiv iqtisodiy nazariya....
- iqtisodiy hodisalarni qanday bo'lsa shunday o'rganadi;
  - iqtisodiy hodisalarni qanday bo'lishi kerakligini ko'rsatadi;
  - iqtisodiy rivojlanishdagi ijobiy tendentsiyalarni o'rganadi;
  - bildirilgan fikrlarni tahlil qiladi
7. Agar iqtisodiy jihatdan umumlashtirish dalillar, raqamlarga asoslansa, u holda bunday tahlil metodi:
- bayon qilish;
  - qiyosiy;
  - tarixiy;
  - deduktiv;
  - induktiv
8. Agar iqtisodiyotda korxonalar, firma, uy xo'jaligi, alohida olingan bozorlar muammosi tadqiq qilinsa, bunday tahlil
- normativ;
  - pozitiv;
  - ilmiy abstraktiv;
  - mikroiqtisodiy;
  - makroiqtisodiy

## Tarqatiladigan materiallardan namunalar



## Iqtisodiy qonunlar va ularning turkumlanishi



### Javoblar:

#### Asosiy tushunchalar:

1b, 2f, 3e, 4g, 5d, 6h, 7c, 8e, 9j, 10l, 11k, 12a

### Masala va mashqlar:

1. Keltirilgan fikrlar o'zaro bog'liq nazariy iqtisodiy muammolarni xarakterlaydi, nisbatan «s» javob to'laroq ifodalaydi.
2. Oxirgi javobda
3. Inson eng avvalo xayvondan abstrakt tafakkur qilish bilan ajralib turadi. Kishilik jamiyati rivoji qancha yuqori bo'lsa, abstrakt fikrlash qobiliyati uning tilida ifodalanadi.

Abstrakt tushunchaga muvofiq ravishda so'zlar, bizni misolimizda daraxt, qush so'zlarini ishlatilmasligi abstrakt fikrlash taraqqiyotning nisbatan past darajada ekanligini ifodalaydi. O'zbek tilida tanga, pul so'zlarini kelib chiqishini izoxlab berishimiz mumkin.

#### T/N.

1N; 2T; 3T; 4N; 5N; 6N; 7T; 8T;

#### Testlar:

1b, 2b, 3e, 4c, 5a, 6a, 7e, 8d

## II bob. SOTSIAL-IQTISODIY EHTIYOJLAR NAZARIYASI VA ULARNI QONDIRISH MUAMMOLARI

Avvalgi bobda iqtisodiy g'oyalarning vujudga kelishi, iqtisodiyot nazariyasi fani nimani o'rganishi, iqtisodiy qonunlar va kategoriyalar, fanni o'rganishning uslublarini ko'rib chiqdik. Iqtisodiyot nazariyasi barcha iqtisodiy fanlarning poydevori ekanligini, u bajaradigan vazifalarni o'rgandik. Bu bob sotsial-iqtisodiy ehtiyojlarni o'rganishga bag'ishlanadi.

Iqtisodiyot nazariyasi fanini o'rganishni aynan sotsial-iqtisodiy ehtiyojlardan boshlashimiz bejiz emas. Chunki inson yashar ekan, uning ehtiyojlari mavjud. Ehtiyojlar ob'ektiv. Insonning butun umri ana shu ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan.

Ehtiyojlarni o'rganishni ularning tarkibidan boshlaymiz. Ehtiyojlarning cheksizligi, ularni qondirish uchun zarur bo'lgan ne'matlarning cheklanganligi, sababi ana shu ne'matlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslarni cheklanganligi muammolarini ko'rib chiqamiz.

Resurslarning cheklanganligi tanlash va qaror qabul qilishni zarur qilib qo'yadi. Shuning uchun ham har bir qadamimiz tanlash va qaror qabul qilishimiz bilan bog'liq. Har bir kishining hayoti, iqtisodiyotning, qolaversa butun jamiyatning taraqqiyoti qabul qilgan qarorimizga, ya'ni turli variantlardan nimani tanlashimizga bog'liq. Bugungi mavzu ana shu masalalarni o'rganishga qaratilgan. Keyingi boblarda esa qanday qilsak, boshqacha aytganda qanday qarorga kelsak to'g'ri yo'lni tanlashimiz mumkinligini o'rganamiz.

### 1-§. Sotsial-iqtisodiy ehtiyojlar va ularning tarkibi

Kishilik jamiyati insonlardan tarkib topgan. Inson esa barcha jonzodlarning eng oliysi. U boshqa jonzodlardan o'zining aql idroki bilan ajralib turadi. U xayot kechirish uchun turli ehtiyojlarini qondirishi shart, chunki busiz inson yashay olmaydi.

Insonlarning yashashi, har tomonlama kamol topishi uchun zarur bo'lgan barcha ne'matlar ularning hayotiy ehtiyojlarini tashkil etadi. Inson o'z ehtiyojlarini qondirish yo'lini qidiradi. Ehtiyojlarni qondirishi zarurligi, ya'ni yashash uchun kurash uni faollikka undaydi.

Insonning ehtiyojlari xilma-xil. U yashar ekan, ovqat eydi, kiyim-kechak kiyadi, bilim oladi, boshkalar bilan muloqotda bo'ladi, do'stlashadi va hokazo. Ehtiyojlar turli shakl, xususiyat, sifat, belgi, miqdor va boshqa jihatlar bilan bir-biridan farqlanadi.

Har bir inson uchun o'zining qadr - qimmat o'lchovi mavjud. Bir inson tomonidan qadrlangan, hayotiy ahamiyatga ega bo'lgan narsa ikkinchi bir kishi uchun hech qanday ahamiyatga ega bo'lmasligi mumkin. Ahamiyatiga ko'ra ehtiyojlarni tartibga solish u yoqda tursin, hamma insonlar uchun eng zarur bo'lganlarini ham sanab o'tish qiyin. Har bir inson uning uchun qaysi ehtiyojlar eng zarurligini o'zi belgilaydi.

XX asr ko'pincha «axborot asri» deb atalgan. XXI asrga kelib axborotning ahamiyati yanada ortdi. Axborotni biz turli-tuman manbalardan olamiz. Masalan: radio, televidenie, gazeta va jurnal, kitob, global kompyuter tarmog'i internet kabilardan olamiz. Shu bilan birga «an'anaviy» axborot manbalari mavjud va doimo saqlanib qoladi. Ular ota-ona, qarindosh-urug', do'st-birodarlar, qo'ni-qo'shni, tanishlar, tasodifiy uchrashgan odamlar va hokazo. Biz har daqiqada yangi axborot olamiz. Bizni atrofimizni o'ragan olam tabiatni kuzatib yangi-yangi ma'lumotlar olamiz. Bizni organizmimiz axborot qabul qilishning doimiy manbaidir. Aynan **axborot bizni barcha ehtiyojlarimizni shakllantiradi.**

Bizni barcha odatlarimiz, his-tuyg'ularimiz, bilim va hayot tajribamiz, u yoki bu narsaga baho berishimiz, avvaldan o'ylagan yoki beixtiyor hohish-istaklarimiz - barcha-barchasining asosida his-tuyg'ularimiz, nerv tomirlarimiz orqali organizmimiz qabul qilgan axborot yotadi. Yangi axborot yangi ehtiyojlarni vujudga keltiradi, mavjudlarini tubdan o'zgartiradi. Axborot insonni beixtiyor harakatga solishi yoki natijasini ko'z o'ngiga keltirgan yoki aniq bilgan, tushungan holdagi hatti-harakatini boshqarishi mumkin.

Fan-texnika taraqqiyoti, yangi-yangi ixtirolar tufayli yangi tovarlar ishlab chiqariladi, xizmatlar ko'rsatiladi. Ilgari bunday tovarlar bo'lmagani uchun ehtiyojlar ham bo'lmagan. Masalan: kompyuter, qo'l telefon va boshqalar.

Avvaldan mavjud bo'lgan, lekin u tovarlarni xususiyatlarini bilmagan odam bu xaqda yangi axborot olishi tufayli yangi ehtiyojlar vujudga keladi. Masalan: an'anaviy oziq-ovqat mahsulotlari sabzavot, mevalardagi vitaminlar, turli moddalar yoki boshqa xususiyatlari to'g'risidagi yangi ma'lumotlar.

Kishining hayotida yangi vaziyat, yangi muammolarni paydo bo'lishi natijasida ham yangi ehtiyojlar vujudga keladi. Masalan: oilada farzand tug'ilishi natijasida chaqalok uchun zarur buyumlarga, kasal bo'lganda doriga, kasbini o'zgartirganda ish qurollariga va boshqalar.

Xullas inson butun hayoti davomida yangi-yangi axborot oladi, unga muvofiq ravishda ehtiyojlar vujudga keladi va doimo o'zgarib boradi.

Shunday qilib har bir kishi avval axborotga ega bo'ladi so'ngra shu axborotga qarab u yoki bu qarorga keladi.

Ehtiyojlar nihoyatda turli tuman bo'lib, ularga turli jihatdan yondashish mumkin. Ko'pgina iqtisodchilar u yoki bu xususiyatlariga ko'ra ehtiyojlarni turli guruhlarga ajratib tushuntirishga harakat qilishgan. Alfred Marshall nemis iqtisodchisi Germanning fikriga asoslanib, ehtiyojlarni absolyut va nisbiy, minimal va maksimal darajadagi ehtiyoj, qondirilishi zarur va qondirilishi kechiktirsa bo'ladigan, bevosita va bilvosita qondiriladigan ehtiyojlar, joriy va kelajakda qondiriladigan ehtiyojlarga bo'ladi. Ayrim adabiyotlarda birlamchi - eng zarur ehtiyojlar, ikkilamchi - qondirilishi kechiktirsa bo'ladigan ikkinchi darajadagi ehtiyojlarga bo'linadi. Birlamchi ehtiyojlarga insonning eng zarur bo'lgan oziq-ovqat, kiyim-kechak va boshqa shunga o'xshash ehtiyojlari, ikkilamchi ehtiyojlarga insonning ma'naviy, intellektual faoliyati bilan bog'liq bo'lgan bilim olish, san'at, turli ko'ngil ochar tadbirlarga qatnashish ehtiyojlarini kiritish mumkin. Lekin bunday ajratish shartli. Ular har-bir inson uchun individual bo'lib, bir inson uchun kiyim-kechak, turar joy birlamchi bo'lsa, boshqasi uchun bunday

bo'lmashligi mumkin. Birov uchun kiyim-kechakdan ko'ra bilim olish zarurroq, boshqasi uchun aksincha, yoki bir kishi uchun ma'naviy ehtiyoj hasham bo'lsa, boshqasi uchun kundalik ehtiyoj bo'lish mumkin, yoki ma'lum vaqt o'tgach oddiy ehtiyojlarga aylanishi mumkin.

Inson ehtiyojlari tarkibiga turli jihatdan yondashib, uni har-xil guruhlarga ajratish mumkin:

1. Ehtiyojlarning sub'ektlariga<sup>1</sup> ko'ra:

individual, guruhii, umumjamiyat ehtiyojlariga bo'linadi.

a) Individual ehtiyoj har bir insonning ehtiyojini ifodalaydi. U fiziologik ehtiyojlar, sotsial kontaktda bo'lish, o'zining har tomonlama kamol topishiga bo'lgan ehtiyojlar va boshqalarini o'z ichiga oladi.

b) Guruhii ehtiyoj - bu oilaviy yoki kishilarning biron maqsadda birlashgan guruhlari (mehnat jamoasi, turli uyushmalar) ehtiyojlari bo'lib, birgalikda yashash, faoliyat yuritish jarayonida vujudga keladigan umumiy ehtiyojlardir.

v) Umum jamiyat ehtiyoji - bu mamlakat miqyosida, qolaversa yer shari miqyosida insonlarning bir butun bo'lib tarkib topgan ehtiyojlaridir. U o'z ichiga birinchidan, barcha turdagi individual va guruhii ehtiyojlarini olsa, ikkinchidan jamiyatni yaxlit organizm sifatida yashab turish uchun zarur ehtiyojdir. Bularga tabiiy resurslarni asrash, mudofaa, jamiyatni boshqarish va hokazolarni kiritish mumkin. Jamiyatning ehtiyoji turli ijtimoiy toifa va guruhlarga mansub kishilar ehtiyojining yaxlitligi sifatida namoyon bo'ladi. Tabaqalanish darajasiga qarab ehtiyojlar ham farqlanadi.

2. Ehtiyojlar ob'ektiga<sup>2</sup> ko'ra: moddiy ehtiyojlar, sotsial-ma'naviy ehtiyojlarga bo'linadi.

Moddiy ehtiyojlar azaliy, ular inson paydo bo'lishi bilan vujudga kelgan. Ular tabiiy ehtiyojdir. Moddiy ehtiyojlar eng zarur va hayotiy ehtiyojlardir. Oziq-ovqat, kiyim-kechak, turar-joy, transport va hokazo kabi qator ehtiyojlardan iborat bo'lib, ularning qondirilishi yashashning birlamchi shartidir. Moddiy ehtiyojlar albatta moddiy ko'rinishga ega, masalan: oziq-ovqatga ehtiyoj, aniq: un, guruch, yog', go'sht, shakar va boshqalar kabi moddiy shaklga ega. Kiyimlarga bo'lgan ehtiyoj: tufli, paypoq, kastyum-shim, ko'ylak, palto, kurtka va boshqalarga bo'lgan ehtiyoj tarzida yuzaga chiqadi.

Sotsial-ma'naviy ehtiyojlar azaliy bo'lmay jamiyat taraqqiyotining ma'lum bosqichida, tsivilizatsiya paydo bo'lishi bilan yuzaga keladi. Jamiyat rivojlangan sari sotsial-ma'naviy ehtiyojlar tabiiy zaruratga aylana boradi, hamda borgan sari yuksala boradi. Sotsial-ma'naviy ehtiyojlar asosan turli xizmatlardan foydalanishga bo'lgan ehtiyojlar tarzida yuzaga chiqadi. O'qituvchi, vrach, san'at arbobi, sport va boshqalar xizmatidan foydalanib, inson axloqiy, ma'naviy, estetik, jismoniy jihatdan tarbiyalanadi, bilim oladi, kasb egallaydi, har tomonlama kamol topadi. Bu ehtiyojlar yaqqol moddiy ko'rinishga ega emas.

<sup>1</sup> Lotinchadan olingan «sub'ekt» so'zi ega, «ob'ekt» esa predmet ma'nosini anglatadi. O'zbek tilining izohli lug'atida ko'rsatilishicha sub'ekt deganda, aql-zakovat, iroda egasi, horliqni bilishga, o'zgartirishga qodir, faollik bilan harakat qiladigan shaxs yoki guruh.

<sup>2</sup> Ob'ekt esa kishining faoliyati, diqqat-e'tibori qaratilgan va o'z faoliyatini shunga qaratgan predmet, hodisa tushuniladi.

3. Faoliyat yuritish sferasi jihatidan: mehnat qilish, muloqatda bo'lish, dam olish, ish qobiliyatini tiklash, iqtisodiy faoliyat yuritishga ehtiyojlarni o'z ichiga oladi.

Mehnat ehtiyoji insoning o'zida mujassamlashgan. Mehnatsiz inson yashay olmaydi, chunki mehnatsiz nozu-ne'matlar yaratib bo'lmaydi, mehnatsiz inson shaxsi kamol topa olmaydi. Mehnat ehtiyoji insonda mehnat qilish, ijod qobiliyati borligidan kelib chiqadi. Inson mehnatda o'z o'rmini topish, o'z qobiliyatini ishga solib, obro'-e'tibor qozonishga harakat qiladi. Inson yashar ekan doimo boshqalar bilan muloqatda bo'lishga ehtiyoj sezadi. Shuning uchun ham hayotimizda «Yolg'izlik xudoga xos» degan naql bor. Inson mehnat qilar ekan, albatta ish qobiliyatini tiklash uchun dam olishi, turli ko'ngil ochar tadbirlarda qatnashishi zarur.

4. Ehtiyojlarni qondirilishi jihatidan qarasa, ular yakka va birgalikda qondiriladigan ehtiyojlarga bo'linadi. Har bir inson o'zining ehtiyojlarini bir qismini yakka tartibda, ikkinchi qismini esa boshqalar bilan birgalikda qondiradi. Yakka tartibda qondiriladigan ehtiyojga yagona o'lcham bilan yondoshib bo'lmaydi. Moddiy ehtiyojlarning ko'pchiligi odatda yakka tartibda qondiriladigan ehtiyojlarni tashkil etsa, sotsial - ma'naviy ehtiyojlar ko'prok birgalikda qondiriladigan ehtiyojlardan iborat. Masalan, kiyim kiyishga bo'lgan ehtiyoj yakka tartibda, bilim olishga bo'lgan ehtiyoj birgalikda qondiriladi.

5. Ehtiyojni qondirishdan qanday maqsad ko'zlanganiga qarab, ularni: shaxsiy ehtiyojlar va ishlab chiqarish ehtiyojlariga bo'lish mumkin. Boshqacha aytganda iste'mol tovarlari va iqtisodiy resurslarga ehtiyoj. Birinchisi insonning bevosita ehtiyojlari bo'lib, uning hayot kechirishi, har tomonlama kamol topishiga qaratilgan. Ishlab chiqarish ehtiyojlari esa inson uchun bilvosita ehtiyojlar bo'dib, uning yordamida inson yashashi kamol topishi uchun zarur bo'lgan turli ne'matlar ishlab chiqarish uchun zarur investitsion tovarlar yaratiladi.

Ehtiyojlar qanday guruhlariga bo'linmasin, qay jihatdan yondashilmasin, ular bir-biri bilan bog'lik, biri ikkinchisini taqozo qiladi, hamda yagona umumjamiyat ehtiyojlari tarzida shakllanadi.

Jamiyatning umumiy ehtiyojlari tarkib topishi va rivojlanishiga qator omillar ta'sir ko'rsatadi.

Ularni umumiy tarzda quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

1. Aholi soni, yoshi, jinsi.
2. Tabiiy-geografik sharoiti.
3. Tarixiy milliy an'analar va odatlar.
4. Jamiyatning iqtisodiy taraqqiyoti.
5. Madaniy jihatdan erishilgan daraja.

Jamiyat har xil odamlardan tarkib topar ekan, albatta ularning har birining ehtiyoji shakllanishiga ta'sir etadigan omillar ham mavjud.

## 2-§. Ehtiyojlarning cheksizligi. Ehtiyojlarni yuksalib borishi qonuni.

Kishilik jamiyati taraqqiyotiga nazar tashlasak ehtiyojlarni yuksalib borishini ko'ramiz. Ehtiyojlarni uzluksiz o'zgarib turishi har qanday jamiyatga xosdir. Fanda insonning ehtiyoji cheksizligi, doimo yuksalib borishi allaqachonlar qayd etilgan. Qondirilgan ehtiyoj yangi ehtiyojlarni keltirib chiqarishi xalqda «Insonning ko'zi tuproqqa to'lganda to'yadi» degan naql kelib chiqishiga sabab bo'lgan. Hozirgi nazariyachilar ehtiyojlar cheksiz, ular o'sishining to'xtashi, jamiyat hayotini to'xtashini bildiradi deb e'tirof etishadi. Ehtiyoj o'smaganda edi. ishlab chiqarishni taraqqiy etishiga zarurat bo'lmas edi.

Ehtiyojlarning yuksalishi ikki yo'nalishda amalga oshadi.

**1. Kishilarning ehtiyoji miqdoran o'sib boradi.** Bu bir tomondan aholi sonining ko'payib borishi bilan bog'liq bo'lsa, ikkinchi tomondan, iste'molni ortishi bilan bog'lik. Masalan, O'zbekistonda aholi soni 1990 yilga nisbatan hozirgi paytga kelib, 1,2 martaga ko'paydi. Agar individual ehtiyoj o'zgarmadi deganimizda ham jamiyat miqosida ehtiyojlar 1,2 martaga ortgan. Lekin biz bilimamiz odamlarni ehtiyojlari ortib boradi. Masalan, xar 100 oilaga to'g'ri keladigan engil avtomobillar soni 1,3 martaga ko'paydi. Demak avtomobilni ekspluatatsiyasi bilan bog'liq ehtiyojlarimiz ham shunchaga ko'paydi.

**Ehtiyojlar tarkibi o'zgarib, ko'payib boradi.** Ayrim ehtiyojlar yo'qolib, o'miga yangisi keladi, lekin yo'qolib ketadigan ehtiyojlarga qaraganda yangi vujudga keladiganlari ko'p. Ishlab chiqarishning o'zi ehtiyojlarni o'sishiga, tarkibini o'zgarishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Masalan, XX asrning 40-yillarida odamlar televizor nima ekanini bilishmagan. Hozirgi paytda har bir xonadonda televizor bor, ayrimlarida esa 2-3 tadan. Ko'plab bunday misollarni keltirish mumkin.

Shuning uchun ehtiyojlar borgan sari tarkiban yangilanib, ko'payib sifat jihatdan o'zgarib boradi. Mutloqo yangi ehtiyojlar vujudga keladi, eskilari o'zgaradi.

**Birinchiidan,** ishlab chiqarish orqali turli ne'matlar va shu ne'matlarga bo'lgan ehtiyojlarni qondirishga imkon yaratiladi. Ehtiyojni qondirilishi o'z navbatida yangi ehtiyojlarni vujudga keltiradi. Masalan, avtomobil sotib olib ehtiyojni qondirilishi o'z navbatida qator yangi ehtiyojlarni keltirib chiqaradi: mashina turadigan joy kerak, yonilg'i, ehtiyot qism va boshqalar, sug'urta qildirish, va hokazolarga ehtiyoj.

**Ikkinchiidan,** fan-texnika taraqqiyotining tezlashuvi, aholi turmush tarzi ham ehtiyojlarni tubdan o'zgartiradi. Yangi ixtiro qilingan narsalarni ishlab chiqarish, ularga ehtiyojlarni vujudga keltiradi. Ularni odamlar sotib olishga harakat qiladilar. Masalan, kir yuvish mashinasi, video magnitafon va boshqalar.

**Uchinchiidan,** ishlab chiqarish maishiy madaniyatni shakllantiradi. Oddiygina misol. Dastlabki ibtidoiy odamlarning ovqat tayyorlashi bilan hozirgi zamon ovqat tayyorlash texnologiyasi tubdan farq qiladi.

Ishlab chiqarish ehtiyojlarni shakllantirar ekan, o'z navbatida ehtiyojlar ham ishlab chiqarishga ta'sir etadi.



1. Ehtiyojlar yaratuvchanlik faoliyatini sababi va aniq yo'nalishiga asos bo'ladi.

2. Inson ehtiyojlarining miqdor va sifat jihatdan tez o'zgarishi ishlab chiqarishni unga moslashishiga undaydi.

3. Ehtiyojlar avangardlik rolini o'ynaydi, pastdan yuqoriga intiladi.

**Butun iqtisodiyot tarixini ma'lum bir ma'noda ehtiyojlarni shakllanishi tarixi tarzida ko'rish mumkin.**

Hozirgi zamon tsivilizatsiyasi darajasiga ehtiyojlar va ishlab chiqarishning bir-biriga ta'siri asosida erishilgan.

Jamiyatning sotsial-iqtisodiy taraqqiyoti ehtiyojlarning yuksalib borishi iqtisodiy qonunida o'z ifodasini topadi. Bu qonun ishlab chiqarish va madaniyat rivojlanishi bilan inson ehtiyojlarining yuksalib borishini, uning miqdori o'sib, tarkiban yangilanib borishini ifodalaydi.

Bu qonun ishlab chiqarish bilan ehtiyojlar o'rtasida aloqa bog'lanishlar mavjudligi va uning doimo bo'lishini ko'rsatadi. Ehtiyojlarning yuksalishi murakkab tarzda kechadi. Ehtiyojlarning cheksizligi ko'proq sotsial - ma'naviy ehtiyojlarga taalluqli.

Adam Smit «ovqatga intilish har bir odamda kishi oshqozonini kichik sig'imi bilan cheklanadi, lekin qulayliklarga hamda uy-joy, kiyim-kechak, uy sharoiti va anjomlarni bezashga intilish aftidan cheksiz yoki muayyan chegaralarga ega bo'lmasa kerak» deb ta'kidlagan. Komfort (qulaylik) umuman tugamaydigan cheksiz narsa, degan Gegel.

Ehtiyojlarni o'zgarishini o'rganish maqsadida statistikada iste'mol tovarlarini asosan uch guruhga bo'lib o'rganiladi:

a) oziq - ovqat mahsulotlari;

b) nooziq - ovqat tovarlari;

v) uzoq muddat foydalaniladigan tovarlar.

Ehtiyojlarni qondirilishi iste'molda ifodalanadi. Istemolning tarkibi va ularning miqdori o'zgarishiga qarab ishlab chiqarishni moslashtirishga qaratiladi.

### **3-§. Resurslar cheklanganligi va ehtiyojlarni qondirish. Iqtisodiyotning bosh muammosi**

Iqtisodiyot nazariyasi asosini ikki narsa: jamiyat a'zolarining ehtiyojlarini cheksizligi va shu ehtiyojlarni qondirish uchun zarur bo'lgan tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish uchun kerak resurslarni cheklanganligi tashkil etadi va barcha muammolarni qamrab oladi.

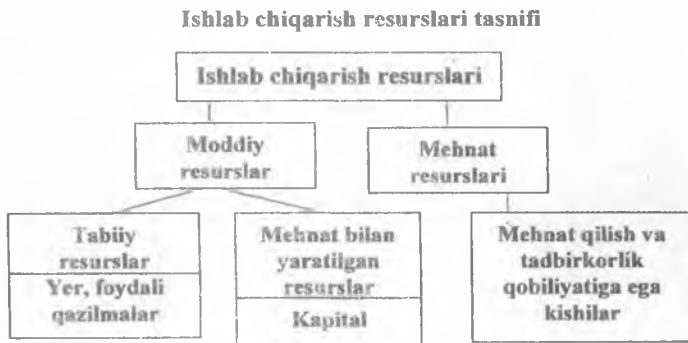
Yer yuzida aholi bugunga kelib 6 milliard kishidan oshdi. Yerdagi tabiiy boyliklar, ekin maydonlari, o'rmonlar, qazilma boyliklar, chuchuk suv, o'simlik, hayvonot dunyosi miqdori cheklangan. Ular borgan sari kamayib borayapti. Sarf etilgan yer osti boyliklarini umuman tiklab bo'lmaydi.

Ma'lumki, ehtiyojlarni qondirishning yagona yo'li ishlab chiqarish. Buning uchun esa turli-tuman resurslar kerak. Resurslar deganda turli ehtiyojlarni qondiradigan tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish uchun ishlatiladigan tabiat tomonidan yoki odamlar tomonidan yaratilgan ne'matlar va mehnatga

layoqatli kishilarni tushunamiz. Bu resurslar moddiy va mehnat resurslariga bo'linadi.

1. **Moddiy resurslar.** Uning o'zi ikkiga: tabiiy resurslar va mehnat bilan yaratilgan resurslarga bo'linadi. Tabiiy resurslarga yer, foydali qazilmalar kabilari kiritilsa, mehnat bilan yaratilgan resurslarga kapital kiradi. U bino-inshoot, asbob-uskuna, mashina, mexanizmlar, har xil qurilma, xom ashyo, materiallar kabilarni o'z ichiga oladi.

2. **Mehnat resurslari-mehnatga layoqatli, ma'lum malaka va mahoratga ega kishilardan iborat.**



Keyingi paytda ko'pgina iqtisodchilar bozor iqtisodiyoti sharoitida moliyaviy va axborot resurslarini alohida ajratib ko'rsatishmoqda.

Moliyaviy resurslar jamiyat tomonidan ishlab chiqarishga, uning rivojlanishi uchun ajratilgan pul mablag'laridan iborat. Uning manbalari qimmat baho qog'ozlar, soliqlar, pul jamg'armalari, davlat zayomlari kabilardir.

Bozor iqtisodiyoti fan-texnika revolyutsiyasi sharoitida axborot resurslarisiz xo'jalik yurituvchi sub'ektlar «qo'l-oyoqsiz» bo'lib qolishadi. Axborot resurslari turli-tuman, asosiy qismini esa kompyuter texnikasi yordamida avtomatlashtirilgan boshqarishni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan narsalar, ma'lumotlar tashkil qiladi.

Har bir resurs undan ishlab chiqarishda foydalanganda ma'lum samara beradi. Resurs keltiradigan natija o'z chegaralariga ega. Har qanday resursdan eng yaxshi, oqilona foydalanilgan taqdirda ham ma'lum chegaradan ortiq mahsulot yaratib bo'lmaydi. Masalan, har qancha yaxshi natijaga erishish uchun harakat qilingan taqdirda ham 1 tonna rudadan - 1 tonna metall olib bo'lmaydi. Insonlarning ham, mashinalarning ham unumini chegarasi bor. Mavjud resurslardan ma'lum miqdor va turdagina mahsulot ishlab chiqarish mumkin.

Zarur resurslarning cheklanganligi ishlab chiqarish imkoniyatlarini ham cheklanishiga olib keladi.

Ishlab chiqarish imkoniyati deganda nimani tushunamiz? Ishlab chiqarish imkoniyati deb, mavjud iqtisodiy resurslardan to'la foydalanish evaziga eng

**ko'p mahsulot ishlab chiqarish tushuniladi. U ishlab chiqarish imkoniyati chegarasini ifodalaydi.**

Har bir xo'jalik, oila, korxonalar, firma, tarmoq, mamlakat o'zining ana shunday chegarasiga ega. Resurslardan foydalanish darajasi turlicha bo'lgani uchun barcha tovarlar bo'yicha ishlab chiqarish imkoniyati chegarasini ko'rsatish qiyin.

Ehtiyojlarni doimo yuksalib borishi resurslarni esa cheklanganligi sababli ularni to'la qondirish uchun zarur bo'lgan miqdorda tovar (xizmat)larni ishlab chiqarishni imkoni yo'q. Shuning uchun har bir kishidan tortib, to davlat, jamiyat miqyosigacha cheklanganlik muammosiga duch kelinadi. Cheklanganlik esa har qadamda bizni tanlashga majbur qiladi.

Oila byudjetini cheklanganligi hayot kechirish uchun zarur buyumlarni qaysi birini xarid qilishni, vaqtimizni cheklanganligi qaysi ishni bajarishimizni, resurslarni cheklanganligi ularni qaysi birini sotib olish va qanday tovar (xizmat)larni ishlab chiqarish, davlat byudjetining cheklanganligi byudjet mablag'larini qaysi maqsadlar uchun ishlatishni tanlashni zarur qilib qo'yadi. Masalan, talaba o'z vaqtini dars tayyorlashga yoki dam olishga sarflashi mumkin. Dexqon o'z yeriga piyoz yoki kartoshka ekishi mumkin. Tadbirkor o'z puliga yangi asbob-uskuna yoki xom ashyo sotib olishi mumkin. Viloyat byudjetidan mablag'ni yangi maktab yoki ko'prik qurishga sarflashi mumkin va hokazo.

Ana shu imkoniyatlardan birini tanlash qolganlaridan voz kechishga olib keladi, yoki birining miqdorini ko'proq tanlasak, ikkinchisining miqdorini kamroq tanlashimizga to'g'ri keladi. Tanlash asosida esa qaror qabul qilamiz. Qarorni esa tanlovni muqobil qiymatini taqqoslash asosida chiqaramiz.

**Tanlovning muqobil qiymati nimani ifodalaydi? Tanlovning muqobil qiymati deb, tanlov natijasida voz kechilgan imkoniyatlar ichidan tanlovchi uchun eng katta naf keltiruvchi yoki qadrlanuvchi imkoniyatga aytiladi.** Masalan: sizga kitob, daftar, flomaster kerak. Agar eng zaruri kitob, ikkinchi navbatda daftar, uchinchi navbatda flomaster tursin. Pulingiz kerakli miqdorda hammasini sotib olishga etmaydi. Kitob sotib oldingiz. Uning muqobil qiymati daftar bo'ladi. Bordi-yu, daftardan ko'ra flomaster zarurroq bo'lsa, u holda kitobning muqobil qiymati flomaster bo'ladi. Agarda har biridan ma'lum miqdorda sotib olinsa murosali tanlov bo'ldi.

Muqobil qiymat doimiy, o'sib boruvchi, pasayib boruvchi bo'lishi mumkin.

Ilmiy abstraktsiya usulini qo'llab, ana shu imkoniyat chegarasini ikki tur mahsulot ishlab chiqarish modeli asosida tahlil qilamiz. Ikki xil mahsulot-guruch va avtomobil ishlab chiqariladi deylik. Hamma resurslarni pulda ifodalasak, 100 birlik (100 mlrd. so'm, dollar, marka) deylik. Guruch etishtirish uchun 2 birlik, avtomobil ishlab chiqarish uchun 4 birlik zarur. Agarda guruchni X, avtomobilni Y bilan belgilasak, mavjud resurslardan foydalanib ishlab chiqarish mumkin bo'lgan tovarlar miqdori o'rtasidagi bog'lanish quyidagicha bo'ladi.

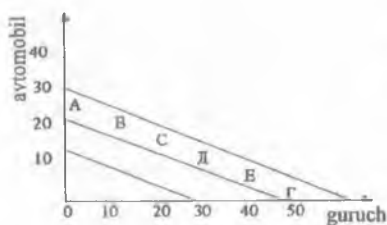
$$2X+4Y=100$$

**Mavjud resurslarni to'la ishlatish sharoitida guruch va avtomobil  
ishlab chiqarish imkoniyati chegarasi**

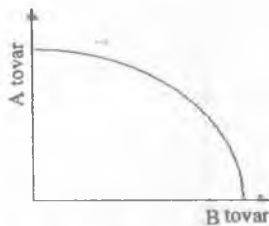
Mahsulot turlari	Muqobil ishlab chiqarish					
	A	B	S	D	E	G
guruch ( ming tonna ) «X»	0	10	20	30	40	50
avtomobil (ming dona) «Y»	25	20	15	10	5	0

Ko'rinib turibdiki, agarda guruch etishtirmay, faqat avtomobil ishlab chiqarsak, u 25 mingta, faqat guruch etishtirsak 50 ming tonnaga teng bo'lar ekan. Birinchisini ishlab chiqarishni ko'paytirish, albatta ikkinchisini kamayishiga olib keladi.

1-jadval ma'lumotlari asosida grafik chizsak u quyidagi ko'rinishda (a rasm) bo'ladi.



a) rasm



v) rasm

Ko'rinib turibdiki, mavjud resurlardan maksimal foydalanib, turli kombinatsiyada guruch bilan avtomobil ishlab chiqarish mumkin ekan.

AG chizig'ini ishlab chiqarish imkoniyatlari **egri chizig'i** yoki **transformatsiya egri chizig'i** deb ataladi. Bu egri chiziq odatda qavariq shaklida (v rasm) bo'ladi. Sababi, real hayotda ishlab chiqaruvchilarning soni ko'p, ularning imkoniyatlari farq qiladi; ikkinchidan chiqariladigan mahsulotlar nihoyatda xilma-xil; uchinchidan, ko'pincha muqobil qiymat o'sib yoki kamayib boruvchi bo'ladi.

Mamlakatda:

A) Guruch etishtirishni 0 dan 10 ming tonnaga etkazilishi avtomobil ishlab chiqarishni 5 ming donaga kamayishiga olib keladi. 10 ming tonna guruchning muqobil qiymati 5 ming dona avtomobil ( $25 - 20 = 5$ );

B) Guruch etishtirishni 10 ming tonnadan 20 ming tonnaga ko'paytirsak, avtomobil ishlab chiqarish 15 ming donagacha qisqaradi. Muqobil qiymat 5 ming avtomobil ( $20 - 15 = 5$ );

V) Guruch etishtirishni 20 ming tonnadan 30 ming tonnaga etkazishimiz, avtomobil ishlab chiqarishni yana 5 ming donaga kamaytiradi. Muqobil qiymat yana 5 ming dona avtomobil ( $15 - 10 = 5$ );

G) Guruch etishtirishni 30 ming tonnadan 40 ming tonnagacha ko'paytirishimiz avtomobil ishlab chiqarishni yana 5 ming donaga kamaytiradi. Muqobil qiymat 5 ming dona avtomobil ( $10 \cdot 5 = 50$ );

Misolimizda muqobil qiymat doimiy. Chunki guruch etishtirishni ko'paytirishimiz doimo bir xil miqdorda avtomobil ishlab chiqarishni kamayishiga olib kelayapti.

**Ming tonna guruch = 0,5 ming dona avtomobil**

Muqobil qiymat doimiy bo'lganda imkoniyat egri chizig'i to'g'ri chiziq ko'rinishida bo'ladi.

Guruch va avtomobil ishlab chiqarishni qanday kombinatsiyada bo'lishini tanlash kerak. Korxonada, firma doirasida qanday kombinatsiyalar bo'lishini, qancha nima mahsulot ishlab chiqarish, qanday ishlab chiqarish va kim uchun ishlab chiqarish muammosini tadbirkor hal etadi, mamlakat miqyosida esa hukumat tanlaydi. Agarda mahsulot ishlab chiqarish miqdorini ko'rsatuvchi nuqta OAG maydon ichiga to'g'ri kelsa, u mavjud resurslardan to'la foydalanmaganlikni, imkoniyatlarga qaraganda kam miqdorda mahsulot ishlab chiqarilganini ko'rsatadi.

Masalan. 15 ming tonna guruch va 10 ming dona avtomobil ishlab chiqarish uchun 70 mlrd. so'mlik resurs talab etiladi. Bizdagi mavjud resurs esa 100 mlrd. so'm. Demak resurslardan to'la foydalanilmagan.

OAG maydondan tashqari nuqta mahsulot ishlab chiqarish miqdorini mavjud resurslarga nisbatan ko'payishini bildiradi.

Aytaylik, 30 ming tonna guruch, 20 ming dona avtomobil ishlab chiqarilmokchi, u holda 140 mlrd. so'mlik resurs talab qilinadi.

Tadbirkor oldida 2 yo'l turibdi. Biri mavjud resurslardan maksimal foydalanib tovarlar turini ko'paytirish, resurslarni tejash yo'llarini topish, ikkinchisi ehtiyojlarni o'sishiga qarab o'zida bo'lmasa chetdan jalb qilish, qarzga olish mumkin. Bu muammoni har bir tadbirkor, har bir mamlakat individual tarzda hal etadi. Lekin resurslar cheklanganligi sharoitida mavjud resurslarni tejab ishlashtirish tovar turlarini muqobil variantini, eng optimal darajasini tanlash muhim ahamiyatga ega bo'ladi. Bu raqobat kurashida ham katta rol o'ynaydi.

Iqtisodchilarning tadqiqoti ko'rsatadiki, birgalikda turli tovarlar ishlab chiqarganda 5% resurslar tejalar ekan. Ana shu tejalgan miqdor koeffitsientini 0,05 desak, misolimizda ishlab chiqarish imkoniyati formulasi quyidagi ko'rinishni oladi:

$2X + 5Y - 0,05XY = 100$ ; agarda V variantni tanlasak,

$2 \cdot 10 + 4 \cdot 20 - 0,05 \cdot 10 \cdot 20 = 90$ ; Demak 10 mlrd. so'mlik resurs tejalyapti, tejalgan resurs evaziga qo'shimcha ravishda guruch yoki avtomobil ishlab chiqarish mumkin.

Shuning uchun korxonada, firmalar iloji boricha mahsulot turini ko'paysalar resurslar tejalishi evaziga xarajatlarni pasaytirishga erishadilar. Qaysi tovarni ko'prok ishlab chiqarishni tanlash esa, ularga bo'lgan talab bilan taklifning nisbati, boshqacha aytganda bozor narxlariga bog'liq bo'ladi.

Hayotdagi turli tuman vaziyatda tanlovning variantlari nihoyatda xilma-xil bo'lib, qaror qabul qilishni qiyinlashtiradi. Muqobil variantlardan birini tanlash uchun har bir kishi beixtiyor shu variantlarni taqqoslashga tushadi.

Taqqoslashdagi mezonlar juda ko'p va xilma-xil bo'lib, ular ma'lum sharoit, vaziyat, qo'yilgan maqsad va boshqalarga bog'liq. Xuddi shu fikrni muqobil variantlar haqida ham aytish mumkin. Muqobil variant ikki va undan ortiq bo'lsa tanlash, tanlash uchun esa taqqoslash zarur bo'ladi. Buning uchun mezonlar belgilanadi. Taqqoslash natijasida u yoki bu qarorga kelinadi. Bu jarayon alohida kishi, oiladan boshlab to butun mamlakat miqyosida amalga oshiriladi.

Qaror qabul qilishda albatta qo'yilgan maqsad asosiy rol o'ynaydi.

Har bir vaziyat, qo'yilgan maqsad uchun muqobil variantlar va qaror qabul qilish mezonlari boshqacha bo'ladi. Masalan: tadbirkorning qanday faoliyat turini tanlashi muqobil variantlari, maktabni bitiruvchining kelajakda qanday kasb tanlashi variantlaridan farq kiladi. Albatta mezonlari ham. Oliy Majlisga deputat nomzodiga ovoz berishda ham albatta muqobil variantlar ichidan o'zimiz belgilagan mezonlarga ko'ra qaror qabul qilamiz.

**Ehtiyojlarni qondirish darajasi** Ehtiyojlar qondirilish darajasi odatda iste'mol bilan o'lchanadi. U yil davomida aholi jon boshiga iste'mol qilingan tovar va xizmatlar miqdori bilan o'lchanadi. Masalan, aholi jon boshiga iste'mol qilingan non va non mahsulotlari, sut, go'sht, sabzavot, meva va hokazolar. Har bir oilaga to'g'ri keladigan uzoq muddat foydalanadigan tovarlar: televizor, kir yuvish mashinasi, sovutgich, uy-joy maydoni va boshqalar.

Jamiyat taraqqiy etgan sari iste'mol o'sib ehtiyojlar to'laroq qondirila boradi. Ehtiyojni qondirish usullari ham o'zgaradi. Iste'mol ne'matlari turi ko'payadi. Ehtiyojlarni qondirilishi umumiy tarzda turmush darajasini ko'rsatadi. Turmush darajasi - aholi ehtiyojlarini qondirilishiga qarab baholanadi. Aholining ehtiyojlarini qondirilishi ularning farovon yashash, uzoq umr ko'rishning garovidir. Buning uchun esa ana shu ehtiyojlarni qondiradigan darajada ishlab chiqarish zarur.

Hozirgi zamon jahon iqtisodiyotida ehtiyojlar va ishlab chiqarish nisbati qandayligiga iqtisodchilarning alohida diqqati qaratilayapti. Ehtiyojlar bilan ishlab chiqarish nisbatining hozirgi davrda asosan 3 varianti mavjud:

1. **Regressiv.** Bunday holat uzoq muddat ishlab chiqarishni tushkunlikda bo'lishi natijasida kelib chiqadi. Aholi iste'moli miqdoriy jihatdan ham sifat jihatdan ham kamayib boradi. Iqtisodiyotni bunday o'zgarishini kichrayib boruvchi spiral, ya'ni **girdob** tarzida ko'rish mumkin. Borgan sari kishilarning eng zarur ehtiyojlarini qondirish ham qiyinlashib boradi. Hozir shunday vaziyatni Osiyo, Afrika, Lotin Amerikasining qator mamlakatlarida ko'rish mumkin. Rivojlanib borayotgan mamlakatlarning 2/3 qismida 80 - yillarning ikkinchi yarmi va 90 - yillarda aholi jon boshiga ishlab chiqarish va daromad qisqarib borgan.

2. **Turg'un.** Bu variantda nisbatan cheklangan turdagi mahsulot ishlab chiqarish ham, ehtiyojlar ham nihoyatda sekinlik bilan o'sib boradi. Yaratuvchanlik faoliyati sust, ishlab chiqarish - taqsimot - ayriboshlash - istemol - ehtiyojlar doirani eslatadi. Iqtisodiyotda umumiy turg'unlik yuz berib, ko'pincha u

mahalliy xalqlarning an'ana va urf-odatlarini bilan bog'lanib ketadi. Hozirgi paytda ayrim Osiyo va Afrika, Lotin Amerikasi mamlakatlarida kuzatiladi.

1. **Progressiv.** Bunda ishlab chiqarish miqdori ko'payadi. Sifatini yaxshilab, iste'mol va ehtiyojlar o'sadi. Uni tobora kengayib boruvchi spiralsimon harakat tarzida ifodalash mumkin. Bir qadar beqarorlikka qaramay, rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqarish ham, ehtiyojlar ham o'sib boradi.

Birinchi va ikkinchi variantda ehtiyojlarning o'sib borishiga qator omillar aks ta'sir ko'rsatayapti.

Jamiyatning moddiy va ma'naviy madaniyati insonlarni ehtiyoji doirasini cheklab, eng zarurlarining mavjud bo'lishiga olib keladi. Bunga shunday hollar ta'sir ko'rsatadi:

- moddiy va ma'naviy madaniyatni pastligi, inson ehtiyojlarining eng zarurlari bilan cheklanishi. Eng zarur ehtiyojlar esa juda sekin o'sadi;

- mehnat taqsimotining pastligi, turli ne'matlarni ishlab chiqarish va ehtiyojlarni oshib borishiga yo'l qo'ymaydi;

- narxlarni baland, daromadlarni pastligi eng oddiy ehtiyojlarni ham qondirishga to'sqinlik qiladi;

- ko'pgina mamlakatlarda aholi soni ularning yashashi uchun zarur ne'matlarni ishlab chiqarishga nisbatan tez o'sayapti.

Ehtiyojlar barqaror o'sib borishini uchinchi variant ta'minlashga qodir bo'lib, u mehnat taqsimotining chuqurlashuvi, aholining pul daromadlari va aholi jon boshiga real boylikning ko'payishi bilan xarakterlanadi. Shu bilan birga bu yerda ehtiyojlar bilan ishlab chiqarish o'rtasida qarama-qarshilik mavjud. Insonlarning hohishi bilan imkoniyati mos kelmasligi mumkin.

### Xulosa

\* **Shunday qilib**, inson yashar ekan, turli-tuman ehtiyojlari mavjud. Ehtiyojlar kishilarni yashashi, kamol topishi uchun zarur. Ularni qondirish uchun zarur bo'lgan ne'matlar cheklangan. Sababi ularni ishlab chiqarish uchun resurslar cheklangan. Cheklanganlik bizni har qadamda tanlashga majbur qiladi. Tanlab qaror qabul qilishimiz uchun muqobil variantlarni taqqoslashimiz, taqqoslash uchun esa uning mezonlarini belgilashimiz kerak.

\*Ehtiyojlar tarkibi nihoyatda xilma-xil bo'lgani uchun ularga turli jihatdan yondoshib, qo'yilgan maqsadga ko'ra ma'lum bir guruhlariga ajratish mumkin. Bu tanlovni osonlashtiradi. Turli variantlardan birini tanlash qolgan ehtiyojlardan voz kechishga yoki miqdorini kamaytirishga olib keladi. Insonning butun hayoti tanlov asosida qanday qarorga kelishiga bog'liq.

\*Iqtisodiyot nazariyasining asosiy vazifasi ham ana shu tanlovni eng maqbul yo'llarini topib, to'g'ri qaror chiqarishni o'rganishdir.

\*Ehtiyojni qondirishdan qanday maqsad ko'zlanganiga qarab, ularni: shaxsiy ehtiyojlar va ishlab chiqarish ehtiyojlariga bo'linadi. Shaxsiy ehtiyojlar kishilarning yashash uchun zarur, shaxsiy iste'molini qondiradigan ne'matlarga bo'lgan ehtiyoji bo'lsa, ishlab chiqarish ehtiyojlari esa ana shu ne'matlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan iqtisodiy resurslarga ehtiyoji bo'lib, ular moddiy, mehnat, axborot, moliyaviy resurslardan iborat.

\*Mavjud iqtisodiy resurslardan to'la foydalanish evaziga eng ko'p mahsulot ishlab chiqarish «ishlab chiqarish imkoniyati» deyiladi. Resurslarni cheklanganligi ishlab chiqarish imkoniyatlarini ham cheklaydi.

#### Asosiy tayanch tushunchalar:

1. Ehtiyoj;
2. Extiyojlarning yuksalib borishi iqtisodiy qonuni;
3. Iqtisodiy resurslar;
4. Iqtisodiyotning bosh muammosi;
5. Tanlovning muqobil qiymati;
6. Ishlab chiqarish imkoniyati chegarasi;
7. Ishlab chiqarish imkoniyatlari egri chizig'i;
  - a) turli ehtiyojlarni qondiradigan ne'matlar ishlab chiqarish uchun zarur barcha vositalar va mehnatga layoqatli kishilar.
  - b) insonning yashashi, kamol topishi uchun hayotiy ne'matlarga bo'lgan obektiv zaruriyat.
  - v) resurslar cheklanganligi sharoitida jamiyat a'zolarining ehtiyojlarini qondirish muammosi.
  - g) ishlab chiqarish va madaniyat rivojlanishi bilan inson ehtiyojlarining yuksalib borishini, uning miqdoran o'sib, tarkiban yangilanib borishi.
  - d) tanlov natijasida voz kechilgan imkoniyat ichidan tanlovchi uchun eng katta naf keltiruvchi yoki qadrlanuvchi imkoniyat.
  - e) mavjud resurslardan to'la foydalanish evaziga turli kombinatsiyalarda eng ko'p mahsulot ishlab chiqarishning grafikda ifodalanishi.
  - j) mavjud iqtisodiy resurslardan to'la foydalanish evaziga eng ko'p mahsulot ishlab chiqarish.

#### Takrorlash va munozara uchun savollar:

1. Ehtiyoj nima? Nima sababdan uni biz obektiv va subektiv xarakterga ega deymiz?
2. Iqtisodchilar tomonidan ehtiyojlarni qanday guruhlarga ajratiladi.
3. Yakka va birgalikda qondiriladigan ehtiyojlarga qanday extiyojlarni kiritiladi?
4. Iqtisodiyotning bosh muammosi nima? Nima sababdan uni bosh muammo deb ataymiz?
5. Tanlov nima? Uning mezonlari-chi?
6. Ishlab chiqarish imkoniyati yoki transformatsiya egri chizig'i nima?
7. Nima sababdan iqtisodiyot nazariyasini o'rganishni ehtiyojlarni o'rganishdan boshladik?

#### Masala va mashqlar.

1. Zahro opasi va singlisi Adiba bilan kichik korxonada ochdi.

Zahro bir yilda 400 ta qizlar ko'ylagi yoki 450 ta erkaklar ko'ylagi tika oladi. Opasi esa 350 ta qizlar ko'ylagi yoki 400 ta erkaklar ko'ylagi tika oladi. Singlisi esa 300 ta qizlar ko'ylagi yoki 350 ta erkaklar ko'ylagi tika oladi.



Oilaviy kichik korxonaning ishlab chiqarish imkonini xisoblang va uni grafikda tasvirlang.

2. Uch opa-singil oilaviy kichik korxonada tashkil qilindi. Korxonada jun va aralash iplardan bolalar uchun paypoq, nimcha to'qiladi. Opa-singillarning kattasi yil davomida 500ta nimcha yoki 600 juft paypoq, ikkinchi singil esa 420 ta nimcha yoki 700 juft paypoq, uchinchi singil 300ta nimcha yoki 600 juft paypoq to'qiy oladi. Oilaning ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'ini chizing.

3. Ota, qiz va o'g'il xovliga qulupnay terish va o'toq qilish uchun kelishdi. Uchastkada 6 soat ishlashlari mumkin. Ota soatiga 1 chelak, qiz ikki chelak, o'g'li 0,5 chelak qulupnay teradi. Qiz o'toqni 2 soatda, o'g'il 7 soatda, otasi 6 soatda bajaradi. Oilada ishni qanday taqsimlash kerakki, o'toq qilib bo'lib, eng ko'p miqdorda qulupnay terishsin.

4. Respublikamizda avtomobil va traktor ishlab chiqariladi va u quyidagi jadvalda ifodalangan:

Avtomobil	5	4	3	2	1	0
Traktor	0	7	13	18	22	25

Muqobil (alternativ) xarajatlarni aniqlang.

- Bitta qo'shimcha avtomobil ishlab chiqarish uchun;
- Qo'shimcha bitta traktor ishlab chiqarish uchun.

5. Mamlakatda ikki xil A va V turdagi tovar ishlab chiqariladi deylik. Ularning imkoniyati chegarasi quyidagi jadval ma'lumotlarida ko'rsatilgan.

Mahsulot turlari	A	b	V	G
A tovar (dona)	0	1	2	3
V tovar (dona)	12	10	6	0

A) Jadval ma'lumotlari asosida ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'ini grafikda tasvirlang.

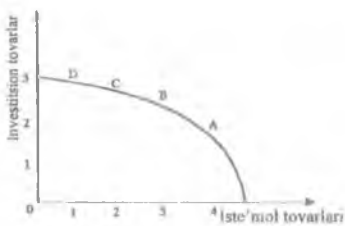
B) A tovarning V tovarda ifodalangan muqobil qiymatini xisoblang.

V) V tovarning A tovardagi muqobil qiymati: o'suvchi, pasayuvchi yoki doimiy? A tovarning V tovardagi muqobil qiymatichi? Ko'rsating.

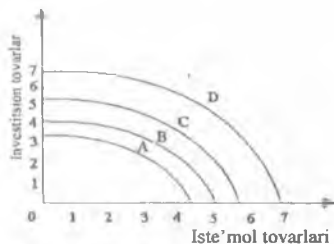
G) Agarda muqobil qiymat doimiy bo'lsa, imkoniyat egri chizig'i qanday shaklda bo'ladi? Jadval va grafikda tasvirlang.

6. Jamiyat doimo joriy iste'mol uchun hamda kelajak uchun tovarlar boshqacha aytganimizda, iste'mol mollari va investitsion tovarlar (ishlab chiqarish vositalari) ishlab chiqarish, ilmiy tadqiqotlar o'tkazish, maorif, ta'lim, profilaktik meditsina (kasallikni oldini olish uchun chora tadbirlar)ga qanday miqdorda resurslar sarflashni tanlaydi.

A, V, S, D mamlakatlar uchun 1990 yili a) rasm va 2004 yili b) rasmda ishlab chiqarish imkoniyatlari ko'rsatilgan.



a) rasm



b) rasm

Har ikki rasmdagi imkoniyatlar egri chizig'ini taqqoslang va quyidagi savollarga javob bering.

A)Nima sababdan har bir mamlakat imkoniyati egri chizig'i (a rasm), 2004 yili b) rasmdagi darajaga ko'tarildi?

B)Nima sababdan S va D mamlakatlarida A va V mamlakatlariga qaraganda imkoniyat egri chizig'i yuqori.

V)Joriy iste'mol bu mamlakatlarda 2004 yilda qanday o'zgargan?

T/N

1. Individual ehtiyoj bu har bir oilaning, jamoaning ehtiyoji bo'lib, u birgalikda yashash va faoliyat yuritishga bo'lgan ehtiyojni o'z ichiga oladi.
2. Guruhiy ehtiyoj bu oilaviy yoki kishilarning Biron maqsadda birlashgan guruhlar: mehnat jamoasi, turli uyushmalar ehtiyojlari bo'lib, birgalikda yashash, faoliyat yuritish jarayonida vujudga keladigan umumiy ehtiyojlardir.
- 3.Umumjamiyat ehtiyojlari mamlakat miqyosida, qolaversa yer shari miqyosida insonlarning bir butun bo'lib tarkib topgan ehtiyojlaridir.
4. Mahallada militsiya tayanch punkti ochildi. Uni individua ehtiyojga misol qilsa bo'ladi.
5. Atrof-muhitni holatini o'rganish uchun laborotoriya tashkil etildi. Bu umujamiyat ehtiyojini qondirishga kiradi.
6. Bizni ehtiyojlarimiz olgan axborotlarimizga ko'ra shakllanadi.
7. Ovqatga intilish har bir odamda kishi oshchqozonini kichik sig'imi Bilan cheklanadi, lekin qulayliklarga hamda uy-joy, kiyim-kechak, uy sharoiti uni anjomlar Bilan bezashga intilish, aftidan cheksiz yoki muayyan chegaralarga ega bo'lmasa kerak, deb ta'kidlagan Gegel.
8. Komfort(qulaylik)- umuman tugamaydigan narsa degan, Gegel.
9. Qaror qabul qilish uchun turli muqobil variantlarni tanlash mezonlari asosida taqqoslanadi.
10. Resurslarni cheklanganligi ham, imkoniyatlar kattaligi ham tanlashni zarur qilib qo'yadi. Faqat tanlash mezonlari tubdan farq qiladi.
11. Talaba oziq-ovqat mahsulotlarini xarid qildi. Bu individual ehtiyojga kiradi.
12. Korxonada kiyim-kechak ishlab chiqarish uchun chet eldan so'nggi modadagi material xarid qildi. Bu individual ehtiyojni qondirish.

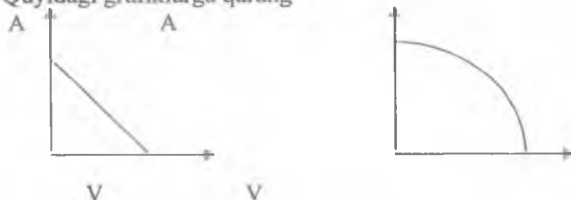
### Testlar

1. Resurslar cheklanganligi muammosini echish mumkin...
  - a) Agar hamma odamlar resurslarni tejashsa;
  - b) Agar hamma ixtiyoriy ravishda o'z extiyojlarini cheklasa;
  - c) Kelajakda, fan va texnika taraqqiyoti tovar ishlab chiqarishni ko'paytirish imkonini bersa;
  - d) Muammoni echib bo'lmaydi.
2. Pulingiz etmagani sababli bir nechta qimmat, lekin sifatli, shu bilan birga bir nechta arzon daftar sotib oldingiz. Siz ...
  - a) Resurslar cheklanganligi muammosiga;
  - b) Resurslar cheklanganligi tufayli murosali tanlovning zarurligiga;
  - c) Resurslar cheklanganligi murosali tanlov zaruriyati va muqobil qiymatni baholash muammosiga;
  - d) Resurslar cheklanganligi va muqobil variantni baholash muammosiga duch keldingiz;
3. Quyidagi keltirilgan qaysi iqtisodiy tushunchalar ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'ni ifodalaydi.
  - a) Talab va taklif;
  - b) Yalpi talab va yalpi taklif;
  - c) Ishlab chiqarish resurslari cheklanganligi, murosali tanlov, muqobil qiymat;
  - d) Mavjud ishlab chiqarish imkoniyati darajasida ehtiyojlarni qondirishning eng yaxshi usuli;
4. Ishga avtobusda yoki marshrut taksida borish mumkin. Siz marshrut taksida borishni yoqtirasiz. Toshshaharyo'lovchitrans shu liniyaga yangi «Mercedes» avtobuslarini qo'ydi, shu bilan birga yo'l xaqi ham oshirildi. Sizni marshrut taksidan foydalanish bo'yicha qaroringiz muqobil qiymati o'zgaradimi?
  - a) o'sadi;
  - b) aniqlab bo'lmaydi;
  - c) kamayadi;
  - d) o'zgarmaydi;
5. Iqtisodiyotning asosiy savollari quyidagi javob variantlaridan qaysi birida berilgan:
  - a) Nima ishlab chiqarish, qanday ishlab chiqarish, kim uchun ishlab chiqarish?
  - b) Nima iste'mol qilinadi, qanday ishlab chiqariladi, kim ishlab chiqaradi?
  - c) Nima ishlab chiqariladi, qanday iste'mol qilinadi, kim ishlab chiqaradi?
  - d) Nima iste'mol qilinadi, qanday ishlab chiqariladi, kim iste'mol qiladi?
6. Muqobil tanlov muammosi
  - a) faqat alohida kishilar oldida;
  - b) faqat firmalar oldida;
  - c) faqat davlat organlari oldida;
  - d) kishilar, firmalar oldida xam, davlat organlari oldida ham.

## Tarqatiladigan materiallardan namunalari:

### 1-tarqatma material

Quyidagi grafiklarga qarang



Ularni solishtiring va javobingizni izohlang.

Javob: birinchi grafikdagi imkoniyat egri chizig'i o'zgarmas, doimiy muqobil qiymatga ega ishlab chiqarish, ikkinchi grafik esa A tovarni pasayib yoki V tovarning ortib borishini ko'rsatadi. Bunday tarzda transformatsiya egri chizig'i yoy shaklida bo'ladi.

### 2-tarqatma material

Hayotdagi turli tuman vaziyatda tanlovning variantlari nihoyatda xilma-xil bo'lib, qaror qabul qilishni qiyinlashtiradi. Muqobil variantlardan birini tanlash uchun har bir kishi beixtiyor shu variantlarni taqqoslashga tushadi.

Taqqoslashdagi mezonlar juda ko'p va xilma-xil bo'lib, ular ma'lum sharoit, vaziyat, qo'yilgan maqsad va boshqalarga bog'liq. Xuddi shu fikrni muqobil variantlar xaqida ham aytish mumkin. Muqobil variant ikki va undan ortiq bo'lsa tanlash, tanlash uchun esa taqqoslash zarur bo'ladi. Taqqoslash natijasida u yoki bu qarorga kelinadi. Bu jarayon alohida kishi, oiladan boshlab to butun mamlakat miqyosida amalga oshiriladi.

Qaror qabul qilish jarayonini quyidagi model orqali izohlash mumkin.

#### Qaror qabul qilishni qadam-baqadam modeli

1. Muammoni aniqlash. Eng avvalo muammo (erishish lozim bo'lgan natija)ni ajratish, ayni shu vaqt, shu vaziyat uchun qaysinisi asosiy hisoblanadi, aniqlash zarur.
2. Muqobil variantlarni aniqlab chiqish (belgilangan natijaga erishishning turli usullarini aniqlash). Masalan: auksion, musobaqa, navbatda turish, boshliqning qarori, mulk egasining hohishi va boshqalar.
3. Mezonlarni belgilash. (Har bir variantni baholashning mezonlarini aniqlaydigan standartlarni belgilash.) Masalan: hammaga teng shans, naflilik, eng yuqori narx, mukofot, qadr-qimmat, omad va hokazo.
4. Muqobil variantlarni baholash (Har bir mezon har bir muqobil variant uchun qo'llaniladi).

5. Qaror qabul qilish (Turli variantlar mezonlari bo'yicha taqqoslanadi va ulardan eng maqbuli tanlanadi).

### Qaror qabul qilish setkasi

2-jadval

Muqobil variantlar	Mezonlar					
	Hammaga teng shans	Eng yuqori narx	Qadr-qimmat, naf	Mulk egasining tanlovi	Omad	Mukofot
Boshliq (o'qituvchi)ning qaroriga ko'ra						+
Lotereya o'tkazish	+				+	
Auktsion		+	+			
Konkurs	+		+			+
Mulk egasining hohishiga ko'ra				+		

Albatta boshqa narsalar, maqsadlar uchun muqobil variantlar va qaror qabul qilish mezonlari boshqacha bo'ladi. Masalan: tadbirkorning qanday faoliyat turini tanlashi muqobil variantlari, maktabni bitiruvchining kelajakda qanday kasb tanlashi variantlaridan farq kiladi. Albatta mezonlari ham. Oliy Majlisga deputat nomzodiga ovoz berishda ham albatta muqobil variantlar ichidan o'zimiz belgilagan mezonlarga ko'ra qaror qabul qilamiz.

Undan tashqari imkoniyat cheklangan sharoitda birxil mezon tanlasak, imkoniyat nisbatan katta bo'lgan sharoitda boshqa xil mezon tanlanadi.

### 3-tarqatma material

O'zbekistonda iste'mol tovarlari ishlab chiqarish tarkibi (%)

	02/I	02/I-II	02/I-III	2002	03/I	03/I-II	03/I-III	2003
Iste'mol tovarlari	100	100	100	100	100	100	100	100
Oziq-ovqat mahsulotlari	47,8	47,5	47,2	47,1	44,4	43,2	42,6	43,8
Aroq-vino ichimliklari va pivo	7,7	8,2	8,9	8,4	7,5	8,3	8,4	8,2
Nooziq-ovqat tovarlari	44,5	44,2	43,9	44,5	48,1	48,4	49,0	48,0
J: Yengil sanoat tovarlari	10,6	10,2	11,6	11,8	13,7	13,4	13,5	13,0

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi.

Jadvaldagi ma'lumotlar asosida qanday xulosalar chiqarish mumkin?

**4-tarqatma material**

**Aholining ijtimoiy infratuzilma ob'ektlari bilan ta'minlanish darajasi dinamikasi**

Yillar	Aholining ta'minlanganligi				
	1 yashovchi hisobiga turar joy bilan ta'minlanganlik, kv. m.	10 ming kishi hisobiga kasalxonalar joylari bilan	10 ming kishi hisobiga ambulatoriya-poliklinika muassasalari bilan	Markazlashtirilgan suv ta'minoti bilan, %	Tabiiy gaz bilan %
1991	12,2	123,0	133,7	80,0	46,2
1995	13,0	83,7	137,6	71,5	59,4
2000	13,7	55,9	158,2	81,0	73,9
2001	13,9	55,8	160,4	81,0	76,5
2002	14,2	57,8	163,1	81,4	77,4
2003	14,4	57,3	164,9	82,2	78,2

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

Jadval ma'lumotlari asosida qanday xulosalar chiqarish mumkin?

**Javoblar:**

Asosiy tayanch tushunchalar:

1b, 2g, 3a, 4v, 5d, 6j, 7e

Masala va mashqlar:

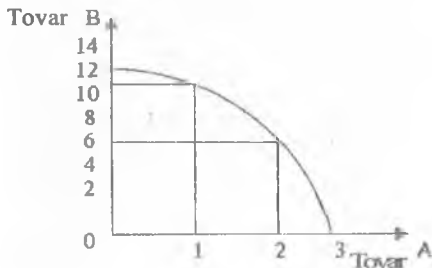
1). 1050 ta qizlar ko'ylagi yoki 1200 ta erkaklar ko'ylagi.

**Grafik:** x o'qida qizlar ko'ylagi, u o'qida erkaklar kuylagi ifodalangan imkoniyat chizig'i.

Javob:

4. Bitta qo'shimcha avtomobil ishlab chiqarish xarajatlari 7,6,5,4,3 traktor, qo'shimcha bitta traktor ishlab chiqarish 1/7, 1/6, 1/5, 1/4, 1/3 avtomobilga teng.

5. A) Ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'i quyidagicha bo'ladi.



B) A tovarning V tovarlagi muqobil qiymati 2, 4, 6.

V) Tovarlarining muqobil qiymati doimiy, o'suvchi yoki pasayuvchi ekanligini aniqlash uchun ularni ketma-ketlikda takkoslaymiz.

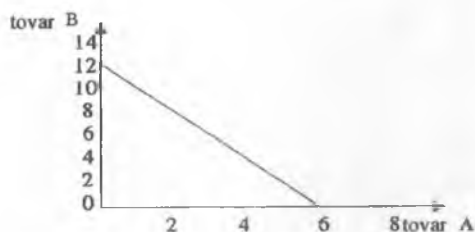
V tovarning A tovar ishlab chiqarish evaziga yo'qotilgan muqobil qiymati o'sib boruvchi, chunki u 2 dan 4, 6 ga o'sdi.

A tovarning V tovarda ifodalangan muqobil qiymati esa pasayuvchi, chunki u 12, 10, 6, 0 ga teng.

G). Agarda muqobil qiymat doimiy bo'lsa A tovar ishlab chiqarishni kamayishi yoki ko'payishi, V tovarning teng miqdorda ko'payishi yoki kamayishida ifodalanadi.

Uni jadval yoki grafikda tasvirlasak quyidagicha bo'ladi.

Mahsulot turlari	a	b	v	g	D	e	Yo
A tovar (dona)	0	1	2	3	4	5	6
V tovar (dona)	12	10	8	6	4	2	0



Demak muqobil qiymat doimiy bo'lsa imkoniyat egri chizig'i to'g'ri chiziq shaklida bo'ladi.

6.

A)Hamma mamlakatlarda ishlab chiqarish egri chizig'i fan-texnika tarakkiyoti natijasida o'ngga siljigan. chunki fan-texnika tarakkiyoti ishlab chiqarish imkoniyatini kengaytiradi.

B) S va D mamlakatlarida ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'i yuqori. Sababi, bu mamlakatlarda 1990 yili investitsion tovarlar miqdori ulushi yuqori bo'lgan.

V) 2004 yili barcha mamlakatlarda 1990 yilgi nisbatan joriy iste'mol o'sgan. Lekin S, D mamlakatlarida A, V mamlakatlariga nisbatan yuqori. Sababi, bu mamlakatlarda dastlab kelajak uchun tovarlar ko'prok ishlab chiqarilgan. Bu

o'z navbatida ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'ini yukori bo'lishiga, jumladan joriy iste'molni ham A, V mamlakatlariga nisbatan S, D mamlakatlarida yuqori bo'lishiga olib keladi.

T/N

1N, 2T, 3T, 4N, 5T, 6T, 7N(A. Smit), 8T, 9T, 10T, 11T, 12N.

**Testlar**

1d, 2c, 3c, 4b, 5a, 6d.



### III bob. IQTISODIY FAOLIYAT VA ISHLAB CHIQUARISH

Avvalgi bobda insonning ehtiyojlari cheksiz ekanligi, uni qondirish muammolarini ko'rib chiqdik. Navbatdagi bobda ehtiyojlarni qondirish uchun insonning iqtisodiy faoliyat yuritishi, uning turlari, ishlab chiqarish uchun zarur omillar va ularning nisbatini tadqiq etamiz

Ishlab chiqarish samaradorligi hamda resurslar cheklanganligi sababli inson doimo uni oshirish yo'llarini izlashi muammolarini o'rganamiz.

#### 1-§. Iqtisodiy faoliyat va uning turlari

Inson ehtiyojlari turli-tuman bo'lib, ularni turli usullar, vositalar orqali qondirishga harakat qiladi.

**Insonning ehtiyojini qondirish, ya'ni tirikchilik, hayot kechirishini ta'minlashning vosita va usullari majmui iqtisodiy faoliyat deb ataladi.**

Agar iqtisodiy faoliyatni insonni hayot kechirishini ta'minlovchi faoliyat tarzida qarasaq, uni kishilik jamiyati taraqqiyoti tarixi davomida rivojlanishini ikki asosiy tipga bo'lishimiz mumkin:

1) o'zlashtiruvchi va 2) ishlab chiqaruvchi.

Kishilik jamiyatining dastlabki bosqichida insonlar tabiatdagi bor narsalarni to'g'ridan-to'g'ri o'zlashtirish bilan hayot kechirganlar.

Insoniyat ma'lum bir paytdan esa ob'ektiv zarurat tufayli tabiatdagi tayyor ne'matlarni o'zlashtiruvchidan ishlab chiqaruvchiga aylandi. Shu paytdan boshlab, uning mehnati sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tarildi. Mehnat iqtisodiy jarayonga aylandi. Endi insonlar tabiat ne'matlarini ehtiyojlariga moslashtirishga o'tdilar.

Iqtisodiy faoliyat inson hayotining asosini tashkil etadi. U juda murakkab, turli hodisa va jarayonlarni o'z ichiga oladi. Kishilik jamiyati yashar ekan, bu jarayonlar uzluksiz davom etadi. Iqtisodchilar iqtisodiy faoliyatni nazariy jihatdan to'rt fazaga bo'lishadi: ishlab chiqarish, ayirboshlash, taqsimot, iste'mol. Insonlarning xo'jalik yuritish faoliyatining natijasi ijtimoiy mahsulot bo'lib, uning harakati ana shu to'rt fazani bosib o'tadi va uzluksiz takrorlanadi.

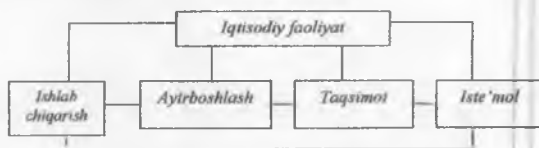
#### **Ishlab chiqarish.**

Iqtisodiy faoliyat ishlab chiqarishdan boshlanadi.

Bu jarayondan ishlab chiqarish omillari o'zaro birikib, insonlarning

turli-tuman ehtiyojlarini qondiradigan ne'matlar yaratiladi.

Iqtisodchilar ishlab chiqarishda uch marta yirik inqilob yuz bergan va u muvofiq tarzda iqtisodiy taraqqiyotda uch marta yangi davmi boshlab berganini e'tirof etadilar. Bunda o'ziga xos boshlang'ich nuqta rivojlangan industrial (sanoat) ishlab chiqarishning vujudga kelishi bo'lib u markaziy o'rinni egallaydi, undan so'ng: industrial ishlab chiqarishga qadar bo'lgan davr, ya'ni toindustrial va postindustrial (lotincha *post* - keyin) davrlarga bo'linadi.



Ishlab chiqarishning industrial rivojlanishga qadar bo'lgan (toindustrial) bosqichi quyidagi xususiyatlarga ega:

- iqtisodiyotning dastlabki sferasi — qishloq xo'jaligi ustun bo'ladi;
- aholi asosan dehqonchilik va chorvachilik bilan band;
- asosan qo'l mehnatiga tayanadi;
- mehnat taqsimoti nihoyatda past, natural xo'jalik yuritishga asoslanadi;
- aholi ehtiyojlari turg'un holatda bo'lgan ishlab chiqarishga xos.

Ishlab chiqarishning bu bosqichi hozir ham ayrim Afrika mamlakatlari (Mali, Gvineya) ga xos bo'lib, qishloq xo'jaligida band bo'lganlar mehnat unumi 2 kishini boqishga etadi.

Yer shari aholisining ko'payishi, ehtiyojlarning o'sishi, ularni qondirish yo'llarini qidirishga majbur qildi. Bu oxir-oqibat sanoat to'ntarishiga olib keldiki, u Angliyada XVIII asrning 60-yillarida boshlanib, AQShda XIX asrning 50—60-yillarida yakunlandi. Qo'l mehnati mashinalar zimmasiga yuklatildi.

**Industrial bosqich** quyidagi xususiyatlari bilan farqlanadi:

— iqtisodiyotda asosiy rolni mashinalashgan sanoat ishlab chiqarishi o'ynaydi;

— sanoat boshqa muhim tarmoqlar (qishloq xo'jaligi, qurilish, transport)ni ham qayta qurishga olib keladi;

— aholining asosiy qismi industrial tarmoqda band bo'ladi;

— mehnat taqsimotining chuqurlashuvi ro'y berib, ko'plab yangi tarmoqlar vujudga keladi. Natijada iqtisodiyotda ishlab chiqarishni tashkil qilishning murakkab shakli — tovar ishlab chiqarish rivojlanadi;

— aholi urbanizatsiya (urbahis — shahar)si ro'y beradi.

Aholining asosiy qismi shaharlarda yashay boshlaydi;

— ishlab chiqarish imkoniyatlarining kengayishi turli-tuman ehtiyojlarni qondirish uchun yo'l ochadi.

Ikkinchi «demografik portlash» iqtisodiyotning industrilashtirilishi bilan bog'liq. 1650—1974 yillarda aholi 7 marta ko'paydi (1650 yili planetamizda 650 mln. kishi yashagan). Dunyo aholisi ayniqsa keyingi 50 yil ichida tez sur'atlar bilan ko'paydi.

Buning natijasida ehtiyojlarni qondirish bilan cheklangan ishlab chiqarish imkoniyatlari o'rtasida qarama-qarshilik kuchayib bordi. Bu qarama-qarshilik 50-yillarda ro'y bergan fan-texnika inqilobi natijasida echilmoqda. U xo'jalik rivojlanishi uchun kelajakda nihoyatda katta imkoniyatlar yaratadi.

**Postindustrial bosqich** quyidagi xususiyatlari bilan ajralib turadi:

— iqtisodiyotning muhim sferasi — xizmat ko'rsatish nihoyatda tez rivojlanadi. Unda ishlovchilarning 50-70% band bo'ladi;

— fan bevosita ishlab chiqaruvchi kuchga aylanadi. Fan yutuqlari natijasida ishlab chiqarishda, tabiatda mavjud bo'lmagan mahsulotlar yaratiladi;

— xo'jalikning barcha tarmoqlarida va maishiy maqsadlarda informatika va hozirgi zamon hisoblash texnikasi yutuqlaridan keng foydalaniladi. Jismoniy va aqliy mehnatni ham avtomatlashtirish kuchayadi;

— korxonalarda ilmiy xodimlar va yuqori malakali mutaxassislarning roli tezlik bilan oshib boradi;

— barcha turdagi resurslarni iqtisod qiladigan, mahsulotni yuqori sifatli bo'lishini ta'minlaydigan yuqori texnologiyaga o'tish amalga oshadi;

— barcha kishilarning eng zarur ehtiyojlarini to'la qondirishni ta'minlash, yuqori darajadagi ehtiyojlarni kengaytirish imkoniyatlariga ega bo'linadi.

Shunday qilib, uzoq davom etgan tarixiy iqtisodiy taraqqiyot natijasida hozirgi zamon ishlab chiqarishi shakllandi. Bir vaqtlar, hatto yaqin o'tmishdagi ishlab chiqarishni hozirgi payt bilan taqqoslaganda ham inson aql-zakovati erishgan yutuqlardan hayratlanmay iloji yo'q. **Moddiy ishlab chiqarish** - aniq moddiy shaklga ega mahsulotlar - iste'mol buyumlari, turli-tuman uskuna, mashina, xom ashyo va boshqalar ishlab chiqarishni o'z ichiga oladi. Moddiy ishlab chiqarish odatda sanoat, qurilish, qishloq va o'rmon xo'jaligi kabilardan tashkil topadi.

**Nomoddiy ishlab chiqarish** moddiy bo'lmagan ne'matlar, ma'naviy, axloqiy qadriyatlar, chunonchi, madaniyat, san'at, ilmiy, ma'naviy asarlar yaratishni o'z ichiga oladi.

hozirgi zamon ishlab chiqarishida xizmat ko'rsatish sohasi alohida o'rin tutadi. Xizmat ko'rsatish ikki turga - moddiy va nomoddiy xizmat ko'rsatishga bo'linadi.

Birinchisiga yuk transporti, ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi aloqa, savdo, uy-joy, kommunal xizmati, maishiy xizmat ko'rsatish kiritilsa, ikkinchi guruhga - maorif, sog'liqni saqlash, sanoat, ijtimoiy ta'minot, moliyaviy, axborot, yuridik xizmat ko'rsatish va hokazolar kiradi.

Hozirgi paytda zamonaviy ishlab chiqarish tarkibida infrastruktura alohida ajratib ko'rsatiladi.

**Infrastruktura** normal tarzda ishlab chiqarish va odamlarning hayot kechirishini ta'minlovchi sohalaridan iborat.

Infrastruktura ishlab chiqarish, sotsial, bozor infrastrukturasidan iborat bo'lib, ishlab chiqarish infrastrukturasiga yo'llar qurish va uning ekspluatatsiyasi, kanallar, portlar, ko'priklar, aeroport, omborxonalar, energiya uzatish tarmoqlari, suv ta'minoti, kanalizatsiya (oqava tarmoqlari) va boshqalarni qurish va uning xizmat qilishini ta'minlash sohalarini kiradi.

Sotsial infrastruktura maorif, madaniyat, kadrlar tayyorlash, sog'ni saqlash va boshqalar kiradi.

Bozor infrastrukturasiga bozorlar, bank, xom ashyo, fond birjalari ... va hokazo kiradi (V bob).

Infrastruktura barcha ishlab chiqarish va insonlarning hayot kechirish jarayonini bir butun qilib bog'laydi. >

Moddiy ishlab chiqarishning tez sur'atlar bilan rivojlanishi, nomoddiy sohaning ham rivojlanish imkoniyatlarini kengaytiradi. Chunki, moddiy sohaning rivojlanishi, unda unumdorlikning o'sishi natijasida bo'sh ish kuchi yuzaga keladi. Bu nomoddiy sohani qo'shimcha ish kuchi va moddiy resurslar bilan ta'minlash imkonini vujudga keltiradi.

Hozirgi paytda rivojlangan mamlakatlarda moddiy ishlab chiqarish sohasida unumdorlik yuqori bo'lgani tufayli iqtisodiy faol aholining 30-50% i shu sohalarida band.

Ishlab chiqarishdan maqsad iste'mol, lekin bozor xo'jaligida pirovard maqsad bilan tovar ishlab chiqarishda bevosita maqsad mos kelmasligi mumkin. Ya'ni pirovard maqsad iste'mol qilib, ehtiyojni qondirish bo'lsa, tovar ishlab chiqaruvchining maqsadi xarajatlarini qoplab foyda olishdir. Buning uchun ishlab chiqarilgan mahsulot to'g'ridan-to'g'ri iste'mol qilinmay, bozorda ayirboshlanadi, ya'ni sotiladi.

Ayirboshlash jarayonida mahsulotlar ma'lum miqdoriy nisbatda bir-biriga almashiriladi. Ayirboshlash moddiy ne'mat va xizmatlarning bir sub'ektdan ikkinchisiga o'tish jarayonini bildiradi. Tarixan olib qarasaq, ayirboshlash ikki xil: mahsulot va tovar ayirboshlash shaklida yuz beradi. >

Bir mahsulotni bevosita boshqa mahsulotga ma'lum miqdoriy nisbatda ayirboshlash *barter* deyiladi. Bunday ayirboshlash qulay emas. Bunday ayirboshlash kishilik jamiyati taraqqiyotining dastlabki bosqichlarida qo'llanilgan. >

Tovar ishlab chiqarishning vujudga kelishi, rivojlanishi bilan tovar ayirboshlash amal qiladi.

Bir mahsulotni ikkinchisiga pul vositasida, ma'lum narx asosida, ya'ni oldi-sotdi yo'li bilan ayirboshlash— tovar ayirboshlash deyiladi. Bunda tovar pulga ayirboshlanadi, keyin esa bu pulga xohlagan boshqa tovar almashiriladi. U universal ayirboshlash, shuning uchun ham tovar ayirboshlash, oldi-sotdi, ayirboshlashning eng qulay va yuksak shakli tarzida tan olinadi. >

Hozirgi paytda neoklassik yo'nalish vakillari ayirboshlashning unumli ekani, uning jamiyat boyligi ko'payishiga ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydilar.

Ma'lumki, fiziokratlar faqat qishloq xo'jaligidagi mehnat unumli deb tan olsalar, A. Smit va D. Rikardolar sanoatdagi mehnat ham unumli deb ko'rsatishgan. >

Bu xususda Marshall shunday fikrni ilgari suradi. Umuman olganda inson moddiy ne'matlar yaratadi deyishimizning o'zi to'g'rimi? Vaholanki, inson faqatgina tabiat yaratgan narsalarnigina foydaliroq tarzda ehtiyojlarini qondirishga moslashtiradi. Masalan, yog'ochdan stol yasaydi yoki xom ashyo materialini shunday joylashtiradiki, uni tabiatga nisbatan ko'proq foydali bo'lishini oxiriga etkazadi. Shu nuqtai nazardan ayirboshlash, ishlab chiqarishga o'xshab ne'matlarni ma'lum makonda ko'chib yurishini ta'minlab, inson ehtiyojlarini to'laroq qondirishga xizmat qiladi. Bu jihatdan agar boylikni faqat moddiy, qo'l bilan ushlab, ko'z bilan ko'radigan narsa sifatida emas, balki inson ehtiyojlarini to'laroq qondirish nuqtai nazaridan qarasaq, ayirboshlash ham boylikning ko'payishiga xizmat qiladi! >

Boylik faqat moddiy ishlab chiqarishda yaratiladi deb ta'kidlash xizmatlar ko'rsatishni nazar-pisand qilmaslikka, oxir-oqibat bu sfera rivojlanishining sekinlashishiga olib keladi.

Taqsimot. Bu yaratilgan mahsulotni taqsimlashgina bo'lib qolmay u resurslar yoki ishlab chiqarish omillarini taqsimotini ham ifodalaydi. >

Taqsimot avvalo har bir xo'jalik yurituvchi sub'ektning yaratgan mahsulotdagi hissasini aniqlaydi. Bu hissa eng avvalo yaratilgan mahsulot miqdori va sifatiga hamda uning realizatsiyasiga bog'liq. Taqsimot va ayirboshlash ishlab chiqarish

bilan iste'molni shunchaki bog'lamaydi. Ko'p jihatdan ishlab chiqarishning samarali bo'lishiga ayirboshlash va taqsimotsiz erishib bo'lmaydi.

G'arb iqtisodchilari iqtisodiy xo'jalik yuritish faoliyatini tahlilini A. Smitdan boshlab, hozirgi taniqli iqtisodchilargacha ayirboshlash va taqsimlash jarayonini tadqiq qilishdan boshlashgan. Bu tasodif emas, chunki iqtisodiyot ayirboshlash yuz berganda, taqsimot esa ayrim kishilarning xohishiga qarab emas, balki ob'ektiv tarzda bozordan oladigan signallar asosida amalga oshganda erkin iqtisodiyot sifatida tarkib topadi. Mahsulotlarning mo'l-ko'lligi uchun taqsimlash uslublaridan, ya'ni narxlar shakllanishini bozor mexanizmidan minnatdor bo'lishimiz kerak degan, asrimizning taniqli iqtisodchilaridan F. Xayek.

Iqtisodiy resurslar taqsimoti narx mexanizmi orqali amalga oshadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida taqsimot mulkchilikka bog'liq. Yaratilgan mahsulotdagi ulush har bir omilning mulk egasi sifatidagi hissasi orqali aniqlanadi.

Taqsimot qanday tarzda bo'lishiga qarab, ishlab chiqarishni faol yangilanishiga ta'sir ko'rsatadi.

Iste'mol - ishlab chiqarish natijalaridan foydalanish ehtiyojni qondirish jarayonini ifodalaydi. Iste'mol ikki xil: shaxsiy va ishlab chiqarish iste'moli bo'ladi: birinchidan, tirikchilik kechirish uchun odamlarning o'zlari tomonidan iste'mol qilinadi, ikkinchidan, ishlab chiqarishni davom ettirish uchun ishlab chiqarishning o'zida ishlatiladi.

Iste'mol faoliyat sifatida yakka, guruhiy, umummilliy tarzda yuz beradi.

Iste'mol yana qayta mahsulot va xizmatlar yaratishni zarur qilib qo'yadi.

Cheksiz ehtiyojni qondirish uzluksiz iqtisodiy faoliyatni talab qiladi. Iqtisodiy faoliyat kishilarning ma'lum bir maqsad yo'lidagi xatti-harakatini bildiradi. Uning ishtirokchilari ayrim kishilar, korxonalar, firma, xo'jalik va davlatlar bo'lib, ularni umumiy tarzda iqtisodiy faoliyat sub'ektlari deb ataladi. Ular doimo bir-birlari bilan muntazam aloqada bo'ladilar.

## 2- §. Ishlab chiqarish omillari va daromadlarni taqsimlash nazariyasi

Ma'lumki, iste'mol qilish uchun avvalo ishlab chiqarish zarur. Ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun esa iqtisodiy resurslar ishlatiladi. Iqtisodiy resurslar ishga solinganda u ishlab chiqarish omillariga aylanadi. Ishlab chiqarish yuz berishi uchun uning omillari harakatga kelishi shart.

Iqtisodiyot nazariyasida ishlab chiqarish omillari turlicha talqin etiladi. Turli nazariya namoyandalari ishlab chiqarish omillarisiz ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish mumkin emasligini ta'kidlashadi. Lekin ularni talqin qilishda har xil jihatdan yondashiladi. Bunda mahsulot yaratishda u yoki bu omilning tutgan o'rni va yaratilgan mahsulot taqsimotidagi hissasi haqidagi fikrlar bir-biridan farq qiladi.

Frantsuz iqtisodchisi J. B. Sey (1767—1832) ishlab chiqarishning uch omili nazariyasini asoslab, ularga yer, kapital, mehnat kiradi deydi.

Ularning o'zaro ta'siri natijasida ishlab chiqarish yuz beradi.

Mahsulot yaratishda uchala omil ham qatnashar ekan, Har bir omil egasi ana shu omilning hissasiga ko'ra daromad olishi kerakligini ko'rsatadi, yer egasi — renta, mehnat qilgan ish haqi, kapital egasi foyda oladi. Klassik siyosiy iqtisod vakillari ham shunday fikrni ilgari surishadi.

Avstriya maktabi asoschilaridan E. Baverk (1851—1914) ishlab chiqarishning ikki omili mavjud, kapital va mehnat, yer esa kapital turli-tumanligining bir ko'rinishi deb biladi. U ishlab chiqarish omillari unumdorligining ma'lum bir chegaradan so'ng pasayib borishini ko'rsatadi, me'yoriy unumdorlik qonuni amal qilishini asoslab berdi.

Ishlab chiqarish omillari texnologiya yordamida bir butun qilib bog'lanadi. (Texnologiya — ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirishning vosita va uslublari to'g'risidagi bilimlar, tajribalar majmuidir.)

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ko'pchilik iqtisodchilar ishlab chiqarishning 4 omilini ko'rsatishadi. Ular yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik bo'lib, ularning har biri daromad keltirish asosiga ega.

Iqtisodiy resurslar ishlab chiqarish omillariga aylanishi, ulardan oqilona foydalanish natijasida hisulot yaratiladi, xizmat ko'rsatiladi. Omillar ishlab chiqarishda alohida-alohida qatnasha olmaydi. Ular birgalikda hamda ma'lum bir nisbatda ishlatiladi. Ular doimo bir-birini to'ldiradi. Masalan, mashina o'rmini jonli mehnat bilan yoki aksincha, tabiiy ashyo o'rmini sintetik ashyo bilan to'ldirish mumkin. Shuning uchun resurslardan biri immatlashsa, uning o'rmini to'ldiradigan boshqa arzon resurs bilan almashtirishga harakat qilinadi.

Ishlab chiqaruvchilarning xarajatlari shu resurs egalarining daromadi bo'ladi.

Ishlab chiqarish omillari egalari oladigan daromad, shu omilning hissasiga bog'liq bo'ladi. Yer omili tushunchasiga iqtisodiy nuqtai nazardan faqat yer emas, balki barcha tabiiy resurslar kiritiladi. Unga haydaladigan yerlar, o'rmonlar, suv resurslari, turli tabiiy boyliklar, ko'mir, neft, metall, minerallar kiradi. Ular ishlab chiqarishning tabiiy sharoitini hosil qiladi. Yer omili (tabiiy resurslar) keltiradigan daromad renta deb ataladi.

**Kapital.** Kapital yoki investitsion resurslar - bu hamma ishlab chiqarish vositalarini o'z ichiga oladi. Bularga tovar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan barcha vositalar, ya'ni mashina-uskuna, bino, inshoot, traktor, aloqa vositalari va boshqa shunga o'xshashlar kiradi. Ana shu vositalarni ishlab chiqarish va jamg'arish jarayonini **investitsiyalash** deb ataladi.

Bu yerda ikki holatni eslatish kerak: 1) investitsion tovarlar iste'mol tovarlaridan shunisi bilan farq qiladiki, iste'mol tovarlari odamlar ehtiyojini bevosita qondiradi. Investitsion tovarlar esa bivosita, ya'ni iste'mol tovarlari ishlab chiqarish uchun ishlatilishi bilan odamlar ehtiyojini qondirishga xizmat qiladi. 2) Kapital deganda bu ma'noda pul ko'zda tutilmaydi. Iqtisodchilar ko'pincha «pul kapitali» iborasini pulni ko'zda tutgan holda ishlatadilar, lekin bu yerda ishlab chiqarish vositalari sotib olish uchun ishlatiladigan pul bo'lishi mumkin, xolos. Pulning o'zi hech nima yaratmaydi, ishlab chiqarmaydi, demak, uni iqtisodiy resurs deb bo'lmaydi.

Kapital inson tomonidan yaratilgan mehnat vositalari, mehnat qurollari (mashina, asbob-uskuna, turli apparatlar, dastgoh va hokazolar) va mehnatning

umumiy sharoitlari bino, inshootlar, kanallar, yo'llar va hokazolarni hamda mehnat ashyolarini o'z ichiga oladi. Mehnat ashyolari tabiiy va xom ashyolardan iborat bo'lib, tabiiy ashyolarga tabiiy boyliklar - ko'mir, ruda, neft va hokazolar, xom ashyolarga inson tomonidan ishlov berilgan material, qazib olingan ko'mir, neft, eritilgan metall va hokazolar kiradi.

Ularning hammasi **real kapitalni** tashkil etadi. Real kapital iqtisodiy resurs bo'ladi. Pul yoki moliya kapitali iqtisodiy resurs emas. Bozor iqtisodiyoti sharoitida moliyaviy resurslar tushunchasi ko'proq ishlatiladigan bo'ldi. Kapitalga investitsion resurslar tarzida qaraydigan bo'lsak, u keltiradigan daromad, yillik protsent dividend tarzida namoyon bo'ladi.

**Mehnat.** Mehnat — bu keng ma'nodagi termin bo'lib, iqtisodiy nuqtai nazardan insonlarning jismoniy va aqliy qobiliyatlarini ko'zda tutadi (tadbirkorlik qobiliyati alohida ajratiladi). Har qanday kasb-hunar egasi, dehqon, chorvador, tikuvchi, to'quvchi, o'qituvchi va hokazolar bajargan ish mehnat deb ataladi. Mehnat omilining yaratilgan mahsulotdagi ulushi, uning egasiga ish haqi tarzida tegadi.

**Tadbirkorlik qobiliyati.** Tadbirkorlik mehnat resursining alohida sifat jihatidan farq qiluvchi tomoni bo'lib, u o'zining quyidagi xususiyatlari bilan boshqalardan farq qiladi.

1. Tadbirkor iqtisodiy resurslarni ishlatib, tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish tashabbusini o'z zimmasiga oladi. U foyda keltiradigan ish bilan shug'ullanib, ishlab chiqarishni tashkil qilib, harakatga keltiruvchi kuch sifatida yuzaga chiqadi.

2. Tadbirkor o'z zimmasiga qiyin vazifa - biznesda asosiy qaror qabul qilishni oladi, ya'ni korxonada faoliyati kursini belgilaydi.

3. Tadbirkor — bu novator, tijorat asosida yangi mahsulot, ya'ni ishlab chiqarish texnologiyasi, hatto biznesning yangi tashkiliy shakllarini hayotga tatbiq etishga harakat qiluvchi.

4. Tadbirkor — bu oqilona tavakkal qilish xatarini hisobga olgan holda ya'ni risk qilib ish yurituvchi. Tadbirkorning foydasi kafolatlanmagan. U foyda o'rniga zarar ko'rishi, oxir-oqibat bankrot bo'lishi mumkin. Qisqacha aytganda, tadbirkor o'z vaqti, mehnati va obro'si bilangina emas, balki o'zi qo'ygan mablag' hamda sheriklari-aksionerlar mablag'lari bilan ham tavakkal qilib ish yuritadi.

Tadbirkorning o'z qobiliyatini ishlatib, qilgan sa'y-harakatlari tufayli ko'radigan daromadi tadbirkorlik foydasi deb ataladi.

Ehtiyojlar turli-tuman va cheksiz bo'lgani holda ularni qondirish uchun zarur resurslar cheklangan ekan, u holda doimo ishlab chiqarish omillarini muqobil ishlatish, ular qo'shilishining eng oqilona variantini **tanlash muammosi** kelib chiqadi.

Iqtisodiy tizimning samarali amal qilish muammosi — bu tanlash muammosidir (11 bob, 3§). Bu muammo iqtisodiyotning besh asosiy savolida namoyon bo'ladi.

**Nima?** — ma'lum bir vaqtda qanaqa tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish zarur?

**Qancha?** - ishlab chiqarilayotgan mahsulot qancha miqdorda bo'lishi kerak?

**Qanday?** — ishlab chiqarish omillarining qanday kombinatsiyasini, texnologiyani tanlash kerak?

**Kim uchun?** — ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarni kim sotib oladi, jamiyatda yaratilgan tovar va xizmatlardan olingan daromad qanday taqsimlanadi?

**Tizim o'zgarishlarga moslasha oladimi?** — iste'mol talabi, resurslar taklifi va texnologiyaning o'zgarishiga muvofiq ravishda reaksiya qiladimi?

Ishlab chiqarish samaradorligi ana shu savollarga to'g'ri javob tanlash bilan bog'liq. Bunda tadbirkorning, menejerning qolaversa, har bir rahbarning iqtisodiy fikrlash doirasi qandayligi muhim rol o'ynaydi.

### 3- §. Ishlab chiqarish funktsiyasi va omillarning nisbati, me'yoriy unumdorlik nazariyasi

Biron turdagi mahsulot ishlab chiqarish uchun ishlab chiqarish omillarining hammasi kerak, ulardan biron tasi bilan alohida tarzda biron narsa ishlab chiqarib bo'lmaydi. Shu bilan birga, shu omillardan qaysi biri — mehnatmi, kapitalmi, yermi yoki tadbirkorlikmi asosiy o'rin tutadi, mahsulot aynan shu omil bo'lgani tufayli ishlab chiqariladi, deb ham ayta olmaymiz. Ishlab chiqarish jarayonida bu omillar uzluksiz ravishda bir-biri bilan bog'liq holdagina amal qiladi, bir-birini to'ldiradi, gohida bir-birini o'rnini qoplaydi.

Biron aniq ishlab chiqarish jarayonida ishlab chiqarish omillarining belgilangan ma'lum bir miqdori nisbati talab qilinadi. Bunda tadbirkorni chiqadigan mahsulot miqdori qiziqtiradi. Texnika-texnologiyani ma'lum taraqqiyot darajasi, unga muvofiq mehnat unumdorligini ishlab chiqarish omillarining ma'lum kombinatsiyasi sharoitida shu omillar miqdori uchun mahsulotning optimal miqdoriga erishish mumkin.

Buni eng oddiy omil misolida ko'rish mumkin.

Maksimal miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun yer va mehnat turli kombinatsiyalarda birlashsin deylik.

Aytaylik, 1 ga yerda 10 kishi mehnat qilib 700 kg, 20 kishi 1000 kg, 30 kishi 1230 kg, 40 kishi 1410 kg hosil olishi mumkin. Bunda omillarning turli nisbatlari, turlicha natijaga olib keladi. Uni matematik ko'rinishda quyidagicha ifodalanadi:

$$U=f(a_1, a_2, a_3, \dots, a_n)$$

Bunda:  $U$  — ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori;

$a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$  — ishlab chiqarish omillari.

Bu funktsiyani quyidagicha korxon (firma) faoliyati natijasida ishlab chiqarishga jalb qilingan omillar bilan ishlab chiqarilgan mahsulot o'rtasida bog'lanish tarzida ham ifodalash mumkin.

$$Q=f(L \cdot K \cdot N)$$

$Q$  — mahsulot miqdori.

$L, K, N$  — ishlab chiqarish omillari mehnat, kapital, yerning turli xildagi birlashuvi.



Bu ishlab chiqarish hajmini ifodalaydigan funktsiya ishlab chiqarish omillariga umumiy xarajatlar bilan ularning nisbati o'rtasidagi bog'lanishni ko'rsatadi. Bu tenglik ma'lum bir texnologiyaga nisbatan olinadi. Texnologiyani takomillashuvi qayd qilingan, ma'lum nisbatdagi omillar yig'indisida ishlab chiqarish hajmini oshishiga olib keladi. (Texnika, texnik vositalar deganda iqtisodiyotdagi mashina, uskuna va hokazolar tushunilsa, ishlab chiqarish texnologiyasi — bu material, yarimfabrikatlarga ishlov berish usuli, ya'ni mexanik, texnik, ximik, elektroximik, biologik, universal usullardan iborat.)

Bu funktsiyalarning ahamiyati shundaki, u imkoniyatlarning muqobil variantlari borligini ko'rsatadi. Ishlab chiqarish omillarining turlicha nisbatlarda birlashuvi bir natijani, aynan bir hajmdagi mahsulot chiqarishni ta'minlashini ko'rsatadi. Agarda, ishlab chiqarish omillarining turlicha kombinatsiyalari bo'lishi mumkin ekan, demak, omillarning birlashuvini eng optimal varianti mavjud. Ishlab chiqarish funktsiyasi omillarini bir-birini almashtirishi mumkin. Ishlab chiqarish omillarini o'zaro bir-birini almashtirishi neoklassik tahlilning fundamental kontsepsiyasi hisoblanadi.

Yer miqdori, birligi (ga)	Mehnat miqdori, j birlik (kishi)			
	10	20	30	40
1	700	1000	1000	1230
3	1000	1410	1410	1730
6	1200	1720	1720	2120
9	1400	1400	2000	2450

Klassik maktab namoyandalari esa tovar ishlab chiqarish uchun faqat bir texnologiya bo'lishi mumkin, omillarni o'zaro bir-birini o'rnini bosishi, almashishini batamom imkoni yo'q, deb hisoblashgan. Ishlab chiqarish hajmi omillarning malum nisbatdagi miqdoriga bordiq. Ularni o'zgarishi uchun esa turlicha vaqt talab qilinadi. Shuning uchun iqtisodiyotda qisqa va uzoq muddatli davr farqlanadi. **Qisqa muddatli davr**- shunday davrki, korxonaning quvvatini o'zgartirish uchun (Yangi bino, inshoot qurish, texnika, texnologiyani o'zlashtirish, mutaxassis kadrlar tayyorlash) uchun juda qisqalik qiladi. Bunday omillar doimiy deb yuritiladi. Shu bilan birgashunday omillar borki, ularni nisbatan tezda, osongina o'zgartirish mumkin. Ularga ishchi kuchi, energiya, xom ashyo kabilar kiradi. Ularni o'zgaruvchi omillar deyiladi.

**Uzoq muddatli davr** deb, ishlab chiqarishning barcha omillarini (doimiy, o'zgaruvchi) o'zgartirish uchun etarli bo'lgan vaqtga aytiladi.

Qmsvqa muddatli davrda firma o'z mahsuloti hajmini faqat o'zgaruvchi omillar evaziga o'zgartiradi. Bunda doimiy omillar o'zgarmay qoladi. Bu davr mahsulot ishlab chiqarish dinamikasi me'yoriy unumdorlikni pasayishi qonunini amal qilishiga ko'ra aniqlanadi.

Ishlab chiqarish omiliga talab shu omil tufayli olingan me'yoriy mahsulotga bog'liq. Masalan, to'qimachilik tsexi bo'lib, ma'lum texnologiya bo'yicha bir to'quvchi o'nta to'quv dastgohini boshqa-radi deylik, biz to'quvchilar sonini o'zgartirmay dastgohlar sonini ko'paytirishimiz mumkin. Albatta, dastgohlarni ko'payishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'payishiga olib keladi. Lekin to'quvchi 12 dastgohni 10 ta dastgohga o'xshab yaxshi boshqara olmaydi. 15 tasini 12 taga

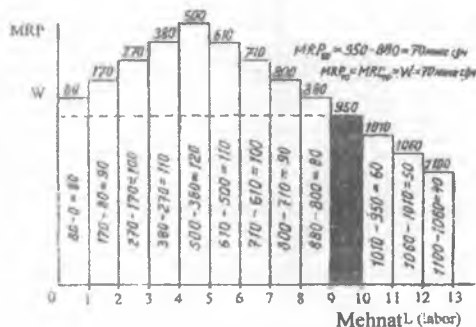
o'xshab. Buning natijasida mahsulotning miqdori umuman o'sishiga qaramay, har bir qo'shimcha stanokda chiqarilgan mahsulot avvalgisiga qaraganda kam bo'ladi. Bu misolimiz bo'yicha teskari vaziyatni ham ko'rishimiz mumkin. Dastgohlarni ko'paytirmay, to'quvchilar sonini ko'paytiraylik. U holda har bir to'quvchi kamroq dastgohni boshqaradi. U albatta 9 dastgohni 10 taga qaraganda yaxshi, 8 tasini undan ham yaxshiroq boshqaradi. Lekin dast-gohlarni unumdorligi cheklangan, shuning uchun har bir to'quvchi ishlab chiqargan mahsulot miqdori kamayib boradi.

Bu misol bizni muhim xulosaga olib keladi: bilim va texnikaning ma'lum bir erishilgan darajasida ishlab chiqarishning bosh omillari o'zgarmagani holda bir omilni o'sib borishi shu omil olib keladigan unumning ma'lum bir me'yorida so'ng pasayib borishini ko'rsatadi. Ana shu bog'lanish me'yoriy unumdorlikni (daromadni) pasayishi qonunini ifodalaydi.

Bir omilning o'zgarishi va qolganlarini o'zgarmagani holda ma'lum chegaradan so'ng har bir qo'shimcha sarflangan omil avvalgisiga nisbatan kamroq unum (daromad) olib kelishi me'yoriy unumdorlikni (daromadni) pasayish qonuni deb ataladi.

Uni chizmada tasvirlasak, quyidagicha ifodalash mumkin:

Chizma bir omil o'zgaruvchi (misolimizda mehnat), ikkinchisi — o'zgarmas (kapital misolimizda stanok) vaziyatda qanday hol ro'y berishi mumkinligini ko'rsatadi. Avvalgi me'yoriy (qo'shimcha) mahsulot birmuncha ko'payadi. Lekin to'quvchilar soni ortib borishi bilan (stanoklar soni o'zgarmagan holda) me'yoriy mahsulot kamayishni boshlaydi, chunki to'quvchini ko'payishi



ular xizmat qilayotgan stanoklarni sonini kamayishiga olib keladi. To'quvchilarni yollash ma'lum chegaragacha davom etadi. Bu chegara qayerda? Bu chegara mehnatning bozor bahosi, ya'ni ish haqiga teng bo'ladi. Ana shu ish haqi darajasi tadbirkorga qo'shimcha ish kuchi yollash kerakmi yoki yo'qligini ko'rsatadi. Bu ish haqi me'yoriy mahsulotning puldagi ifodasiga teng bo'ladi.

Agarda to'quvchining oylik ish haqi 70 ming so'm desak, misolimiz bo'yicha 10- to'quvchi yaratgan me'yoriy mahsulot ish haqiga teng. Uni chizmada ajratib ko'rsatilgan. 11- to'quvchidan boshlab me'yoriy mahsulot ish haqidan kamayib 60 ming, 50 ming so'm va ho-kazoni tashkil etadi. Natijada mahsulot ishlab chiqarishni 950ming so'mdan ko'paytiradigan bo'lsak, borgan sari foyda kamayib, oxir-oqibat zarar keltirishi mumkin. Vaholanki yuzaki qarasaq, qancha ko'p mahsulot ishlab chiqarsak, shuncha ko'p foyda oladigandek edik. Sababi qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish uchun me'yoriy xarajatlarning o'sishi o'rtacha xarajatlarni ham o'sishiga olib keladi (12 - bobga qarang).

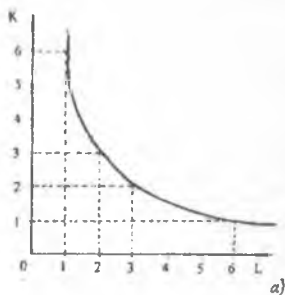
Bizni misolimizda me'yoriy xarajat to'quvchiga berilayotgan ish haqi, me'yoriy daromad bu qo'shimcha mehnat birligi evaziga yaratilgan pul shaklidagi me'yoriy mahsulot. Muvozanat pul shaklidagi me'yoriy mahsulotni ish haqiga teng bo'lganida ro'y beradi. Mukammal raqobat kurashi sharoitida yollangan ishchiga to'lanadigan ish haqi sotib olingan resurslar uchun qilingan me'yoriy xarajatlarga teng. Shuning uchun uni  $MRC=MRP$  tarzida yozishimiz mumkin.

Bu yerda:  $MRC$  — resurslar uchun me'yoriy xarajatlarda (marginal resource costs);

$MRP$  — me'yoriy mahsulot pul shaklida (marginal product).

Me'yoriy unumdorlikni pasayishi qonuni qisqa muddatli davrda :

1. Ishlab chiqarishning ma'lum bir omili o'zgarmay qolganda;
2. Omillar o'rtasidagi samarali nisbat buzilganda;
3. Fan-texnika taraqqiyoti yuz bermay, yangi ixtirolar qilinmasa yoki ixtirolar ishlab chiqarishga joriy qilinmasa amal qiladi.



K	6	3	2	1
L	1	2	3	6

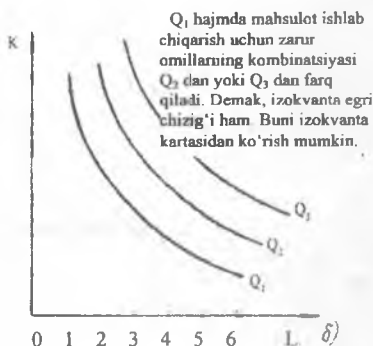
Bir omil o'zgarib, boshqa omillar o'zgarimganda olingan qo'shimcha mahsulot shu ishlab chiqarish omili uchun me'yoriy mahsulot (marginal product MP) bo'ladi.

Bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish omillarining turli variantlarda birlashuvini ifodalovchi nuqtalarning geometrik o'rnini ifodalovchi egri chiziq izokvanta (Isoquant) — deb ataladi.

Turli izokvantalar majmui tasvirlangan grafik, izokvant kartasi deb ataladi (b rasm).

Ishlab chiqarishning turli xil omillari nisbati ham har xil bo'lsa-da, ularning hammasi umumiy xususiyatlarga ega.

1. Boshqa sharoitlar teng bo'lganda bir resursni ko'payishi hisobiga mahsulot hajmini o'stirishning chegarasi mavjud. Misolimizda to'quv dastgohlari o'zgarimgani holda ishchilar sonini o'sib borishi ma'lum chegaradan keyin mahsulot hajmini o'sishi nolga yaqinlashadi.



2. Ishlab chiqarish hajmi ma'lum darajada ishlab chiqarish omillarining o'zaro o'rin bosishi tufayli nisbatini o'zgartirishi mumkin. Ishlovchilarning mehnati zarur unumli asbob-uskunalar bilan ta'minlangandagina samarali bo'ladi. Bunday asbob-uskuna bo'lmasa ishlab chiqarish hajmi pasayishi yoki ishchilar sonini ko'paytirish mumkin. Bunda bir resurs boshqasi bilan almashadi.

Shu bilan birga yuqorida aytganimizdek, birini ikkinchisi bilan almashtirishning ham chegarasi bor.

#### 4-§. Iqtisodiy samaradorlik va vaqtni tejash qonuni

Ma'lumki, ishlab chiqarishning natijasi, ya'ni samarasi bu yaratilgan mahsulotdir. Ishlab chiqarish uchun sarflangan resurslar ishlab chiqarish omiliga aylanadi, mahsulotda esa ishlab chiqarish xarajatlari sifatida gavdalanadi. Ishlab chiqarishning jamiyat uchun naqadar samarali ekanligi samaradorlik ko'rsatkichi orqali ifodalanadi.

**Samaradorlik = Ishlab chiqarish natijasi (mahsulot)  
Ishlab chiqarish xarajatlari**

Samaradorlik ishlab chiqarishni xarakterlaydigan eng muhim iqtisodiy ko'rsatkich. Aynan samaradorlikni o'sishi kam xarajat qilib, yaxshiroq, ko'proq natijaga erishish, cheklangan resurslardan samarali foydalanishni jamiyatning iqtisodiy taraqqiyotini ko'rsatadi.

Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni uch omil: mehnat, kapital va yer (tabiiy resurslar) ta'minlaydi. Undan kelib chiqib, jami mahsulotni mehnat xarajatlari L, kapital K, tabiiy resurslar N, funktsiyasi Y sifatida ko'rish mumkin.

$$Y = f(L, K, N)$$

Ishlab chiqarish omillaridan naqadar samarali foydalanilganini har bir omil evaziga olingan mahsulot orqali ifodalanadi. Bunda ana shu omillarni qo'llashdan olingan natijalarni ifodalovchi ko'rsatkichlardan foydalanish mumkin.

Barcha omillarni ishlatish tufaydi qilingan umumiy xarajatlar evaziga yaratilgan mahsulotning absolyut miqdori **umumiy mahsulot** bo'ladi.

Qilingan xarajatlar birligiga to'g'ri keladigan mahsulotimiz **o'rtacha mahsulot** bo'lib, u aynan omillardan qay darajada samarali foydalanganimizni ko'rsatadi. Iqtisodiy samaradorlik bilan bog'liq yana bir iqtisodiy ko'rsatkich bu **me'yoriy mahsulot**dir. U bir birlik qo'shimcha qilingan xarajatlar evaziga yaratilgan mahsulot hajmini ko'rsatadi.

Iqtisodiy samaradorlikni ifodalaydigan muhim ko'rsatkichi bo'lib, birinchidan, mehnat unumdorligi yoki unga teskari ko'rsatkich mehnat sig'imi hisoblanadi. Mehnat unumdorligini mahsulot hajmini mehnat xarajatlariga nisbati  $Y/L$  mehnat sig'imini esa mehnat xarajatlarini mahsulot hajmiga  $L/Y$  nisbati tarzida aniqlanadi.

Mehnat unumdorligi mehnatning natijasi, uning samaradorligini anglatadi. Mehnat unumdorligi vaqt birligida yaratilgan mahsulot va xizmatlar miqdori bo'lsa, mehnat sig'imi esa aksincha bir birlik mahsulot yaratish uchun sarflangan ish vaqtidir.

Mehnat unumdorligini oshirish o'sib borayotgan ehtiyojlarni qondira borishning iqtisodiy jihatdan qulay yo'li hisoblanadi. Mehnat unumdorligiga ham juda ko'p omillar ta'sir etadi. Ularni asosan quyidagi guruhlariga bo'lishimiz mumkin:

1. Jamiyatda erishilgan texnika-texnologiya darajasi, boshqacha aytganda ish qurollari naqadar mukammalligi.

2. Ishlovchilarning bilim saviyasi, mehnat malakasi va mahorati, ya'ni ish kuchining sifati.

3. Ishlab chiqarishning tabiiy-iqlimiy sharoiti. Tabiiy resurslarni ishlatishning naqadar qulayligi.

4. Resurslarni cheklanganligi sharoitida ularni qanday ishlatishni tanlash va qaror qabul qilish.

5. Ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, infrastrukturani tashkil etish va boshqalar.

Ish unumining ortishi, ish vaqtining tejalishi va bo'sh vaqtni ko'payishiga olib keladi. Jamiyat taraqqiyoti natijasida borgan sari ish vaqti tejalib bo'sh vaqtni ko'payishiga olib keladi. Masalan, ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda ish xaftasi asrimiz boshlarida 53 soat va undan ortiq edi. 50- yillarga kelib u 40 soatni tashkil etgan bo'lsa, hozirgi paytda 35 soat.

Unumdorlik oshib, bo'sh vaqtning ko'payib borish vaqtning tejalish qonuni amal qilishidan dalolat beradi. Bu qonunga ko'ra har qanday tejash vaqtning tejalishi demakdir.

Bo'sh vaqtning ko'payishi, o'z navbatida, aholi farovonligiga ta'sir etadi. Bu jihatlarni mahsulot hajmi orqali ifodalab bo'lmaydi. Shuning uchun ham iqtisodchilar ana shu tomonlarni ham hisobga olish yo'llarini topishga urinmoqda.

Kapital omididan foydalanish samarasini ko'rsatishda kapital unumdorligi yoki unga teskari ko'rsatkich kapital sig'imidan foydalaniladi.

Kapital unumdorligi mahsulot hajmini sarflangan kapitalga (odatda asosiy kapital)  $Y/K$  nisbati, kapital sig'imi esa aksincha kapital hajmini ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbati  $K/Y$  tarzida hisoblanadi.

Omillardan foydalanishning holatini ko'rsatadigan muhim ko'rsatkichlardan biri tabiiy resurslar yer, energiya, material va boshqalarning unumdorligi yoki aksincha resurslar sig'imidir.

Resurslar unumdorligi mahsulot hajmini resurslar hajmiga nisbati  $Y/N$  yoki aksincha resurs sig'imi resurslar hajmini mahsulot hajmiga  $N/Y$  nisbati tarzida hisoblanadi.

Yer unumdorligi odatda qishloq xo'jaligida hisoblanadi. U olingan mahsulotni yer maydoniga nisbati tarzida  $Y/N$  hisoblanadi. Bu ko'rsatkich yerdan naqadar samarali foydalanilayotganini ko'rsatadi.

Undan tashqari mahsulot ishlab chiqarish jarayonida omillarning bir-biriga nisbati tarzida ham ko'rish mumkin. Bunday ko'rsatkichlardan avvalo kapital xarajatlari bilan mehnat xarajatlari o'rtasidagi nisbat ( $K/L$ ) ya'ni mehnatni kapital bilan qurollanish darajasi va boshqalarni ko'rsatish mumkin.

Barcha omillarni ishlatish tufayli qilingan umumiy xarajatlar evaziga yaratilgan mahsulotning absolyut miqdori umumiy mahsulot bo'ladi.

Shuni alohida ta'kidlash joizki, hozirgi zamonda texnika, ayniqsa axborot industrial texnologisi iqtisodiy o'sishning, ishlab chiqarishni samarasini o'sishining dvigateli hisoblanadi. Texnika taraqqiyoti o'z ichiga faqat texnika va ishlab chiqarish usullarinigina emas, balki ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishning yangi shakllarini ham oladi.

O'z navbatida ishlab chiqarish uchun resurslar va ishlab chiqarish omillarining yangi nisbatlarini, udarning yangi-yangi kombinatsiyalarini shakllantirishga imkoniyat yaratishni ham o'z ichiga oladi.

Mamlakatimizda hozirgi erishilgan darajani hisobga olgan holda kelajakda ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga axborot industrial texnologiyasini vujudga keltirish, mahsulot hajmini ko'paytirish mezonlari asosida uning tarkibini talabga moslashtirish, iste'mol mollari va xizmatlarning ulushini ko'paytirish, ishlab chiqarishni mahalliyashtirish va sanoatlashtirish asosida amalga oshirish orqali erishish mumkin.

Jamiyat miqyosida iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichidan tashqari sotsial samaradorlik ko'rsatkichi ham mavjud. U jamiyat a'zolarining kayfiyati, yashash tarzi, turmush darajasining o'zgarishi, sotsial barqarorlik kabi ko'rsatkichlarda ifodalanadi. Qilingan xarajatlarning iqtisodiy jihatdan samarasi past bo'lishi mumkin, lekin sotsial jihatdan bu xarajatlar zarur va o'zini oqlaydi. Ayrim sohalar foyda keltirmaydi yoki zarar olib kelishi mumkin, lekin ular jamiyat uchun zarur. Masalan, aholini normal yashashini ta'minlaydi yoki ish bilan ta'minlashda katta ahamiyatga ega.

Shuning uchun jamiyat miqyosida samaradorlik haqida gapirar ekanmiz, iqtisodiy samaradorlik bilan birga sotsial samaradorlikka ham ahamiyat berishimiz kerak.

#### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR:

1. Ishlab chiqarish funktsiyasi
2. Ishlab chiqarish
3. Iqtisodiy faoliyat
4. Iste'mol
5. Izokvanta
6. Iqtisodiy samaradorlik
7. Me'yoriy mahsulot
8. Ayirboshlash
9. Taqsimot
10. O'rtacha mahsulot
11. Me'yoriy unumdorlik(daromad)ni pasayish qonuni.

A) Insonning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan ne'matlar yaratish jarayoni;

B) Ishlab chiqarish natijalaridan foydalanish, ehtiyojni qondirish jarayoni;

V) Insonni ehtiyojini qondirish, ya'ni hayot kechirish, tirikchilikni ta'minlashning vosita va usullari majmui;

G) Bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish omillarining turli variantlarda birlashuvini ifodalovchi nuqtalarning geometrik o'rmini ko'rsatuvchi egri chiziq;

D) Ishlab chiqarish omillarining har qanday to'plami bilan shu omillar yordamida maksimal imkoniyat darajasida mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'rtasidagi bog'lanishni ifodalovchi funktsiya;

E) Qo'shimcha bir birlik har qanday o'zgaruvchi omil evaziga yaratilgan umumiy mahsulot (TR) hajmini o'zgarishi tushuniladi. Masalan,  $MP = TP / L$ ;

Yo) Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida resurslarni, ishlab chiqarish milarining egalari o'rtasida esa yaratilgan mahsulotni taqsimlanishni ifodalaydi;

J) ma'lum miqdordagi ne'matlarni bir sub'ektdan boshqa sub'ekt ixtiyoriga o'tish jarayoni;

Z) Bir omilning o'zgarishi va qolganlarini o'zgarmagani holda ma'lum chegaradan so'ng har bir qo'shimcha sarflangan omil avvalgisiga nisbatan kamroq unum(daromad) olib kelishini ifodalaydi.

I) Iqtisodiy xarajatlar evaziga erishilgan ishlab chiqarish natijasi, yaratilgan mahsulot.

Y) Ishlab chiqarilgan umumiy mahsulot(TR)ning o'zgaruvchi ishchilab chiqarish omillariga nisbatini ifodalaydi. Masalan,  $AR=TR/L$

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Iqtisodiy faoliyat deganda nimani tushunamiz? O'zlashtiruvchi va ishlab chiqaruvchi faoliyat nimasi bilan farqlanadi?
2. Zamonaviy ishdab chiqarishning tarkibi qanday? Nima sababdan xizmat ko'rsatish hajmi yuqori?
3. Ishlab chiqarish omillari haqida qanday nazariyalarni bilasiz, ularning qaysi biri sizningcha haqiqatga yaqinroq?
4. Ishlab chiqarish funktsiyasi nima? U nimani ko'rsatadi? Omi'llar nisbatini optimal varianti deganda nimani tushunamiz?
5. Me'yoriy unumdorlikni pasayishi qonunining mazmunini ayting. Bu qonunni amal ilishiga misollar keltiring. Agar ishlab chiqarish omillarining barchasi o'zgaruvchi bo'lsa bu qonun amal qiladimi?
6. Samaradorlik nima? U qanday iqtisodiy ko'rsatkichlar orqali ifodalanadi?
7. Mamlakatimizda ishlab chiqarishni samaradorligini oshirishga qanday yo'llar bilan erishish mumkin? O'z fikringizni asoslab bering.

### Masala va mashqlar:

1. Boshqa omillar o'zgarmagani holda mehnat miqdori, ya'ni ishchilar sonining o'sishiga qarab, natura shaklidagi me'yoriy mahsulot quyidagicha o'zgartgan

Ishchilar soni, kishi	Mahsulot miqdori, dona
1	200
2	300
3	350
4	380
5	390
6	395

Natura shaklida me'yoriy mahsulotni hisoblang. Raqamlar nimani ko'rsatadi, izohlang.

Agar mahsulot narxi 4000 so'm bo'lsa, ish haqi darajasi 60000 so'm bo'lsa, tadbirkor maksimal darajada nechta ishchini yollashi mumkin?

Agarda uning mahsulotdariga talab kamayib, narxini 2200 so'mga tushirishga majbur bo'lsachi? U bu miqdorni qanday ko'rsatgich orqali aniqlaydi?

2. «Vaqt-pul» iborasi AQSh prezidenti Benjamin Franklinga tegishli. Bu fikrga nisbatan o'z nuqtai nazarinigizni izohlang
3. Yagona o'zgaruvchi omil mehnat, qolgan omillar doimiy. Mehnat omilining o'zgarishiga ko'ra ishlab chiqarilgan mahsulot soni quyidagicha o'zgargan.

Ishchilar soni, kishi	0	1	2	3	4	5	6
Ishlab chiqarilgan mahsulot, dona	0	40	90	126	150	165	180

- a) Me'yoriy mahsulot nechanchi ishchini qabul qilingandan so'ng qisqarishni boshlaydi ?
- b) Oxirgi yollangan oltinchi ishchining me'yoriy mahsulotini hisoblang?
- v) O'rtacha mahsulot nechanchi ishchini yollaganda maksimal darajaga etadi?

#### T/N

1. Toindustrial davrda qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish ustun bo'lgan.
2. Postindustrial davrda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish ustun bo'lgan.
3. Ishlab chiqarish omillarini jalb qilish nuqtai nazaridan vaqtni qisqa va o'zoq muddatlarga ajratish shart emas. Bu bilan hech nima o'zgarmaydi.
4. Ishlab chiqarish funksiyasi bu ishlab chiqarishning formulada ifodalangan modeli.
5. Bozor iqtisodiyotida resurslarning taqsimlanishi bozor mexanizmi orqali amalga oshadi.
6. Bozor iqtisodiyotida daromad omillarning mahsulotdagi hissasiga qarab emas, balki belgilangan reja asosida taqsimlanadi.
7. Iste'mol ishlab chiqarish natijalaridan qanday maqsadda foydalanishiga ko'ra ikki turga ajratiladi.
8. Omillarning ma'lum nisbatda birikishi deganda, har qanday mahsulot ishlab chiqarish uchun ma'lum bir miqdorda yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik omilini talab qilishi tushuniladi. Aynan tadbirkor qolgan uch omilni eng optimal variantini topishi jihatidan boshqalardan ajralib turadi.
9. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish faqat tadbirkorlarga ko'proq foyda olish uchun zarur. Uning jamiyat uchun zaruriyati yo'q.
10. Ishlab chiqarish funksiyasining ahamiyati shundaki, u omillarning birlashuvi imkoniyatlarini muqobil variantlari borligini ko'rsatadi.
11. Ixtiyoriy ayirboshlashdan odamlar doimo yutishadi.
12. Bir omil o'zgarib, boshqa omillar o'zgarmaganda yaratilgan qo'shimcha mahsulot shu ishlab chiqarish omili uchun me'yoriy mahsulot bo'ladi degan fikr, mazmuni jihatidan qo'shimcha jalb qilingan resurs evaziga (boshqalari o'zgarmagani holda) olingan mahsulot me'yoriy mahsulot bo'ladi degan fikrdan farq qilmaydi.



### Testlar:

1. Iqtisodiyotda ishlab chiqarish omillari unumdorligi pasayib borishi qonuni amal qiladi. U holda iqtisodiy o'sish qanday tarzda ta'minlanadi?

- a) borgan sari kamroq resurslar talab qilinadi;
- b) qo'shimcha resurslarning o'sishi ishlab chiqarish umumiy hajmini ko'paytirmay, balki kamaytiradi;
- v) qo'shimcha resurslar zarur, lekin ularning narxi ortib boradi;
- g) borgan sari ko'proq resurslar talab qilinadi, ularni tejab ishlatish yo'llari topiladi;
- d) resurslarni tejab-tergab ishlatish yo'llari topiladi.

2. Industrial bosqich quyidagi qaysi asosiy xususiyati bilan boshqa bosqichlardan ajralib turadi?

- a) iqtisodiyotda asosiy rolni mashinalashgan sanoat ishlab chiqarishi o'ynashi;
- b) xizmat ko'rsatish nihoyatda tez rivojlanishi;
- v) moddiy ishlab chiqarish ustunligi;
- g) qishloq xo'jaligi ustun bo'lishi;
- d) nomoddiy ishlab chiqarish ustunligi.

3. Boylik faqat moddiy ishlab chiqarishda yaratiladi deb ta'kidlash nimaga olib keladi?

- a) xizmatlar ko'rsatishni nazar-pisand qilmaslikka, bu sferaning rivojlanishini sekinlashtirishga;
- b) ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga;
- v) aholini to'la bandligini ta'minlashga;
- g) moddiy ishlab chiqarishda xarajatlarni pasaytirishga;
- d) resurslarni tarmoqlar o'rtasida optimal tarzda taqsimlanishiga olib keladi.

4. Ishlab chiqarishning to'rt omili yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik evaziga muvofiq ravishda yaratilgan mahsulotdagi ulushini uning egasi qaysi ketma-ketlik shaklida oladi?

- a) yer rentasi, ish haqi, foiz-divident, foyda;
- b) yer rentasi, foiz-divident, foyda, ish haqi;
- v) yer rentasi, foiz-divident, ish haqi, foyda;
- g) foiz-divident, foyda, ish haqi, yer rentasi;
- d) foyda, yer rentasi, ish haqi, foyda-divident.

5. Ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligi bu...

- a) ishlab chiqarish natijalarini mehnat xarajatlariga nisbati;
- b) ishlab chiqarish natijalarini kapital sarflariga nisbati;
- v) ishlab chiqarish natijalarini yer omiliga nisbati;
- g) ishlab chiqarish natijasi (mahsulot)ni sarflangan xarajatlarga nisbati;
- d) yerga va kapitalga qilingan xarajatlar natijasidir.

6. Nafillikni pasayib borishi qonunining amal qilishini izohlashga quyidagilardan qaysi biri to'g'ri kelmaydi?

- a) universal qonun bo'lib, doimo amal qiladi;
- b) uning amal qilishi doirasi cheklangan bo'lib, eng avvalo, kundalik ehtiyojlarni qondiradigan tovar, xizmatlarga tegishli;
- v) qisqa muddatli davrga xos;
- g) ko'plab tovarlarga nisbatan qo'llab bo'lmaydi;
- d) nafillikni baholovchi yagona o'lchov yo'q.

7.F.Kene, A.Smit va .Rikardolardan farqli ravishda A. Marshall boylikka:

- a) ijtimoiy zaruriy mehnat natijasi deb;
- b) moddiy ishlab chiqarish natijasi deb;
- v) qishloq xo'jaligida yaratilgan moddiy ishlab chiqarilgan mahsulot deb;
- g) savdo-sotiq natijasi deb;
- d) inson ehtiyojlarini to'laroq qondirish nuqtai nazaridan; qarash to'g'riroq bo'lardi deb ta'kidlaydi.

8. Izokvanta:

- a) maxsulotning umumiy hajmi egri chizigini;
- b) ishlab chiqarish funksiyasini;
- v) mavjud resurslar evaziga turli hajmda mahsulot ishlab chiqarishni;
- g) o'rtacha mahsulot egri chizig'ini,
- d) me'yoriy mahsulot egri chizig'ini ko'rsatadi.

### **Tarqatma materiallardan namunalar:**

#### **1-tarqatma material**

##### **I. Industrial bosqich xususiyatlari:**

- iqtisodiyotning dastlabki sferasi — qishloq xo'jaligi ustun bo'ladi;
- aholi asosan dehqonchilik va chorvachilik bilan band;
- asosan qo'l mehnatiga tayanadi;
- mehnat taqsimoti nihoyatda past, natural xo'jalik yuritishga asoslanadi;
- aholi ehtiyojlari turg'un holatda bo'lgan ishlab chiqarishga xos.

Ishlab chiqarishning bu bosqichi hozir ham ayrim Afrika mamlakatlari (Mali, Gvineya) ga xos bo'lib, qishloq xo'jaligida band bo'lganlar mehnat unumi 2 kishini boqishga etadi.

##### **II. Industrial bosqich xususiyatlari:**

- iqtisodiyotda asosiy rol ni mashinalashgan sanoat ishlab chiqarishi o'ynaydi;
- sanoat boshqa muhim tarmoqlar (qishloq xo'jaligi, qurilish, transport)ni ham qayta qurishga olib keladi;
- aholining asosiy qismi industrial tarmoqda band bo'ladi;
- mehnat taqsimotining chuqurlashuvi ro'y berib, ko'plab yangi tarmoqlar

vujudga keladi. Natijada iqtisodiyotda ishlab chiqarishni tashkil qilishning murakkab shakli — tovar ishlab chiqarish rivojlanadi;

— aholi urbanizatsiya (urbahis — shahar)si ro'y beradi.

Aholining asosiy qismi shaharlarda yashay boshlaydi;

— ishlab chiqarish imkoniyatlarining kengayishi turli-tuman ehtiyojlarni qondirish uchun yo'l ochadi.

### PI Postindustrial bosqich xususiyatlari:

— iqtisodiyotning muhim sferasi — xizmat ko'rsatish nihoyatda tez rivojlanadi. Unda ishlovchilarning 50-70% band bo'ladi;

— fan bevosita ishlab chiqaruvchi kuchga aylanadi. Fan yutuqlari natijasida ishlab chiqarishda, tabiatda mavjud bo'lmagan mahsulotlar yaratiladi;

— xo'jalikning barcha tarmoqlarida va maishiy maqsadlarda informatika va hozirgi zamon hisoblash texnikasi yutuqlaridan keng foydalaniladi. Jismoniy va aqliy mehnatni ham avtomatlashtirish kuchayadi;

— korxonalarda ilmiy xodimlar va yuqori malakali mutaxassislarining roli tezlik bilan oshib boradi;

— barcha turdagi resurslarni iqtisod qiladigan, mahsulotni yuqori sifatli bo'lishini ta'minlaydigan yuqori texnologiyaga o'tish amalga oshadi;

— barcha kishilarning eng zarur ehtiyojlarini to'la qondirishni ta'minlash, yuqori darajadagi ehtiyojlarni kengaytirish imkoniyatlariga ega bo'linadi.

### 2-tarqatma material

#### Qisqa muddatli davrni uzoq muddatli davrdan farqi

##### *Qisqa muddatli davr*

Bu shunday vaqt, firmaning ishlab chiqarish omillarini barchasini o'zgartirish uchun vaqt etmaydi, lekin firmaning kattaligi o'zgarmagani holda ayrim omillarni o'zgartirish uchun etarli bo'ladi.

Bu vaqt mobaynida firmaning quvvati (katta-kichikligi) o'zgarmaydi.

Ba'zi xarajatlar o'zgaruvchi, ba'zi xarajatlar doimiy bo'ladi.

##### *Uzoq muddatli davr*

Bu shunday vaqt, u firmaning ishlab chiqarish omillarini barchasini miqdorini shu jumladan firmaning ishlab chiqarish quvvati (katta-kichikligi)ni o'zgartirish uchun etarli bo'ladi.

Bu vaqt mobaynida firmaning quvvati (kattaligi) o'zgaradi.

Barcha xarajatlar o'zgaruvchi bo'ladi.

Tarmoqda firmalar soni o'zgarishi uchun vaqt juda qisqalik qiladi.

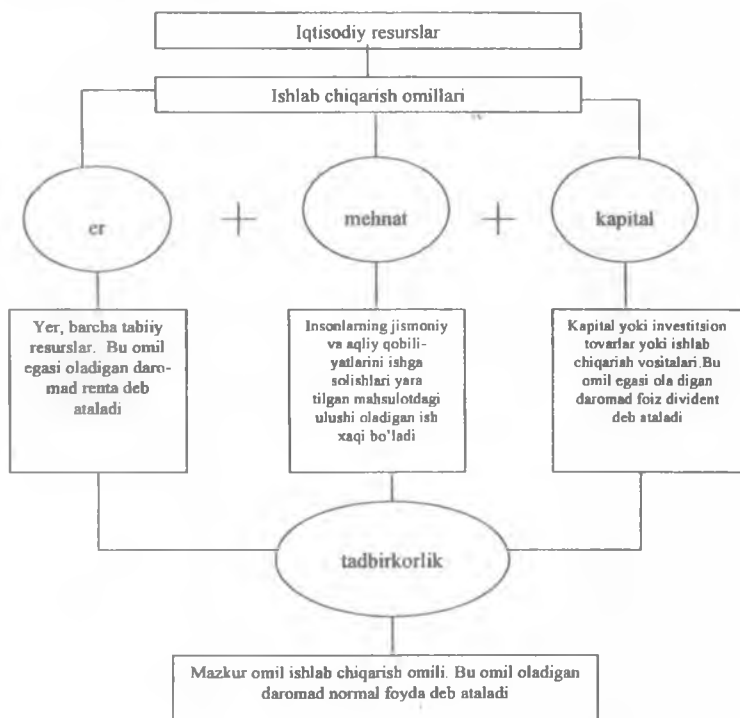
Tarmoqda mavjud firmalarni chiqib ketishi va yangilarini kirib kelishi uchun vaqt yetarli.

Hamma ishlab chiqarish bevosita amalga oshiriladi.

Uzoq muddatli davrni rejalashtirish uchun gorizont tariqasida qarash mumkin.

### 3-tarqatma material

#### Ishlab chiqarish omillari tarkibi



#### 4-tarqatma material

##### Ishlab chiqarish omillari harakati

Hududlar	Yalpi hudud mahsuloti			Ishlab chiqarish hajmi			Xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarish		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Qoraqalpog'iston Respublikasi	88,6	96,8	101,6	106,0	97,4	98,1	106,2	111,6	104,0
Viloyatlar:									
Andijon	103,2	108,8	103,4	88,6	128,9	107,1	80,5	125,6	98,9
Buxoro	104,5	103,3	102,7	102,9	108,7	104,6	105,9	108,2	104,8
Jizzax	104,0	104,2	109,5	124,1	118,9	133,1	125,9	122,4	164,3
Qashqadaryo	100,1	105,3	110,1	103,4	105,7	111,2	113,7	116,4	106,9
Navoiy	104,4	102,7	104,8	102,7	100,1	106,4	116,6	100,2	113,2
Namangan	108,2	104,8	103,7	123,7	120,8	112,0	125,4	118,0	115,7
Samarqand	103,9	104,2	107,6	100,5	104,1	109,6	92,4	105,4	109,2
Surxondaryo	104,8	108,0	104,0	105,9	105,9	110,1	111,2	107,7	114,3
Sirdaryo	101,6	105,2	98,3	112,2	122,8	101,6	107,8	112,4	101,3
Toshkent	110,3	104,5	103,1	112,0	112,6	110,0	118,2	115,7	109,8
Farg'ona	107,1	100,3	105,1	109,3	102,9	111,0	113,6	102,7	108,8
Xorazm	94,7	103,5	102,9	104,5	100,6	104,9	108,6	103,0	102,0
Toshkent sh.	104,2	104,1	102,6	11,5	112,1	117,7	109,7	106,5	133,1
O'zbekiston Respublikasi	104,0	104,5	104,2	106,4	108,1	108,5	107,7	110,9	111,8

Manba: O'zR iqtisodiyot vazirligi

#### 5-tarqatma material

##### Qishloq xo'jaligi rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari

	O'lchov birligi	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Paxta xom-ashyo	ming t.	3934	3350	3646	3206	3600	3002	3265	3122,4	2822,5
Don	ming t.	3115	1562	3776	4148	4331	3929	4072	5792,6	6262,3
Kartoshka	ming t.	440	514	692	691	658	731,1	744	777,2	827,8
Sabzavotlar	ming t.	2713	2497	2384	2404	2680	2644	2778	2935,6	3299,2

Meva va xo'l meva	ming t.	602	605	548	544	489	791	801	842,9	758
Uzum	ming t.	621	478	512	336	344	624,2	573	516,4	401,4
Poliz	ming t.	472	470	376	461	518	451,4	466	479,1	583,3
Go'sht (tirik vaznda)	ming t.	853	854	801	807	822	842	854	865	935,5
Sut	ming t.	3665	3390	3806	3498	3543	3633	3665	3721,3	4030,3
Tuxum	mln. dona	1232	1057	1075	1165	1240	1254	1288	1368	1611,4

**Javoblar:**

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

1)D, 2)A, 3)V, 4)B, 5)G, 6)I, 7)E, 8)J, 9)Yo, 10)Y, 11)Z;

**Masala va mashqlar:**

1)

Ishchilar soni, kishi	Mahsulot miqdori. dona	Natura shaklidā me'yo-riy mahsulot, dona
1	200	200 (200-0)
2	300	100 (300-200)
3	350	50 (350-300)
4	380	30 (380-350)
5	390	10 (390-380)
6	395	5 (395-390)

Mahsulot narxi: 4000 so'mdan bo'lganda 5 ishchi;

2200 so'mdan bo'lganda 4 ishchi;

Maksimal darajada yollanishi kerak bo'lgan ishchilar soni yaratilgan me'yoriy mahsulot miqdoriga qarab aniqlanadi.

2)

Hamma narsaning bahosi bor. Vaqtning ham. Maqsadsiz, besamar o'tkazilgan vaqtda bir qancha boshqa ishlarni bajarish mumkin. Turli faoliyat bilan shug'ullanib, pul ishlash mumkin. Ayniqsa, har bir inson uchun zng cheklangan resurs bu vaqt. Undan qay tarzda foydalanishga qarab muqobil qiymati aniqlanadi

3. a)3 – ishchidan so'ng

b)15 dona

v)2 - ishchi

T/N

1T, 2N, 3N, 4T, 5T, 6N, 7T, 8T, 9N, 10T, 11T, 12T.

**Testlar:**

1g, 2a, 3a, 4v, 5g, 6a, 7d.

## IV BOB. MULK MUNOSABATLARI

Tovar xo'jaligini, tovar ishlab chiqarishni vujudga kelishiga birinchi mehnat taqsimoti va uning chuqurlashuvi sabab bilsa, ikkinchidan ishlab chiqaruvchilarni mulk egasi sifatida iqtisodiy alohidalashuvi asos bo'lganini ko'rib chiqqan edik.

Jamiyatning taraqqiyoti iqtisodiy munosabatlar, xususan mulk munosabatlari bilan chambarchas bog'liq, chunki har qanday jamiyat mulkchilikdan boshlanadi.

Mulkchilik sub'ektning biron buyumdan foydalanishining faqat unga xos bo'lgan xuquq orqali ifodalanishida namoyon bo'ladi.

Mazkur bobda mulk iqtisodiy hamda xuquqiy kategoriya ekanligi, jamiyatda mulkchilikka ko'ra ne'matlarni o'zlashtirish yuz berishi mulk turlariga xos mulk shakllarini ko'rib chiqamiz.

Agar mulk iqtisodiy jihatidan ro'yobga chiqarilmasa, ya'ni, ishlab chiqarishda foydalanilmasa yoki o'z egasi tomonidan daromad keltirish uchun foydalanilmasa, bunda u faqat 'huquqiy kategoriya sifatida qoladi. Mulkni biron shakli monopoli mavqega ega bo'lishi, ne'matlarni o'zlashtirishda adolatni buzilishi natijada bir omilga tegishli mahsulotni ma'lum qismini monopoli mavqega ega omil tomonidan o'zlashtirib olish imkoni yaratilishi, bozor iqtisodiyotining muhim afzalligi ham mulkchilikni turli shakllari va ularning tengligiga asoslanganligi, shu sababdan bozor iqtisodiyotiga o'tish mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy lashtirish zarurligi masalalarini o'rganamiz.

### 1-§. Mulk — iqtisodiy hamda huquqiy kategoriya

Har birimiz bilamizki, inson yashar ekan, hayot kechirishi uchun turli ne'matlarni ishlab chiqaradi va iste'mol qiladi. Biroq, bir ne'matni iste'mol qilish, ya'ni undan foydalanishi uchun bu ne'mat undan foydalanmoqchi bo'lgan kishining o'ziniki bo'lishi kerak. Birovning narsasidan egasidan ruxsatsiz foydalanib bo'lmaydi. Demak, biror ne'matdan foydalanish uchun avvalo, butunlay yoki vaqtinchalik o'ziniki qilib olish kerak. Undan tashqari, odamlar o'rtasida mana shu jarayonda tushunmovchiliklar, nizolar chiqmasligi uchun ma'lum tartib, qoidalar belgilangan bo'lishi zarur. Odamlar o'rtasida ne'matlarga o'ziniki yoki o'zganiki tarzda qaralishi mulk munosabatlarida namoyon bo'ladi.

Har qanday jamiyat mulkchilikdan boshlanadi. Mulkning egasi bo'lish yoki bo'lmaslikka qarab shaxsning jamiyatdagi mavqei, sotsial maqomi yuzaga keladi.

Mulkiy munosabatlarga asoslanmagan iqtisodiyot bo'lishi mumkin emas.

Mulkchilik murakkab kategoriya. Uni o'rganadigan har bir ijtimoiy fan, o'zi uchun mulkchilikda tadqiqot predmetini topadi. Lekin iqtisodiy nazariya bilan huquqshunoslik fanlari alohida e'tibor qaratadi, chunki yuqorida ta'kidlaganimizdek, u shaxsning mavqeini, sotsial maqomini, qolaversa jamiyatdagi adolat darajasini belgilaydi.

Iqtisodiyot nazariyasi odamlar o'rtasida ne'matlarni o'zlashtirish orqali eng muhim xo'jalik aloqalari yuzaga chiqishini o'rgansa, huquqshunoslik mulkchilikning huquqiy tomonlarini, uni o'zlashtirishning tartib-qoidalarini o'rganadi.

**Mulkchilik iqtisodiy ma'noda** — kishilar o'rtasida mulkni o'zlashtirish, xo'jalik yuritish uchun ishlatish jarayonida yuz beradigan real munosabatlarni ifodalasa, huquqiy ma'noda — mulk yuzasidan vujudga keladigan aloqalar, qonun va huquqiy hujjatlarda, davlat tomonidan belgilangan va har bir fuqaro uchun majburiy tartibda rasmiylashtiriladigan yo'l-yo'riqlarda ifodalanadi. Mulk-chilik munosabat bo'lar ekan, bu munosabatning ob'ekti va sub'ekti mavjud.

Mulk munosabatlarining ob'ekti yer, tabiiy resurslar, ishlab chiqarish vositalari, uy-ro'zg'or buyumlari, pul, qimmatbaho qog'ozlar, axborot, intellektual g'oyalar, ish kuchi va hokozolardan iborat.

Ko'pgina iqtisodchilarning fikricha, mulk munosabatlarining mavjud bo'lishiga sabab ana shu ob'ektlarning, umuman olganda, resurslarning cheklanganligidir. Ne'matlar mulkka aylangandan so'ng o'zlashtiriladi.

Mulkchilikning huquqiy va iqtisodiy mazmuni o'zaro bog'liq va bir-birini taqozo qiladi. Mulkchilik jamiyatdagi huquqiy hamda iqtisodiy munosabatlarni bir butun holda ifodalaydi. Shuning uchun ham mulkchilik bir vaqtda ham iqtisodiy kategoriya, ham huquqiy kategoriya hisoblanadi.

Mulk munosabatlarining sub'ekti: mulk ob'ektini o'zlashtirishda qatnashuvchilar, ya'ni shu munosabat ishtirokchilaridir. Bularga ayrim kishilar, oila, sotsial guruh, har xil jamoa tashkilotlari, qolaversa, davlat kiradi. Sub'ektlarning alohidalashuviga qarab o'zlashtirish individual, oilaviy, guruhiy, hududiy, umummilliy tus oladi.

Mulk munosabatlari bir tomondan, mulk sub'ektlarining mulk ob'ektiga munosabati tarzida namoyon bo'lsa, ikkinchi tomondan, sub'ektlar o'rtasidagi munosabat tarzida yuz beradi.

**Mulk** — bu turli-tuman ob'ektlarning sub'ektga mansubligini bildiradi. Bu mansublik esa aynan boshqa sub'ektlarga nisbatan ekanligi tufayli yuz beradi.

Bu yerda mulk bir tomondan, insonning narsalarga munosabati tarzida, ikkinchi tomondan, boshqa kishilarga nisbatan munosabat tarzida yuzaga chiqyapti. Narsa meniki, bu bilan hamma gap aytili. «Meniki» deyish bilan mulkka nisbatan o'zining boshqalarga va boshqalarning o'ziga nisbatan munosabatini ifodaladi: mazkur narsa sizniki ham, bizniki ham emas, balki uniki.

*Mulk odamlar o'rtasidagi munosabatlardan tashqarida emas.*

Mulk huquqiy kategoriya sifatida kishilarning narsalarga munosabati, ya'ni mulk sub'ektining ob'ektiga nisbatan munosabati nuqtai nazaridan o'rganilsa, iqtisodiyot nazariyasi esa odamlar o'rtasidagi munosabat, ya'ni sub'ektlar o'rtasidagi ob'ektga bo'lgan munosabat nuqtai nazaridan o'rganadi.

Mulk vujudga kelgandan odamlar o'rtasidagi mulkiy munosabatlarni tartibga solish ob'ektiv zaruriyat bo'lib, uni ma'lum qonun-qoidalar orqali amalga oshirilgan.

Yuz ming yillar davomida mulkiy munosabatlarni tartibga solishda biror boylikka egalik qilish, uni boshqarishda yuridik aktlar katta ahamiyatga ega bo'lgan. Masalan, Eshnuni, Xammurapi qonunlarini ko'rsatish mumkin.

Shunday qilib, mulk iqtisodiy va huquqiy kategoriya sifatida bir butunlikdan iborat bo'lib, har ikki jihatdan bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Mulkchilik



huquqi va iqtisodiy mazmuni o'zaro bog'liq, bir-birini taqozo qiladi. Shu sababli mulkchilik bir vaqtda ham iqtisodiy kategoriya ham huquqiy kategoriya. Bu birlikda hal qiluvchi rolni mulkchilikni iqtisodiy tomoni egallaydi. Agar mulk iqtisodiy jihatdan ro'yobga chiqarilmasa, ya'ni ishlab chiqarishda foydalanilmasa yoki mulk egasiga daromad keltirmasa bunda u huquqiy kategoriya sifatida qoladi.

Agar biron Vatan nima, u nimadan boshlanadi, degan savol bersa, unga iqtisodiy nuqtai nazardan oddiygina qilib, «Vatan — bu mulk, u har bir insonning mulkidan, uning mulkiga bo'lgan munosabatidan boshlanadi» deb aytish mumkin.

Umuman olganda, qonunlar mulkchilik munosabatlarini yaratmaydi. Aksincha, jamiyatdagi real tarkib topgan munosabatlarni mustahkamlaydi, xolos. Mulchilik yuridik jihatdan ob'ektiv tarzda tarkib topgan o'zlashtirish munosabatlarini sub'ektiv ifodalaniishi, boshqacha aytganda bu munosabatlarni jamiyat tomonidan mustahkamlash zaruriyatining namoyon bo'lishi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mulkchilik ishlab chiqarishning moddiy omili bilan mehnat omilini, ya'ni ishlab chiqarish omillarining tengligini ta'minlaydi. Bu omillar esa ishlab chiqarish jarayonida biri ikkinchisiz faoliyat yurit olmaydi.

Xo'jalik aloqalarining keng doirasi huquqiy munosabatlar xarakterini oladi. Bu munosabat qatnashchilari yuridik huquq va majburiyatlarni eltuvchi sifatida gavdalanadi. Har qanday mulkning asosiy xususiyati:

- 1) uning albatta kimgadir tegishli bo'lishi;
- 2) egasining mulkni asrab-avaylashga, undan samarali foydalanishga intilishidir.

Mulkchilik munosabatlarining sub'ektlari (fuqaro, oila, korxonalar, firma, tashkilot, muassasa va boshqalar) mulkiy huquq va majburiyatlarning sub'ekti sifatida jismoniy va yuridik shaxslarga bo'linadi. Jismoniy shaxs — fuqarolardan iborat bo'lsa, yuridik shaxs esa korxonalar, firma, muassasa, tashkilot, qolaversa, davlat bo'lib, xo'jalik aloqalarida mustaqil bir butun holda o'z nomidan faoliyat yuritadi.

Mulkchilikni har tomonlama o'rganish uchta bosh sotsial-iqtisodiy masalani aniqlashga imkon beradi:

1. Iqtisodiy hukmronlik kim (qaysi xo'jalik yurituvchi sub'ekt) ning qo'lida. Ishlab chiqarish omillari va natijasi qanday o'zlashtiriladi?

2. Qanday iqtisodiy aloqalar, o'zlashtirish, resurslardan samarali foydalanish imkonini yaratadi?

3. Xo'jalik faoliyati yuritishdan olinadigan daromad kimga tegishli bo'ladi?

Bularga muvofiq ravishda mulkchilik iqtisodiy munosabatlarning yagona tizimi sifatida:

- a) ishlab chiqarish omillarini va natijalarini o'zlashtirish;
- b) iqtisodiy resurslardan xo'jalik yuritishda foydalanish;
- v) mulkchilikni iqtisodiy realizatsiya qilish amalga oshiriladi.

O'zlashtirish o'zining ildizi bilan ishlab chiqarish jarayoniga kirib boradi. Chunki har qanday ishlab chiqarish o'z ma'nosi bilan tabiiy tabiat ne'matlari va energiyasini o'zlashtirishdir. Boshqacha aytganda, tabiat ne'matlarini ehtiyojlarni qondirishga moslashtirishdir.

Ishlab chiqarish omillarini o'zlashtirish moddiy va mehnat resurslari ishlab chiqarish sohibining mulkiga aylangandan so'ng yuz beradi. Ishlab chiqarish jarayonida omillar birikib, mahsulotlar yaratiladi, xizmatlar ko'rsatiladi. Mana shu omillarning o'zlashtirilishiga qarab ishlab chiqarish natijalari o'zlashtiriladi. Ishlab chiqarish natijalarini o'zlashtirish yaratilgan mahsulot va xizmatlarni, ularni sotishdan kelgan daromad kimning mulkiga aylanishini bildiradi. Resurslar kimning mulki bo'lishiga qarab natija ham resurs egasini bo'ladi. Bu qoida egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish, yaxlit holda bir sub'ekt ixtiyorida bo'lganda yuz beradi. Agarda mulkka egalik va mulkdan foydalanish ajralgan holda bo'lsa, natijani o'zlashtirish mulkdor va mulkni ishlatuvchi o'rtasida yuz beradi. Bu yerda shunday xulosaga kelish mumkinki, o'zlashtirish ishlab chiqarishsiz bo'lmaydi, ishlab chiqarish esa doimo ma'lum mulk doirasida yuz beradi.

Iqtisodiy resurslar egalarining o'zlari yaratuvchilik faoliyati bilan shug'ullanishlari yoki ma'lum shartlar bilan o'z mulklarini xo'jalik yuritish uchun boshqalarga berib turishlari mumkin. Bunda mulk egalari bilan uni ishlatib turish uchun olgan kishilar o'rtasida mulkdan xo'jalik yuritishda foydalanishga oid munosabatlar vujudga keladi. Ijaraga oluvchi, ya'ni mulkni vaqtincha ishlatib turishga oluvchi, birovning mulkiga vaqtincha egalik qilish va foydalanish imkoniga ega bo'ladi. Birovning mulkidan foydalanib turgani uchun egasiga olgan daromadning bir qismini kelishgan muddat va shart bo'yicha beradi. Masalan, birovning avtomobili bor, undan yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishda foydalaniladi deylik. Mashinani ishlatib 500 ming so'm daromad olish mumkin. Agar avtomobilni mulk egasining o'zi ishlatsa, daromadning hammasini o'zi oladi. Agarda uni ijaraga bersa, ya'ni avtomobilni ishlatish o'zga qo'lga o'tsa, 500 ming so'm daromadni shart bo'yicha 100 ming so'mini mashina egasi, 400 ming so'mini ijarachi o'zlashtiradi. Mulchilik o'zlashtirishning iqtisodiy usullarini anglatadi. Davlat ham o'z mulkini huquqiy shaxslarga, chet el firmalariga ma'lum bir muddatga, ma'lum shart bilan, sanoat korxonalarini yoki yer uchastkalarini ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanishiga berishi mumkin.

O'zlashtirish qarama-qarshi tomon. begonalashtirish, ya'ni boshqaning ixtiyoriga o'tish bilan to'g'ridan-to'g'ri birgalikda yuz beradi. Masalan, resurslarni bir tabaqa o'zlashtirsa, ikkinchisi muvofiq ravishda undan mahrum bo'ladi. Mulchilik o'zlashtirishni g'ayri iqtisodiy usullarini ham ifodalashi mumkin. Bunda boylik mulk egasidan zo'rlik bilan tortib olinishi yoki uning o'z egasi tomonidan ixtiyoriy ravishda umummilliy maqsad yo'lida savob-xayriya ishlari uchun boshqa sub'ektlarga berilishi mumkin.

Mol-mulkni zo'rlik bilan tortib olish **ekspropriatsiya**, ya'ni musodara deyiladi. Mulchilik bilan kelishgan holda haqini to'lash sharti bilan majburiy ravishda davlatning ixtiyoriga o'tkazish esa **rekvizitsiya** deyiladi. Mulkiy munosabatlar doimo yuridik qonunlarda qayd etiladi. Busiz mulchilik bo'lmaydi. Qonunlar orqali mulkiy aloqalar boshqariladi, tartibga solinadi. Respublikamizda ham mulchilik munosabatlari eng avvalo asosiy qonun Konstitutsiya hamda qator qabul qilingan mulchilikka taalluqli boshqa qonunlar orqali tartibga solinadi.

Mulkchilik iqtisodiy hukmronlik bilan chambarchas bog'langan. Ishlab chiqarishni boshqarish mulkchilikning funktsiyasi. Ma'lumki, ishlab chiqarishni mulk egasi boshqaradi. Mulkchilik iqtisodiy hukmronlikning asosiy (yagona bo'lmasa-da) manbaidir.

Mulkchilikning mazmunini o'zlashtirish ifodalaydi. O'zlashtirishning o'zi egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish yaxlitligidan iborat.

**Egalik qilish** — mulkdorlik huquqining mulk egasi qo'lida saqlanib turishidir. Mulkni ishlatish mulk egasining o'z qo'lida yoki o'zga qo'lida bo'lishiga qarab boylik to'la yoki qisman o'zlashtiriladi. Masalan, bino, yer kabilar ijaraga, pul qarzga berilganda egalik qilish mulkdorning qo'lida qoladi. Bu mulkdan kelgan daromadning bir qismi ijara haqi, foiz shaklida o'zlashtiriladi. Boshqa qismini esa ijarachi o'zlashtiradi. Bu mulk egasi xohishi bilan yuz beradi. Mulk egasi mulkni tasarruf etishni ma'lum bir chegarada undan foydalanayotganga topshirishi ham mumkin.

**Foydalanish** — bu mulk bo'lgan resurslarni ishlatib, undan natija olish, daromad topish yoki shaxsiy ehtiyojni qondirishdir. Mulkdor mulkini o'zi ishlatganda egalik qilish va foydalanish qo'lida bo'ladi. Olingan natijani mulkdor tanho o'zi o'zlashtiradi. Egalik qilish bilan foydalanish ajralganda mulk keltirgan naf ham taqsimlangan holda o'zlashtiriladi.

**Tasarruf etish** deganda mulk bo'lgan boylikning taqdirini mustaqil hal etish, ya'ni mulkni sotib yuborish, merosga qoldirish, asrab-avaylab ko'paytirish yoki uni yo'qotib yuborishdan iborat xatti-harakatlarni tushunamiz.

Shunday qilib, mulkchilik yagona bir butunlik bo'lib, uning elementlari egalik qilish, foydalanish va tasarruf etishdan iborat. Ular o'rtasida bog'lanish quyidagicha: tasarruf qilish foydalanish bilan aniqlanadi. Foydalanish esa egalik qilish bilan, egalik qilish esa mulk shakllari bilan aniqlanadi. Foydalanish bilan tasarruf etishning birligi egalik qilishni ifodalaydi.

Mulkka dastlabki ta'rif beshinchi asrda imperator Yustinianing «Rim huquqi» kodeksida berilgan bo'lib, unda mulkchilik, egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish huquqi tarzida ko'rsatilgan.

Turli iqtisodiy maktablar mulk va uning mohiyatini turlicha talqin etishadi. Bir guruh iqtisodchilar, chunonchi g'arb iqtisodchilari mulkchilik (mulk munosabatlari)ni mulk sub'ektining mulk ob'ektiga bo'lgan munosabati tarzida talqin etsa, ikkinchi guruh iqtisodchilar esa ko'proq sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlar tarzida talqin etishadi.

Birinchi guruh iqtisodchilar mulk egasining o'z mulkiga munosabatida uni tasarruf etish va undan foydalanishiga e'tiborni ko'proq qaratishsa, ikkinchi guruh esa ko'proq odamlar o'rtasida yuz beradigan munosabatlar tarzida o'zlashtirishga ahamiyat beradi.

Mulkchilik iqtisodiy kategoriya sifatida odamlarning xohish-irodasidan qat'i nazar amal qiladi.

Bir guruh iqtisodchilar mulkchilikka ko'proq iqtisodiy kategoriya sifatida yondashadilar. Umuman olganda, qonunlar mulkchilik munosabatlarini yaratmaydi, aksincha, jamiyatdagi aniq tarkib topgan munosabatlarni mustahkamlaydi, xolos.

Mulkchilik yuridik kategoriya sifatida ob'ektiv tarzda tarkib topgan o'zlashtirish munosabatlarini sub'ektiv ifodalanishi, bosh-qacha aytganda, bu munosabatlarni jamiyat tomonidan mustahkamlash zaruriyatining namoyon bo'lishidir. Boshqa guruh iqtisodchilar esa chunonchi, o'arb iqtisodchilari ko'proq huquqiy kategoriya sifatida yondashdilar.

Hozirgi zamon iqtisodiyot nazariyasining «Institutsional yo'nalish» namoyandalari, taniqli amerikalik iqtisodchilar, Chikago universitetining faxriy professori, Nobel mukofotining laureati Ronald Kouz va Los-Anjeles universitetining professori Armen Alchianlar «Mulk huquqi» iqtisodiy nazariyasiga asos solishdi. Keyinchalik, bu nazariya bo'yicha tadqiqot o'tkazish va undan foydalanishda Y. Bartsel, G. Demets, D. Nort, R. Pozner va bosh-qalar faol qatnashdilar.

Ular biz uchun o'rganib qolganimiz mulk tushunchasi o'rniga «Mulk huquqi» atamasini ishlatadilar. Ularning fikriga ko'ra, resurs o'zicha mulk bo'lmaydi, balki resurslardan foydalanish bo'yicha mulk huquqigina uni mulkka aylantiradi. Bunda «Huquq dastasi» to'liq yoki uning ayrim elementi asosida yuzaga chiqadi.

To'la huquq dastasi quyidagi 11 elementdan tashkil topgan:

1. Egalik qilish, ya'ni boylik ustidan nazorat qilish huquqi.
2. Foydalanish huquqi, ya'ni narsalarning xossalaridan foydalanish huquqi.
3. Boshqarish huquqi, ya'ni narsalardan kim, qanday foydalanishini ta'minlash masalasini hal etish, echish huquqi.
4. Daromad olish huquqi, ya'ni narsalardan foydalanishdan kelgan natijalarga ega bo'lish huquqi.
5. Tasarruf qilish (suverenlik huquqi), ya'ni narsalarni begonalashtirish, boshqacha aytganda, sotib yuborish, iste'mol qi-lish, o'zlashtirish yoki yo'q qilib yuborish huquqi.
6. Xavfsizlik huquqi, ya'ni boylikni ekspropriatsiya (tortib olish) qilishdan, tashqi muhitdan etkaziladigan ziyonlardan himoya qilish huquqi.
7. O'z boyligini meros qoldirish huquqi.
8. Narsa sohibi bo'lishning muddatsizligi huquqi.
9. Tashqi muhitga zarar keltiradigan foydalanish usullarini taqiqlash huquqi.
10. Karzini to'lash javobgarligi huquqi, ya'ni narsadan qarzini to'lash uchun foydalanish imkoniyatlariga ega bo'lish.
11. Buzilgan huquqni tiklashni ta'minlovchi tartib va institutlarning mavjud bo'lishini ta'minlash huquqi.

Shunday qilib, mulk huquqi deganda kishilar o'rtasida ne'matlar va undan foydalanish natijasida vujudga keladigan munosabatlarning jamiyat tomonidan qabul qilingan (davlat qonunlari, an'analar, urf-odatlar, ma'muriy farmoyishlar) qoidalari tushuniladi.

O'zlashtirish uchun doimo jamiyat tomonidan belgilangan qoida tusini olgan tartiblar bo'lgan.

Institutsionalizm nazariyasiga binoan mulk munosabatlari resurslarning cheklanganligidan kelib chiqadi. Resurslar cheklangan, kamyob bo'lmasa, mulk haqida gapirish ma'nosiz. Shuning uchun ham mulk munosabatlarini moddiy va

nomoddiy resurslardan o'z xohishi bilan bemalol foydalanishga yo'l qo'ymaslik, taqirlash tizimi sifatida ko'rish mumkin.

Agar resurslardan foydalanishga hech qanday to'siq bo'lmasa u hech kimga tegishli emas yoki hammaga tegishli. Bunday resurslar mulk bo'lmaydi.

Resurslardan foydalanishda boshqalarning to'sqinlik qilishi mulk huquqi orqali ifodalanadi. Bunday mulk huquqini, uni qadrlaydigan, undan ko'proq foyda oladiganlarga berish imkoniyatlarini yaratish muhim ahamiyatga ega. Chunki mulkni o'zi uchun keraksiz hisoblagan yoki samarali foydalana olmaydigan kishi sotadi. Natijada endi yuqorida ko'rsatilgan mulk huquqi dastasi mulkni sotib olgan kishiga taalluqli bo'ladi.

Mulkchilikning huquqiy jihati iqtisodiy tomoniga nisbatan bo'ysundiruvchi rol o'ynamaydi. Bu shunda ko'rinadiki, ishlab chiqarish omillariga huquqiy egalik qilmasdan, hech kim ishlab chiqarish jarayonini amalga oshira olmaydi. Ishlab chiqarish resurslari va ishlab chiqarilgan mahsulotdan foydalana olmaydi. Shuning uchun ham mulkchilikning huquqiy normalari iqtisodiy munosabatlarning aniqlashtirilgan, real ko'rinishi hisoblanadi. MulK huquqi o'zlashtirish jarayonida belgilangan tartib-qoidalarga har bir kishining amal qilishi zarurligi, aksincha, amal qilmasa, uni buzganlik uchun jazolashni ifodalaydi. Ular birinchidan, ishlab chiqarish omillari va yaratilgan mahsulot muayyan shaxslar(jismoniy, huquqiy)ga tegishli ekanligini, ikkinchidan mulk egalarning qonun bilan qo'riqlanadigan vakolatlarini, uchinchidan, mol-mulkni himoya qilish usullarini belgilab beradi.

Barcha guruh iqtisodchilari fikrini inobatga olib, mulkka ta'rif beradigan bo'lsak, uni quyidagicha ifodalash mumkin. **Mulk deganda cheklangan ne'matlar (moddiy va ma'naviy boylik)ni belgilangan tartib asosida o'zlashtirish tushuniladi.**

Ma'lumki, kishilar iqtisodiy munosabatlarga biron-bir manfaatdan kelib chiqib kirishadilar. **Iqtisodiy manfaatlar kishilarni harakatga keltiruvchi, ularning xatti-harakatini, intilishini, xulq-atvorini belgilovchi kuchdir.**

Manfaatlar — bu odamlar ehtiyojini munosabatlar orqali ifodalanihidir. Mulkchilik ham kishilarning iqtisodiy manfaatlarini aks ettiradi. Mulkning qanday doirada alohidalashuviga qarab, manfaatlar ham alohidalashadi: shaxsiy manfaat, oilaviy manfaat, jamoa manfaati, jamiyat manfaati va boshqalar.

Har bir kishi o'z shaxsiy manfaatiga, oila a'zosi sifatida oilaviy, mehnat qilayotgan jamoasi miqyosida manfaatga, yashayotgan yurtida shu yurtning fuqarosi, jamiyat a'zosi sifatida manfaatga ega.

Har bir kishining inson sifatida ehtiyojlari mavjud. Uning ehtiyoji, jamiyatda tutgan o'rni, uning shaxsiy manfaatini yuzaga keltiradi. U o'z ehtiyojini qondirish uchun harakat qilib manfaatni yuzaga chiqaradi. Buning uchun u o'z oilasida yashaydi, jamoada mehnat qiladi. Har bir firma, jamoa, korxon boshqalaridan alohidalashgan holda xo'jalik yuritar ekan, shu jamoaning umumiy ishlovchilarini birlashtiradi. Har bir inson o'z yurtining fuqarosi sifatida umumdavlat manfaatini ifodalaydi. Umumdavlat manfaati butun xalq maqsadining umumiyligidan dalolat beradi.

Manfaatlar ob'ektiv hamda sub'ektivdir. Ob'ektivligiga sabab ehtiyojlarning ob'ektivligi, ikkinchi tomondan, manfaat har bir sub'ektning manfaati sifatida yuzaga chiqadi.

Manfaatlar shuningdek, bir tomondan umumiy, ikkinchi tomondan xususiydir. Manfaatlarning umumiy bo'lishiga sabab shuki, avvalo, har bir inson ma'lum bir oilada, mamlakatda, qolaversa, Yer sharida yashaydi, mehnat qiladi. Insonlar uchun shunday umumbashariy qadriyatlar mavjudki, ular umumiy manfaat tarzida namoyon bo'ladi. Masalan: atrof-muhitni muhofaza qilish, tarixiy yodgorliklarni asrash va boshqalar.

Manfaatlarning xususiyligi har bir sub'ektning o'z manfaati borligidan kelib chiqadi. Bu manfaat aynan uning maqsadini ifodalaydi, boshqalarning manfaatidan ajralib turadi hamda boshqalarning manfaatlariga mos tushavermaydi.

Insonning shaxs sifatida hamda mulk egasi sifatida manfaatlari bo'lib, ular bir-biridan farqlanadi. Shuning uchun mulkdor bilan mulksizning manfaati keskin farq qiladi.

Har bir shaxsning inson sifatida manfaati uning hayotiy ehtiyojlarini ifodalasa, mulkdor sifatida o'z mulkidan foydalanib daromad topishini ifodalaydi.

Manfaatlarga turli jihatdan yondashish, har bir insonning manfaatlarini o'zida mujassamlashtiruvchi sub'ekt sifatida iqtisodiy faoliyat jarayonida, o'zini qanday tutishi mumkinligini avvaldan taxmin qilishga yordam beradi.

Bozor iqtisodiyotining muhim tomoni, afzalligi ham shundaki, bozor ishtirokchilari bozor munosabatlariga o'z manfaatlaridan kelib chiqib kirishadilar. O'z manfaatlarini ko'zlash, amalga oshirish uchun harakat boshqalarning manfaatini ham o'ylashga majbur qiladi. Biror turdagi tovar ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi o'z manfaatini ko'zlab biron tovar ishlab chiqarar ekan, uni sotish uchun ilojisiz ravishda xaridor manfaatini ham o'ylashga majbur. Chunki uning nafililigi, ya'ni iste'mol qiymati, narxi xaridorni qoniqtirmasa xaridor tovarni sotib olmaydi. U xaridor manfaatiga moslashadi. Bu esa boshqalarning ham manfaatini ta'minlashga olib keladi.

Mulk egasining maqsadini amalga oshirish natijasida mulk iqtisodiy realizatsiya qilinadi. Mulkning iqtisodiy realizatsiya qilinishi mulk egasining manfaati amalga oshganida ifodalanadi. Mulkchilik real bo'lishi uchun mulkdorning iqtisodiy manfaati amalga oshuvi shart, ya'ni o'z manfaati yo'lida ishlata olish imkoniga ega bo'lishi kerak. Masalan, avtomobil egasi o'z mashinasini ijaraga berish, garovga qo'yish, o'zi minishi va boshqa imkoniyatlarga ega bo'lishi kerak. Agar shunday imkoniyatlar bo'lmasa mulk formal bo'ladi.

Mulkning shakli hamda miqyosiga qarab uning realizatsiyasi ham har xil usullar orqali yuzaga chiqadi: o'z mulkini kapital sifatida ishlatib boshqalar mehnatini qo'llab yoki o'z mehnati bilan tadbirkorlik qilib daromad olish; o'z mulkini ijaraga berib ijara haqi, pul shaklidagi mulkini qarzga berib foiz, mulkini qimmatga sotib daromad olish; yollanib ishlash orqali o'z mulki bo'lgan ish kuchidan daromad, ya'ni ish haqi olish.

Shunday qilib, turli iqtisodiy faoliyat orqali mulk yuzaga chiqib, o'z egasiga daromad — naf keltiradi. O'z mulkini ishlatib qanday daromad topish mulk egasining salohiyatiga ko'p jihatdan bog'liq.

Mulk tejamkorlikni yuzaga keltiradi. Mulk egasi o'z mulkini asraydi, avaylaydi, tejab-tergab ishlatadi. Agarda mulk egasi uchun o'z qadrini yo'qotsa, uni zarur bo'lgan boshqa kishiga sotib yuboradi. Ko'pchilik mulk sohibi bo'lgandagina jamiyat boyligini saqlashi va ko'paytirishi mumkin.

Mulkka ega bo'lishning quyidagi asosiy yo'llari bor:

a) mulkni ishlab topilgan daromad evaziga sotib olish;  
b) mulkni daromad topish uchun ishlatish, ya'ni aktsiya olib dividend olish, kapital sifatida ishlatib foyda, pul shaklida bankka qo'yib foiz, ijaraga berib haq olish tufayli mulkni ko'paytirish;

v) meros olish.

Mulkdorlarning ko'payishi mulkka ega bo'lishnigina emas, balki mulk shakllarining ham har xil bo'lishiga olib keladi.

Iqtisodiy manfaatlarining har bir mulk doirasida yuzaga chiqishi va uni amalga oshirish uchun iqtisodiy sharoit mavjud bo'lishi kerak. Buning uchun qaysi mulk shaklidan qat'i nazar, qonun bilan himoyalaniishi va har bir mulk shaklini rivojlantirish uchun keng huquqiy-iqtisodiy sharoitlar yaratish kerak.

Aynan bozor iqtisodiyoti ana shunday sharoit yaratish imkoniga ega.

## 2-§. Mulk tiplari va shakllari

Iqtisodiy faoliyatda bilimdonlik bilan ish yuritish uchun mulk turlari, shakllarini ajrata bilish kerak. Yuqorida ko'rib o'tdikki, mulk munosabatlari o'zlashtirish munosabatlarini ifodalaydi, o'zlashtirish esa, doimo jamiyat tomonidan belgilangan tartib asosida amalga oshadi. O'zlashtirishning qanday tarzda yuz berishiga ko'ra mulk turlari bir-biridan quyidagi asosiy mezonlarga ko'ra ajratiladi:

a) mulk sub'ekti kimligi;  
b) o'zlashtirish printsipi;  
v) mulk egalari xohishiga ko'ra, mulkni ularning o'rtasida erkin bo'linishi mumkinmi yoki yo'qligi;  
g) mulk egalarning iqtisodiy psixologiyasi xarakteriga ko'ra.

Dastlab o'zlashtirish birgalikda yuz berib, umumiy bo'linmaydigan mulk vujudga kelgan. U odatda ijtimoiy mulk deb ataladi. U kishilik jamiyati tarixida ayrim iqtisodchilar fikriga ko'ra, taxminan 1 mln yil davomida hukm surgan. Umumiy birgalikda o'zlashtirish — bu jamoaga birlashgan barcha kishilar tomonidan hal qiluvchi ishlab chiqarish resurslari va boshqa hayot kechirish vositalariga birgalikda teng egalik qilishdir. Bu mulk tipi quyidagi xususiyatlari:

a) ishlab chiqarish resurslariga teng egalik qilish;  
b) umumiy birgalikda qilingan mehnat natijasini birgalikda o'zlashtirish;  
v) iste'mol buyumlarini teng taqsimlash tendentsiyasi bilan xarakterlanadi.

Birgalikda o'zlashtirish o'ziga xos iqtisodiy psixologiyani ham shakllantiradi. Ya'ni:

— bunda jamiyatda boyligni tekis taqsimlash g'oyasi hukmron;  
— jamoachilik asosiy o'ringa chiqadi;  
— jamoa bo'lib mehnat qilish, o'zaro yordam berish, ko'maklashish;

— umumiy mulk shaxsan hech kimga tegishli emas degan fikrning hukmronligi;

— har bir shaxs manfaati bilan jamiyat manfaati o'rtasida bevosita aloqaning yo'qligi.

Mulkchilikning ijtimoiy tipi, ya'ni birgalikda o'zlashtirish quyidagi aniq shakllarda: ibtidoiy jamoa, davlat mulki tarzida namoyon bo'ladi.

Kishilik jamiyati taraqqiyotining dastlabki bosqichlarida inson hayoti butunlay tabiatga, atrof-muhitga bog'liq bo'lgan. Mehnat qurollari juda oddiy bo'lib, hayot kechirish uchun ne'matlar izlab topish katta qiyinchiliklar bilan amalga oshgan. Hayot kechirish jamoa bo'lib yashagandagina mumkin bo'lgan. O'z jonini saqlashga intilish odamlarni stixiyali tarzda jamoaga birlashishga olib kelgan. Jamoalar avval urug' jamoasi, so'ngra qabila tarzida tarkibi topgan. Jamoaga qarashli bo'lgan yer, mehnat qurollari, ishlab chiqarish natijasi teng taqsimlangan.

Jamiyatda dehqonchilikdan chorvachilikning ajralib chiqishi, so'ngra hunarmandchilikning kelib chiqishi katta o'zgarishlarga olib keldi. Mehnat qurollarining takomillashuvi, ishchi hayvonlardan foydalanish nisbatan ozchilik uchun boshqalarsiz ishlab chiqarish imkoniyatini vujudga keltirdi.

Birgalikda yashash, hayot kechirish uchun ne'matlar izlab topish o'z iqtisodiy ahamiyatini yo'qotdi. Uning o'rniga oilaviy xo'jaliklar vujudga keldiki, ular o'z navbatida keyinchalik xususiy mulk kelib chiqishiga sabab bo'ldi.

Birgalikda o'zlashtirishning turli shakllari uzoq vaqt hukm surgan.

Islom qoidalariga ko'ra barcha mulk Ollohniki. Yer, suv va boshqa ne'matlar Ollohning bandalariga inoyatidir. Demak, barcha mulkda hammaning haqi bor. Shu sababli islomda mulkdan jamoa bo'lib foydalanish kuchli. Uni hozir ham his qilish mumkin.

Hozirgi paytda ham Osiyo, Afrika, Lotin Amerikasida jamoalar ijtimoiy tizimning tarkibiy qismi sifatida mavjud.

Birgalikda o'zlashtirishning davlat mulki shakli davlat kelib chiqishi bilan bog'liq. Davlatning o'z vazifalarini ado etishi uchun davlat mulki bo'lishi, ya'ni boylikni davlat tomonidan o'zlashtirish zarur. Davlat mulkining miqyosi va undan foydalanishning maqsadi jamiyat taraqqiyotida ob'ektiv zaruratdan kelib chiqib o'zgarib turgan.

Davlat mulki xususiy va jamoa mulkidan o'sib chiqqan.

Masalan, O'rta Osiyo mintaqasida X—XIII asrlarda dastlabki turk-islom davlati — Qoraxoniylarning kuchli markazlashgan davlati hukm surgan. Davlat mulki quyidagi shakllarda:

1. **Amloki xos** — davlat mulki. Yer va yer osti boyliklari, moddiy ko'chmas mulklar va davlat ahamiyatiga oid ashyolar davlat tasarrufida bo'lgan.

2. **Iqto'** — davlat xizmatchilarini ta'minlovchi mulk. Muayyan yer maydonlari, moddiy-ma'naviy mulklar va davlat xazinasining muayyan qismi iqto' mulki bo'lgan.

3. **Vaqf** — muayyan ijtimoiy tabaqa mulki. Madaniy-ma'rifiy binolar, madrasa va masjidlar, ziyoratgoh va qabristonlar vaqf mulki bo'lgan.

Shu bilan birga Qoraxoniylar davlatida xususiy mulkchilik cheklanmagan. Shu sababli jamiyatning barcha tabaqasi o'z mulkiga ega edi. Jamiyatning haddan



tashqari tabaqalanib ketishiga yo'l qo'yilmagan. Tarixiy manbalarda ko'rsatilishicha, bunga davlat mulkidan, chunonchi vaqf mulkidan g'oyat samarali foydalanish bilan erishilgan.

XIX asrning oxiri va XX asrda birgalikda o'zlashtirishning dastlabki tipi davlat mulki yana muhim rol o'ynay boshladi.

Albatta, u tamomila yangi makroiqtisodiy shaklda bo'lib, miq-yosi va maqsadi jihatidan dastlabki o'zlashtirishdan tubdan farq qiladi. Davlat mulkining paydo bo'lishi va rivojlanishi quyidagi yo'llar orqali amalga oshiriladi: a) mulkni milliylashtirish (natsionalizatsiya qilish), boshqacha aytganda, xususiy mulkni davlat mulkiga aylantirish; b) davlat mablag'i hisobidan korxonalar o'rniga boshqa zarur ob'ektlarni vujudga keltirish; boshqa mulk sub'ektlariga daromadlarning bir qismini soliq undirish orqali davlat byudjetiga olish.

Hozirgi ko'rinishdagi davlat mulkini vujudga keltirishdagi dastlabki qadam Germaniya kantsleri, tarixda «temir kantsler» nomi bilan qolgan Otto fon Bismark nomi bilan bog'liq. U 1873 yili temir yo'l kompaniyalarini inqirozdan saqlab qolish uchun Prussiya temir yo'llarini davlat mulkiga aylantirdi. Tamaki mahsulotiga davlat monopoliyasini o'rnatdi. Ko'pgina xususiy mulk egalari Bismark faoliyatini «tamaki sotsializmi»ga o'tish deb baholashdi.

XX asrning 50—60- yillarida boshlangan fan-texnika inqilobi tufayli o'arb mamlakatlarida katta o'zgarishlar sodir bo'ldi. Mehnat va ishlab chiqarish kooperatsiyasi, integratsiyasi natijasida davlatga qarashli yirik korxonalar va tarmoqlar vujudga keldi. Davlatning iqtisodiyotga ta'siri kuchaydi.

Kapital ko'p talab qiladigan, qilingan xarajatlar tezda qoplanmaydigan, yaxshi foyda bermaydigan tarmoqlar davlat ixtiyoriga o'tdi. Sanoatda energiya manbalari, metallurgiya, harbiy-sanoat kompleksi, muhim moliya muassasalari, chunonchi Markaziy bank va ishlab chiqarish hamda sotsial infrastruktura davlat mulki hisoblanadi.

Klassik kapitalizm va moliya kapitali hukmronligidan so'ng o'arbda sotsial-iqtisodiy rivojlanishda yangi davr qaror topdi.

Bunda xususiy mulk makroiqtisodiyot miqyosida davlat sektori tomonidan «qisiladi» (suriladi).

Iqtisodchilar keltirgan ma'lumotlarga ko'ra, hozirgi paytda yalpi milliy mahsulotda davlat xarajatlari rivojlangan mamlakatlarda 10 dan 30 foizgacha va undan yuqori.

«Ekonomiks» darsligining mualliflari K. R. Makkonell va S. P. Bryular ham AQSH iqtisodiyotida davlat sektori tutgan o'rin kattaligini real fakt deb qayd qiladilar.

Turli mamlakatlarda davlat mulki ob'ekti va ulushi bir-biridan farq qiladi. Davlat mulki ma'lum me'yorda bo'ladi, lekin totalitar, ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan tizimda o'ta davlatlashtirish yuz berib, davlat mulki monopoliyasi vujudga keladi. Davlat mulki tanho hukmron bo'ladi (II bob).

Demokratik aralash iqtisodiyotda esa davlat mulki iqtisodiy zaruriyat talab qilgan me'yorda saqlanadi.

Davlat mulki qatoriga atom, kosmik sanoat, undirma sanoatning ma'lum turlari, yirik portlar, temir yo'l, suv omborlari, kanallar, qo'riqxonalar, tarixiy madaniyat

obidaları va boshqalar kiradi. Ko'pchilik mamlakatlarda yer xususiy mulk ob'ektiga kiradi. O'zbekistonda mulk to'g'risidagi qonunga ko'ra yer, suv, qazilma boyliklar, o'simlik va hayvonot dunyosi davlat mulki deb e'lon qilingan.

Davlat mulkiga davlat tashkilotlari va muassasalarining mulki, davlat byudjetining mablag'lari, davlatga qarashli aktsiyalar ham kiradi. Bundan tashqari, davlatning xorijda ham mulki mavjud bo'ladi.

Davlat mulki umumdavlat hamda munitsipal mulk shakli ko'rinishida (munitsipal mulkka viloyat, tuman, shahar, qishloq, hukumatga, idora organlariga qarashli mulk hamda mahalla mulki kiradi). Undan tashqari, mahalliy — kommunal mulk ham bo'lishi mumkin. Birgalikda o'zlashtirishga asoslangan jamoa mulki va davlat mulkidan tashqari bo'linmas mulkka asoslangan jamoa (korxonalar), oila mulki shaklida ham namoyon bo'lishi mumkin.

Har bir inson birgalikda o'zlashtirishni eng avvalo, oilada his qiladi. Bunda uy-joy, ro'zg'or buyumlari, tomorqa, mashina, birgalikda daromad topish uchun ustaxona, novvoyxona, asbob-uskuna, xom ashyo va boshqa xo'jalik yuritish uchun zarur bo'lgan narsalarni ko'rsatish mumkin. Bu yerda shuni ham eslatib o'tish kerak-ki, bizni iqtisodchilarimiz shaxsiy ehtiyojlarni qondirishda foydalaniladigan ne'matlarni shaxsiy mulk sifatida alohida ajratib ko'rsatib, bu mulkdan daromad topish maqsadida foydalanimasligini ta'kidlashadi.

**Bu mulk shakllariga mulkchilik huquqi nuqtai nazaridan qarasaq, «huquq dastasi»da ko'rsatilgan huquqlar barcha kishilar uchun teng.**

Umumiy birgalikda o'zlashtirish davridan so'ng ijtimoiy mulk-ka tamomila qarama-qarshi individual xususiy o'zlashtirish kirib keladi.

**Xususiy o'zlashtirish odamlarning mulkka boylik orttirish manbai sifatida qarashidan kelib chiqadi.**

Xususiy o'zlashtirishga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqidan tashqari, boshqarish, daromad olish, sotish, xavfsizlikni ta'minlash, meros qoldirish va boshqa huquqlar ham kiradi. Bu huquqlar mohiyati jihatidan jamiyatda qabul qilingan tartib, qonun-qoidalarni ifodalaydi. Bu o'z navbatida inson iqtisodiy psixologiyasini ham shunga muvofiq shakllantiradi:

- individual, egoistik fikr yuritish asosiy o'ringa chiqadi;
- jamiyat bilan har bir alohida shaxsning begonolashuvi;
- boshqalarning ehtiyojini qondirishga o'z manfaatini ko'zlagan holda (kirishiladi), qatnashiladi;
- xususiy mulk asosida boylik orttirish ko'zlanadi;
- jamiyatda boylikni xususiy mulk asosida tabaqalanish g'oyasi ustun bo'ladi;
- xususiy mulk muqaddas, daxlsiz, insonning tabiatiga mos tushadigan mulk tarzida tasavvur etiladi;
- o'z mulkini iqtisodiy realizatsiya qilish orqali mulk egasining shaxsiy manfaatdorligi amalga oshadi, ta'minlanadi.

Xususiy o'zlashtirish ikki turda bo'lib, bir-biridan katta farq qiladi.

Birinchisida ishlab chiqarish omillarining egasi o'zi mehnat qiladi, ikkinchisida esa yollangan ishchilar. Muvofiq ravishda xususiy mulkning ikki turi mavjud bo'ladi:

a) barcha ishlab chiqarish omillarining yagona egasiga tegishli bo'lgan mulk yoki individual xususiy mulk;

b) ishlab chiqarishning mehnat omili bilan boshqa omillar egasi alohidalashgan xususiy mulk.

Xususiy mulkning birinchi turiga dehqon, hunarmand va boshqa shunga o'xshash o'z mehnat vositalari bilan o'zi mehnat qiladiganlar kiradi. Ishlab chiqarish barcha omillarining egasi sifatida yaratilgan barcha mahsulotni mehnat omili egasining o'zi o'zlashtiradi. Har bir kishi o'zi mehnat qilar ekan, o'z mulkidan asrab-avaylab, samarali foydalanishga harakat qiladi. Mulkdan foydalanish natijasida farovon yashash uchun chuqur manfaatdorlik yotadi. Shuning uchun ham xo'jalik yurituvchi o'z xo'jaligi va olayotgan daromadi barqaror bo'lishi uchun kuchi va mablag'ini ayamay harakat qiladi. Bir kishining o'zida ham mulk egasi, ham mehnatkash mujassamlashganda ishlab chiqarish omillaridan eng samarali foydalaniladi. U erkin, boshqalar tomonidan ezilmaydi, ekspluatatsiya qilinmaydi. Boshqacha aytganda, mehnat omiliga tegishli mahsulot (daromad) boshqa omil egasi tomonidan o'zlashtirib olinmaydi.

Unga «mulk huquqi» nuqtai nazaridan qaralsa, «mulk huquqi dastasi»da ko'rsatilgan barcha huquqlar uning yakka o'ziga tegishli.

Xususiy mulkning ikkinchi turida mehnat omilidan boshqa omillar mulk egasiga tegishli bo'lib, ishlab chiqarish natijasi ham unga qarashli bo'ladi. U nisbatan katta miqdorda mulkka egalik qilib, yirik ishlab chiqarish, ya'ni yirik xo'jalik tashkil etib, iqtisodiy faoliyat yuritadi.

Bunda ishlab chiqarish jarayonida mehnat omili bilan boshqa omillarning birikishi ikki usul bilan amalga oshiriladi:

1) noiqtisodiy, ya'ni majburiy mehnat orqali;

2) iqtisodiy yo'l bilan, ya'ni iqtisodiy rag'batlantirish, haq to'lash yo'li bilan mehnatga jalb qilish orqali.

XV—XIX asrlarda g'arbiy Evropada yangi sotsial-iqtisodiy tizim: kapitalizmning dastlabki, tarixda «klassik kapitalizm» deb nom olgan bosqichi qaror topdi.

Bu bosqichda xususiy kapitalistik tadbirkorlik printsiplari to'la namoyon bo'ladi. Bosh iqtisodiy omil yakka xususiy mulk egasi bo'lib, u korxonaga egasi sifatida ishlab chiqarishni o'zi boshqaradi. Shunday xo'jalik faoliyatini A. Smit va D. Rikardo nazariy jihatdan yoritib berishgan. Kapitalizm bosqichiga o'tilishi bilan buyuk tarixiy jarayon — insoniyatning industrial ishlab chiqarishga o'tishi boshlandi. Bu texnika va ishlab chiqarishni tashkil etishda katta sifat va miqdor o'zgarishlariga yo'l ochdi. «Bug' asri»dan «Elektr asri»ga o'tilishi mehnat kooperatsiyasi masshtabining kengayishi, kapitalning to'planishi va markazlashuvini kuchaytirdi.

Oqibatda mikroiqtisodiyot tamomila yangi ko'rinishga ega bo'ldi.

Ko'plab yirik korxonalar ajralib, ishlab chiqarishda hukmron mavqeni egallashga kirishdi. Bu yirik korxonalar milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida o'z mahsulotini realizatsiya qilish uchun hamma imkoniyatlarini ishga solishga kirishdi.

Yirik sanoat kapitali bilan bank kapitali qo'shilib moliya kapitali vujudga keldi. Mulrchilikning yangi tipi: birgalikda qo'shilgan ulushga qarab o'zlashtiriladigan mulrch kelib chiqdi.

Mulrchilik yangi tipining shakllanishiga ko'p jihatdan fan-texnika inqilobi natijasida yangi, katta kapital talab qiladigan sohalarning paydo bo'lishi sabab bo'ldi. Bunda birinchidan, alohida kapitalistlarning kapitali etmasligi, ikkinchidan, raqobatda mag'lub bo'lib, bankrot bo'lishi tufayli mol-mulrchdan ajralib qolish xavfi muhim rol o'ynadi.

Mulrchilikning yangi, uchinchi tipida — umumiy va xususiy o'zlashtirish birgalikda amalga oshadi. Bunday aralash o'zlashtirishga quyidagi sabablarga ko'ra erishiladi:

1. Bu mulrch umumiy mulrchka barcha qatnashchilar qo'shgan hissa asosida tashkil topadi.

2. Birgalikdagi hissadorlik asosida tashkil topgan bu mulrchdan umumiy maqsad va yagona boshqaruv asosida foydalaniladi. Odatda, har bir hissa qo'shgan mulrch egasiga umumlashgan mulrchni boshqarishda me'yoriy imkoniyatlar beriladi.

3. Xo'jalik faoliyatini pirovard natijasi har bir kishining qo'shgan hissasiga ko'ra taqsimlanadi.

Bu mulrch tipi ham odamlarda ma'lum iqtisodiy psixologiya vujudga kelishiga ta'sir ko'rsatadi:

— individual-jamoachilik tuyg'usi;

— umumlashgan mulrch egalari mulrch va undan olinadigan daromad barqarorligini ta'minlashga harakat qiladilar;

— xususiy iqtisodiy manfaatdorlik jamoaning umumiy manfaati bilan qo'shilib ketadi;

— kishilarda har bir kishining daromadi umumiy daromadga, umumiy muvaffaqiyatga bog'liqligi haqida tushuncha paydo bo'ladi.

Hamkor (ulush asosida birgalikda tashkil topgan) mulrch quyi-dagi aniq shakllarda namoyon bo'ladi:

— aksionerlik jamiyati (korporativ) mulchi;

— qatnashuvchilarning pay mulrchiga asoslangan kooperativ mulrch;

— shirkatlar mulchi;

— yirik xo'jalik birlashmalari (assotsiatsiya, ittifoq va boshqa shunga o'xshashlar) mulchi;

— qo'shma korxonalar (milliy va xorijiy kapital bilan);

— turli shakldagi jamoalar mulchi.

Agar mulrchilikning birinchi tipida mulrch umumiy, bo'linmaydigan, har bir kishining individual manfaati umumiy manfaatga to'raligicha bo'ysundirilgan bo'lsa, uchinchi tipida avvaldan bosh umumiy mulrch uning qatnashchilari xususiy mulrchidan tashkil topgan. Har biri o'z ulushidan manfaatdor.

U ikkinchi mulrch tipidan ham farq qiladi. Agar klassik kapitalizmida ishlab chiqarish vositalariga yakka kapitalistning o'zi egalik qilsa, uchinchi tipda mulrch egasi anonim, ya'ni barcha ulushi borlarning birgalikdagi mulchi bo'ladi.

Uchinchi tip mulrchning eng keng tarqalgan shakli aksionerlik jamiyati, ya'ni korporativ mulrchdir. Bu mulrch egalari birgalikdagi mulrchdagi o'z ulushlarini

xohlagan paytlarida sotishlari mumkin. Shuning uchun mulk hajmi o'zgarmagani holda mulk egalari tarkibi o'zgarib turishi mumkin. Undan tashqari, individual, yakka kapitalistik mulkda kapitalni mulk egalarning o'zi boshqarsa, aksionerlik jamiyati faoliyatini maxsus professional boshqaruvchilar — menejerlar boshqaradi. Ular ma'lum muddatga har ikki tomonning huquq va majburiyatlari ko'rsatilgan shartnoma (kontrakt) asosida ishlaydilar. Agar kapital egasining kapitali o'z mablag'ini ishlab chiqarishga qo'yish tufayli ko'paysa, aksionerlik kapitali chetdan pul mablag'larini, ayniqsa bank mablag'larini jalb qilish orqali ko'paytiriladi.

Aksionerlik shakli nihoyatda moslashuvchan. U turlicha sotsial-iqtisodiy mazmunga ega bo'lib, undan alohida kishilar manfaati yoki sotsial guruhlar, yoki davlat manfaati yo'lida foydalanish mumkin. Bu aksiyalar nazorat paketi kimga tegishli bo'lishiga bog'liq.

Nazorat paketi kimning qo'lida bo'lishiga qarab, aksionerlik jamiyatlari alohida kishilar, boshqa kompaniyalar, davlat yoki mehnat jamoasi nazoratidami ajratish mumkin. Oxirgi paytlarda g'arbdagi mamlakatlarda nisbatan uncha katta bo'lmagan butunlay mehnat jamoalariga tegishli bo'lgan aksionerlik jamiyatlari miqdori o'sib boryapti. Masalan, AQShda 10 mingdan ortiq, shunday korxonalarda 10 mln dan ortiq kishi band.

**Uchinchi tip mulkchilik shakllarini mulkchilik huquqi nuqtai nazaridan qarasa, uning hech qaysi shakliga «mulk huquqi» to'liq dastasi tegishli emas. Turli shakllariga mulk huquqining turli kombinatsiyalari to'g'ri keladi.**

Real hayotda mulkchilikning uchala tipiga muvofiq ravishda vujudga kelgan aniq mulk shakllarining asosiy qismi mikroiqtisodiyot miqyosida tashkil topgan.

Mikroiqtisodiyotdagi tub o'zgarishlar natijasida, xususiy mulkning roli va ahamiyatining pasayishi sodir bo'ldi. Professorlar P. Samuelson va V. Nordxauslar bu haqda shunday deganlar: «Kapitalizmning tabiati o'zgardi: xususiy mulk ilgarigiga qaraganda kamroq xususiy, erkin korxonalar esa kamroq erkin bo'lib qoldi».

Natijada XX asr oxiridan boshlab makromiqyosda klassik kapitalizm o'z xossalarini yo'qotdi, u «sof kapitalizm» bo'lmay qoldi.

Shunday qilib, hozirgi paytda iqtisodiyotda **mulkchilikning uch: ijtimoiy, xususiy, aralash tipi va ularga xos turli shakllari mavjud:**

1. Davlat (umumiy, bo'linmaydigan) mulki.
2. Xususiy mulk (individual, xususiy kapitalistik).
3. Hamkor (pay asosida tashkil topgan umumiy mulk, ya'ni birgalikda qo'shilgan ulushga qarab o'zlashtiriladigan) mulk.

Natijada turli ukladlardan tashkil topgan iqtisodiyot vujudga keldi.

Uklad — bu xo'jalik yuritishning sotsial-iqtisodiy shakli. Ijtimoiy-iqtisodiy uklad mamlakatning iqtisodiy sektorida ishlab chiqarish omillariga mulkchilikning biron-bir shakliga muvofiq suratda vujudga kelgan iqtisodiy munosabatlarni, xo'jalik yuritish shaklini ifodalaydi.

Ko'p ukladli iqtisodiyot turli mulk shakllari va har xil xo'jalik turlari yaxlitligidan tashkil topgan iqtisodiyotdir.

### 3-§. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiyashtirish

Har qanday jamiyatning iqtisodiy tuzilishi mulkchilikdan boshlanadi. Ajdodlar tomonidan yaratilgan ne'matlar albatta mulk shaklida namoyon bo'ladi.

Umuman olganda, mamlakat miqyosida mulk va uning ko'payib borishiga ikki tomondan yondashish mumkin. Odamlarning mulki qancha ko'p bo'lsa, davlat ham shuncha boy bo'ladi yoki aksincha, davlat qancha boy bo'lsa, aholining mulki ham shuncha ko'p bo'ladi, farovon yashaydi. Deformatsiyalashgan sotsializm da davlat mulkining ustunligi kishilik jamiyati erishgan muhim yutuqlardan biri sifatida talqin etildi.

Bozor iqtisodiyoti, to'g'rirog'i aralash iqtisodiyotning muhim jihati shundaki, u mulkchilikning biron-bir shakli hukmronligini rad etadi. Unga mulkchilikning uchinchi tipi va muvofiq ravishda turli-tuman shakllari xos bo'lib, mulk masalasining hal etilishi bozor iqtisodiyotini vujudga keltirish borasidagi barcha tadbirlar tizimini tashkil etar ekan, demak, birinchi navbatda davlat mulk monopoliyasini sindirib, turli mulk shakllarini vujudga keltirishi zarur. «Mulkchilik masalasini hal qilish bozorni vujudga keltirishga qaratilgan butun tadbirlar tizimining tamal toshi bo'lib xizmat qiladi»<sup>1</sup>. Shuning uchun ham eng avvalo, O'zbekistonning asosiy qonuni — Konstitutsiyada jamiyat mulkchilikning turli-tumanligiga asoslanishi, mulk shakllarining teng-ligi e'tirof etilib, huquqiy muhofazasi ta'minlanishi qayd etilgan.

Sobiq sotsialistik davlatlarda bozor iqtisodiyotini shakllantirish uchun avvalo, davlatlashtirishdan qaytish, iqtisodiyotni erkinlashtirish, ya'ni iqtisodiyotni ustun darajada davlat tomonidan tartibga solishdan bozor mexanizmi orqali tartibga solishga o'tish kerak.

Iqtisodiy hayotni erkinlashtirish yoki davlatlashtirishdan qaytish bu davlatning iqtisodiy faoliyatdagi hukmronligini, monopol mavqeini sindirib, iqtisodiyotni boshqarishda yagona davlat mexanizmi o'rniga aralash iqtisodiyotga xos bozor mexanizmiga keng yo'l berishni ifodalaydi. U mulkni davlat tasarrufidan chiqarishdan tashqari, davlatning markazlashgan rejalashtirish, narx belgilash, tashqi savdo, valyuta munosabatlari va boshqa iqtisodiy faoliyatdagi yakka hukmronligini keskin qisqartirilishini o'z ichiga oladi.

Mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha reja asosida davlatga topshirishdan davlat xaridlariga o'tish. Bunda davlat xaridor sifatida ishlab chiqaruvchini sotish shartlari bo'yicha o'ziga jalb etishi bilan ajralib turadi. Davlat mavjud resurslarni taqsimlovchi funk-tsiyasini yo'qotadi. Resurslar bozor orqali taqsimlanadi. Davlatning resurslar oqimini o'zgartirishga ta'siri ustun darajada iqtisodiy yo'l bilan amalga oshiriladi. Masalan, soliqlar orqali.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda ham davlatning monopol mavqe'i tobora susayib boradi. Davlatning funktsiyasi milliy iqtisodiyotni chet el kompaniyalari bilan muvaffaqiyatli raqobat olib borishi uchun zarur muhit yaratishdan iborat.

Davlatning boshqarishdagi ko'pgina vazifalari korxonalar zimmasiga o'tadi, «gorizontal» xo'jalik aloqalari asosiy o'ringa chiqadi.

**Iqtisodiyotni erkinlashtirish** — bu iqtisodiyotni tartibga solishni to'la bozor mexanizmiga topshirish emas, balki bozor mexanizmi bilan davlat aralashuvini optimal darajada bo'lishini ta'minlashdan iborat. Sababi, hozirgi iqtisodiyot davlat aralashmasa samarali rivojlana olmaydi.

Iqtisodiy hayotni erkinlashtirishning asosini davlat tasarrufidan chiqarish tashkil etadi. Davlat tasarrufidan chiqarish deganda davlat mulkini turli mulk va xo'jalik yuritish shakllariga aylantirish tushuniladi.

Davlat tasarrufidan chiqarish raqobatni, tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilgan. Turli mulk va xo'jalik yuritish shakllari tengligi e'tirof etilib, ularga qonun doirasida barcha faoliyat bilan shug'ullanish imkoniyati yaratiladi.

Davlat tasarrufidan chiqarish davlat korxonalari va tashkilotlarini jamoa, shirkat, ijara, aksionerlik va boshqa shakldagi korxonalar va davlatga tegishli bo'lmagan tashkilotlarga aylantirishni bildiradi. Ular hammasi nodavlat sektorini tashkil etadi.

Davlat tasarrufidan chiqarishning asosini xususiyashtirish tashkil etadi. **Xususiyashtirish** — bu davlatga qarashli mulkning fuqarolar va yuridik shaxslarga xususiy mulk shaklida berilishidir.

Xususiyashtirish yakka xususiy mulk va shu mulkka asoslangan korxonalar tashkil etish yo'li bilan yoki guruhiy korporativ xususiy mulk, ya'ni ma'lum maqsadni ko'zlab o'zaro birlashgan mulk sohiblari mulki asoslangan korxonalar tashkil etish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Xususiyashtirish miqyosi va uslublari, muddati turlicha bo'lib, ular asosan har bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlariga bog'liq.

Xususiyashtirish miqyosi avvalo, u yoki bu mamlakatda xususiy sektorni qay darajada milliyashtirish darajasiga bog'liq. Milliyashtirish uslubidan kam foydalangan AQSh, GFR, Yaponiyada xususiyashtirish tendentsiyasi ancha sust bo'lgan holda Buyuk Britaniya, Frantsiya, ayniqsa, sobiq sotsialistik mamlakatlarda bu nihoyatda keng miqyosda amalga oshirildi.

Xususiyashtirishning uslublari turli-tuman bo'lib, ularni uchta guruhga bo'lish mumkin yoki boshqacha aytganda, xususiyashtirishning uch usuli bo'lib, muvofiq ravishda qator uslublarni o'z ichiga oladi.

1. Davlat mulkini bepul bo'lib berish:

- a) mehnat jamoalariga bepul topshirish;
- b) barcha jamiyat a'zolariga bepul bo'lib berish;
- v) aholining ayrim sotsial qatlamlariga bepul berish;
- g) har bir jamiyat a'zosining davlat mulkiga qo'shgan hissasiga, ya'ni mehnat stajiga qarab bo'lib berish;
- d) foyda keltirmayotgan korxonani istisno tariqasida mehnat jamoasiga bo'lib berish.

2. Davlat mulkini sotish orqali xususiyashtirish:

- a) mehnat jamoalariga sotish;
- b) barcha jamiyat a'zolariga sotish;
- v) auksionlarda (kim oshdi) fuqarolarga yoki yuridik shaxslarga sotish;
- g) korxonalarni mehnat jamoalariga ijaraga berish va keyinchalik butunlay sotish;

- d) xorijdan qarzni uzish evaziga chet el firmalari va fuqarolariga berish;
- e) ayrim sotsial qatlam: tadbirkorlar va menejerlarga sotish;
- yo) davlat korxonalarini xususiy investirlash yoki mulkni to'g'ridan-to'g'ri sotib olish yoki aktsiya paketini sotib olish yo'li bilan amalga oshiriladi;
- j) davlat korxonasini alohida bo'linmalarga ajratish yoki bo'lish va qayta qurish yo'li bilan qismlarga bo'lib sotish va hokazolar.

3. Davlat mulkini bepul bo'lib berish bilan sotishni birgalikda qo'shib olib borish. Bu usulning ham qator uslublari bo'lib, u yuqoridagi har ikki usulga xos uslublarning turli kombinatsiya-laridan iborat.

Xususiylashtirish bir qancha davlatlarda quyidagicha amalga oshirildi. Xususan, Buyuk Britaniyada korxonalarining aktsiyalarini sotish bilan birgalikda bepul tarqatildi. Davlat uy-joylari ularda yashayotganlarga sotildi.

Germaniyada asosan mulkni sotish orqali, Vengriyada haq to'lashni joriy qilish orqali bo'lsa, Polshada yirik korxonalar aktsioner jamiyatlarga aylantirildi. O'rta, mayda korxonalar sotildi. Kupon tarqatilib bepul taqsimlash amalga oshirildi. Ruminiyada 30% mulk bepul taqsimlanib, qolgani, asosan pul to'lab sotib olindi. Rossiyada esa 1992 yili har bir fuqaroga 10.000 rublik vaucher tarqatildi. Natijada har bir kishi shu summaga teng miqdorda davlat mulkida o'z hissasiga ega bo'ldi.

Xususiylashtirishning qaysi usulini tatbiq qilish mumkinligi, qaysi variant maqbulligi haqida iqtisodchilarda turli fikrlar bor. Bir guruh iqtisodchilar davlat mulkini sotishdan ko'ra bepul berish ma'qul deyдилar, sababi:

- 1) hamma ham davlat mulkini sotib olish uchun mablag' yo'q, mehnat haqiga 1/10 yoki 1/20 qisminigina sotib olish mumkin;
- 2) bu mulkni turli «pinhoni» iqtisodiyot korchalonlari, chayqovchilik bilan shug'ullanuvchilar egallashi mumkin;
- 3) chet el biznesmenlari sotib olishi, halol topilmagan mablag'larni «qonunlashtirib olish» uchun foydalanishlari mumkin;
- 4) odamlarimiz ozmi-ko'pmi davlat mulkini yaratishda qatnashganlar. Bundan tashqari, teng taqsimlashning ustunligiga o'rgangan mulkni sotish adolatdan emas. Mulknı sotish natijasida ayrim tabaqalarning boyib ketishi, boshqalarning ularga nisbatan noroziligining kuchayishiga olib kelishi mumkin.

Ikkinchi guruh iqtisodchilar esa aksincha, davlat mulkining pul ekvivalentini hatto mehnat jamoalariga ham to'g'ridan-to'g'ri bo'lib berib bo'lmaydi. Sababi:

- 1) jamiyatda e'tibor, asosan taqsimlashga qaratilganligi uchun boqimandalik kayfiyati kuchli sharoitda tarbiyalangan kishilar o'ziga tekkan ulushni ham tez fursatda «eb tugatadilar»;
- 2) bu mablag' tadbirkorlik bilan ish yuritish, ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va boshqa sohalarga qo'yishga emas, asosan shaxsiy ehtiyojlarni qondirish uchun sarflanadi;
- 3) «pinhoni iqtisodiyot» vakillari hamda chet el ishbiarmonlari aholidan davlat mulkida ulushlari ko'rsatilgan hujjatlarni osongina sotib oladilar. «Sotuvchi» qancha kambag'al bo'lsa, shuncha arzonroqqa sotadi;
- 4) bozor iqtisodiyoti sharoitida mulk faqat boylik, to'kinchilik, muvaffaqiyatlar garovi emas. U har bir kishidan tinimsiz izlanish, mashaqqatli mehnat, tadbirkorlik, ma'lum darajada tavakkalchilik qilishni talab qiladi;



5) davlat mulki hukmron sharoitda voyaga etgan avlod kam bo'lsa ham kafolatlangan ish haqiga, buyruqni bajarishga o'rgangan. Xususiy mulk egasi sifatida ish yuritishga qiynaladi;

6) bepul berishning adolatli mezonini belgilash juda qiyin va boshqalar...

Bozor iqtisodiyotiga o'tishning «O'zbekiston modeli» da har ikki variantning ustun va zaif tomonlarini hisobga olgan holda davlat mulkini sotish usuli asosida xususiylashtirishga qaror qilindi.

Bunda, eng avvalo, har bir shaxsning davlat mulkini yaratishda qo'shgan hissasini xolisona baholab bo'lmashligi, bepul qo'lga kiritilgan mol-mulk qadrlanmasligiga alohida e'tibor qaratildi.

Qabul qilingan qonunlar, jumladan «Mulchilik to'g'risida», «Mulchni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish» va boshqa me'yoriy hujjatlarda davlat mulkini boshqa mulk shakllariga aylantirish jarayonida yuz berishi mumkin bo'lgan salbiy jihatlarni cheklash uchun tadbirlar belgilandi.

Xususiylashtirish muddati ham turli mamlakatlarda turlicha. Masalan, Angliyada 11 yil, ya'ni 1979—1990 yillar davomida o'tkazilib, mamlakat aholisining kapital va aksiyalariga ega bo'lgan mulkdorlari 7% dan 21% ga ortdi, uy-joyni xususiylashtirish asosida o'z uyiga ega bo'lgan oilalar hissasi 55% dan 66% ga ortdi. G'arbiy Evropa mamlakatlarida 10—15 yil, Yaponida 10 yil, boshqa mamlakatlarda ham shu muddat atrofida vaqt ketdi.

1992 yilning oxirida O'zbekiston Davlat mulk va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash qo'mitasi tashkil etildi. U mamlakat hukumati bilan birgalikda xususiylashtirishning strategiya va taktikasini ishlab chiqdi.

Xususiylashtirishni ikki yo'l:

1) individual, har bir korxonaning xususiyatlarini hisobga olgan holda;

2) umumiy, namunaviy dastur asosida olib borish ko'zda tutildi.

Xususiylashtirish ko'proq individual yondashuvni hisobga olgan holda ikkinchi yo'l bilan amalga oshirildi. U korxonaning katta-kichikligi, iqtisodiy potentsiali qaysi tarmoqqa qarashli bo'lishidan qat'i nazar, qabul qilingan namunaviy dasturdan foydalanib xususiylashtirishga asoslanadi. Korxonaga mulkini baholashga ham tipik asosda yondashiladi.

Xususiylashtirishni huquqiy-me'yoriy jihatdan ta'minlash uchun turkum qonunlar va hujjatlar ishlab chiqildi. Ularda mulk shakllari, davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishning asosiy tartib-qoidalari belgilandi.

«O'zbekiston modeli» bo'yicha xususiylashtirishni bosqichma-bosqich, «oddiydan murakkab sari» qoidasi asosida amalga oshirish ko'zda tutildi. Birinchi (1992—1994 yillar) bosqichda xususiylashtirish savdo, maishiy xizmat sohasi doirasida amalga oshirildi.

Kichik xususiylashtirishni amalga oshirish natijasida savdo-sotiq hajmi va umumiy ovqatlanish, yalpi mahsulotning 82% dan ortig'i nodavlat sektor hissasiga to'g'ri kelgan.

Uy-joylarni xususiylashtirish natijasida bir milliondan ortiq kvartira yoki davlat uy-joy fondining 95% dan ortig'i fuqarolarning shaxsiy mulki bo'lib qoldi. Bunda har uch kvartiraning bittasi egalarga imtiyozli shartlar bilan yoki bepul berildi.

Urush faxriylari, o'qituvchilar, tibbiyot xodimlari va ilmiy xodimlar, ijodiy ziyolilar kvartalarning bepul egalari bo'lishdi.

Kam daromadli, mehnatga layoqatsiz va yolg'iz, keksa shaxslar, yosh oilalar hamda fuqarolarning ijtimoiy himoyalangan, kam ta'minlangan boshqa toifalari, uy-joyga muhtojlar uchun aniq maqsadli maxsus kommunal uy-joy xaziralari tashkil etildi.

Ikkinchi bosqichda (1994(yil o'rtalaridan boshlab)-1995 yillar) ommaviy xususiy lashtirish boshlandi. Bu bosqich engil, oziq-ovqat, farmatsevtika sanoati, tayyorlov shoxobchalari, qurilish, transport, aloqa korxonalarini qamrab oldi.

Jahon banki yalpi xususiy lashtirish mexanizmini ishlab chiqishda katta yordam ko'rsatdi. Bank mutaxassislari tavsiyasiga ko'ra korxonalarni davlat tasarrufidan chiqarib aksionerlik jamiyatlariga aylantirishni quyidagicha amalga oshirish ko'zda tutildi.

25% gacha — mehnat jamoasiga, 25% gacha — davlatga (davlat bilan mehnat jamoasining hissasi 49% dan oshmasligi lozim).

Kamida 50% i erkin sotuvga, shu jumladan, 25% va undan ortiqrog'i xorijiy investorga sotilishi belgilandi.

..Ommaviy xususiy lashtirish dasturi aksiyalarning nazorat paketini xorijiy firmalar tomonidan sotib olinishiga yo'l qo'yadi. Masalan, respublikamizning tamakichilik tarmog'i xalqaro «BAT industriz» firmasi, motorlar ishlab chiqarish esa Italiya firmasi nazoratiga o'tdi.

Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy lashtirish jarayonida 692 korxonona o'z mulk shaklini o'zgartirib, 3685 aksionerlik jamiyati, 2966 jamoa, 13544 kichik, xususiy va 497 qo'shma korxonalar tashkil etildi. 1998 yilda umumiy korxonalarining 84,1% i nodavlat sektoriga qarashli edi.

«O'zbekiston modeli» xususiy lashtirilgan korxonalardan tushgan mablag'lar ishlab chiqarishni texnika bilan qayta qurollantirish, xususiy lashtirilgan korxonalarni, tadbirkorlikni rivojlantirishga sarflanishi bilan ajralib turadi.

1995 yildan Vazirlar Mahkamasi belgilagan tartib bo'yicha xususiy lashtirishdan tushgan mablag'ning 50% i Respublika «Biznes fondi»ga kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash uchun;

20% i — hokimiyatlarga, regionlarda bozor infrastrukturasini rivojlantirish uchun;

20% i — turli tarmoqlardagi xususiy lashtirilgan korxonalarini kreditlash uchun;

10% i — mulk qo'mitasiga kadrlarni o'qitish, malakasini oshirish, bozor strukturasini yaratish va ta'minotini yaxshilash uchun ajratildi.

1997 yildan boshlab, hukumat xususiy lashtirishdan tushgan mablag'larni taqsimlashni o'zgartirish to'g'risida qaror qabul qildi, unga binoan:

40% i — investitsion loyihalarni moliyalashtirish uchun davlat byudjetiga;

30% — biznes fondga;

20% — viloyat va Toshkent shahri hokimliklariga sotsial-iqtisodiy rivojlanishni, investitsion loyihalarni moliyalashtirish va bozor infrastrukturasini tashkil qilish uchun;

10% — Davlat mulk qo'mitasiga xususiyashtirish bo'yicha dasturni amalga oshirish, investitsion va bozor strukturalarini tashkil etish uchun, jumladan 5% i boshqarish xarajatlarini qoplash uchun ajratiladigan bo'ldi.

Uchinchi bosqich 1996-1998 yillarni o'z ichiga olib, aktsiya nazorat paketlari davlat ixtiyorida bo'lgan yirik korxonalarining aktsiyalarining davlat ulushi sotilishi amalga oshirish boshlandi. Xususiyashtirilmaydigan davlat ahamiyatiga ega bo'lgan, umumjamiyat manfaati uchun zarur bo'lgan korxonalar ro'yxati va byudjetdan tashqari fondlar Oliy Majlis va Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilab qo'yildi.

To'rtinchi bosqich 1998 yil oxirlaridan boshlab hozirgacha davom etmoqda. Bu bosqichda xususiyashtirilgan ob'ektlardan byudjetga mablag'lar tushirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, ishlamayotgan ob'ektlarni ularga investitsiya kiritish sharti bilan tender asosida tekinga berish va boshqa mulkdan foydalanish samaradorligini oshiradigan tadbirlar amalga oshirilmoqda.

2003 yil 26 avgustda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Davlatning past rentabelli, zarar ko'rib ishlayotgan, iqtisodiy nochor korxonalar va ob'ektlarni xususiyashtirishni tezlashtirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risidagi» qarori muhim ahamiyatga ega. Unga ko'ra past rentabelli, zarar ko'rib ishlayotgan iqtisodiy nochor korxonalar va past likvidli ob'ektlarni 0 qiymatida tanlov asosida investorlarga investitsion majburiyatlar qabul qilish yo'li bilan sotish tartibi va xususiyashtirilayotgan davlat korxonalari aktivlari bahosini navbatma-navbat pasyirish tartibini tasdiqladi.

Respublikamizda bozor munosabatlarining qaror topishi va mulkdorlar sinfining shakllanishiga erishish asosiy vazifa bo'lib, u o'z ichiga ikki muammoni:

- a) bozor munosabatlarini o'rnatish;
- b) mulkdorlar sinfini shakllantirishni oladi.

«O'zbekiston modeli»da mulk shakllarining xilma-xilligiga bi-rinchi navbatda xususiy mulkka e'tibor beriladi, chunki mulk o'z egasini topsagina, haqiqiy mulkka aylanadi.

O'zbekistonda o'tkazilayotgan tub islohotlar, jumladan, mulkchilikni isloh qilish, iqtisodiyotni rivojlantirish pirovard natijada demokratik o'zgartirishlar qilish, kuchli, suveren, huquqiy davlatni barpo etish, xalqimizni farovon, osuda hayot kechirishini ta'minlashning moddiy negizini yaratishga qaratilgan.

### Xulosa

\*Iqtisodiy faoliyat jarayonida kishilar o'rtasida ro'y beradigan munosabatlar iqtisodiy munosabatlar bo'lib, uning markazida mulk munosabatlari turadi. Yaratilgan ne'matlarni qanday o'zlashtirish ana shu munosaatlarga bog'liq.

\*Mulq munosabatlari resurslarni cheklanganligi tufayli kelib chiqqan. Inson tabiatan o'z manfaatlarini ko'zlovchi, cheksiz bo'lishi, ikkinchi tomondan, resurslarni cheklanganligi kishilik jamiyatining dastlabki pog'onalaridan boshlab ne'matlarni o'zlashtirishda turli-tuman konfliktlar chiqishiga sabab bo'lganki, aqlli mavjulat inson ma'lum qonun-qoidalar ishla chiqish orqali bartaraf qilish yo'lini topgan.

\* Mulk itisodiy va huquqiy kategoriya bo'lib, ular o'zaro og'liq va bir- birini taqozo qiladi. Mulkchilikni mazmunini o'zlashtirish ifodalaydi. O'zlashtirish esa egalik qilish, foydalanish, tasarruf qilish yaxlitligidan iborat.

\*O'zlashtirish qanday yuz berishiga ko'ra mulk turlari vujudga kelgan. Ular ma'lum mezonlar asosida ajratilgan. Unga ko'ra kishilik jamiyati vujudga kelgandan hozirga qadar mulkchilikning uch tipi: ijtimoiy mulk, xususiy mulk, hamkorlikdagi mulk va ularga muvofiq ravishda mulk shakllari vujudga kelgan.

\*Kishilik jamiyati taraqqiyoti shuni ko'rsatadiki, mulkning biron bir turi, shakli monopoli mavqega ega bo'lsa, ana shu monopoli mavqega ega bo'lgan boshqa mulk egalari ga tegishli bo'lgan ne'matlarni ham bir qismini o'zlashtirish imkonini qo'lga kiritadi.

\*Bozor (aralash) iqtisodiyotining muhim afzalligi shundaki, u mulkchilikning turli-tumanligi asoslangan. Unga ko'ra ko'p ukladli iqtisodiyot barpo etiladi, monopoliizmning asosi barham topadi. Shuning uchun mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'lini tanlar ekan, eng avvalo mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishga alohida ahamiyat berildi.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

- |                               |                                   |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Mulk                       | 6. Mulkdan foydalanish.           |
| 2. Mulk-iqtisodiy kategoriya. | 7. Mulkni tasarruf etish          |
| 3. Mulk-huquqiy kategoriya.   | 8. Mulk huquqi.                   |
| 4. O'zlashtirish.             | 9. Manfaatlar                     |
| 5. Mulkka egalik qilish.      | 10. Iqtisodiyotni erkinlashtirish |

a) mulkdorlik huquqining mulk egasi qo'lida saqlanib turishi, yaratilgan mahsulotni o'zlashtirishning ijtimoiy shakli;

b) kishilarning narsaga (mulkka) nisbatan kelib chiqadigan munosabatlar qonun va huquqiy hujjatlarda, davlat tomonidan belgilangan va har bir fuqaro uchun majburiy tartib-qoidalarni ifodalaydi;

v) mulk bo'lgan boylikni taqdirini mustaqil hal etish, ya'ni undan kelajakda qanday maqsadda foydalanish, ishlatishni belgilash;

g) mulkka nisbatan, uni o'zlashtirish, xo'jalik yuritish uchun ishlatishch jarayonida kishilar o'rtasida yuz beradigan munosabatlar;

d) mulkni ishlatib, ko'zlangan maqsadga, natijaga erishish: daromad topish yoki shaxsiy ehtiyojni qondirish;

e) kishilar o'rtasida ne'matlar va ulardan foydalanish natijasida vujudga keladigan munosabatlarni jamiyat tomonidan qabul qilingan qoidalari(qonunlar, an'analar, urf-odatlar, ma'muriy farmoyishlar);

yo) cheklangan ne'matlarni qabul qilingan tartib asosida o'zlashtirish;

j) mulkchilikni mazmunini ifodalab, egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish yaxlitligi;

z) odamlar ehtiyojini munosabatlar orqali ifodalanishi

i) davlatning iqtisodiy faoliyatdagi hukmronligini, monopol mavqegini sindirib, iqtisodiyotni boshqarishda yagona davlat mexanizmi o'rniga aralash iqtisodiyotga xos bo'lgan bozor mexanizmiga keng yo'l berish

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Mulk iqtisodiy kategoriya sifatida qanday munosabatlarni ifodalaydi? Huquqiy kategoriya sifatidachi?
2. Mulk munosabatlarining iqtisodiy mazmuni, ob'ekti va sub'ektlarini ta'riflang?
3. Mulkchilik munosabatlariga ko'proq iqtisodiy hamda huquqiy kategoriya sifatida qarashlarning qanday farqi bor?
4. «Huquq dastasi» qanday huquqlar majmuidan iborat?
5. Manfaatlar nima sababdan ob'ektiv hamda sub'ektiv, umumiy va xususiy bo'ladi?
6. Mulk tiplari (turlari) va shakllarini ta'riflang. Ular qaysi jihatlari bilan farqlanadi?
7. Davlatlashtirishdan qaytish, boshqacha aytganda, iqtisodiy hayotni erkinlashtirish bilan mulkni davlat tasarrufidan chiqarish qanday farq qiladi?
8. O'zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish qanday amalga oshirildi?
9. Prezidentimizning «Mulkchilik masalasini hal etish... bozorni vujudga keltirishga qaratilgan butun tadbirlar tizimining tamal toshi bo'lib xizmat qiladi», - deb ta'kidlashining sababi nimada?
10. «Boylik bu puli ko'plikda emas, ko'ngli to'qlikda» degan naqlga qanday qaraysiz?

### Masala va mashqlar

1. Sentyabr oyida davlat korxonalarida 25 ming kishi ishlab 19,5 mln. so'mlik mahsulot ishlab chiqarildi. Xususiy kichik korxonalarda 22 ming kishi band bo'lib, 17,5 mln. so'mlik mahsulot yaratildi. Chet elliklar bilan birgalikda tashkil etilgan qo'shma korxonalarda esa 24 ming kishi band bo'lgani holda 30,5 mln so'mlik mahsulot ishlab chiqarildi.

O'rtacha har bir ishlovchiga to'g'ri keladigan mahsulot miqdorini (mehnat unumdorligini) hisoblang. Mehnat unumdorligi nuqtai nazaridan qaysi mulk shakli samarali ekanligini aniqlang. Sizningcha buni sababi nimada, izohlang.

2. Qo'shningiz ekan baqaterak tezda o'sib, sizni qulupnay ekan eringizga soya sola boshladi. Siz kelishmovchilik vaziyatini hal qilish uchun qanday chora qo'llagan bo'lar edingiz. Mulk huquqi nuqtai nazaridan qaysi biri eng ratsional hisoblanadi?

- a) mahalliy sudga murojaat qilasiz;
- b) mahalla oqsoqoliga murojaat qilasiz;
- v) bildirmaygina baqaterakni eydigan hasharot to'la idishni tashlaysiz;

g) qo'shni bilan teragini qirqsa, tovon tariqasida 2 chelak qulupnay berishga kelishasiz;

d) qulupnay etishtirishga «bor-e deb, qo'l siltaysiz»

3. Nima sababdan madaniyatli kishi tsivilizatsiyalashgan dunyoda birovni narsasini o'g'irlamaydi?

a) jinoyat qilgani uchun jazolanishdan qo'rqadi;

b) jamiyatdagi urf-odatlariga bo'ysunadi;

v) bunga uning ichki axloqiy qarashlari yo'l bermaydi;

g) kelajakda amaldor bo'lish imkoni yo'qotiladi

4. Quyidagi keltirilgan vaziyatlarni tahlil qilib aytingchi, amalga oshirilgan faoliyat tufayli «mulk huquqi» dastasining qaysi bir elementi realizatsiya qilinadi?

a) Fermer yer uchastkasini ijaraga oldi, unda bug'doy etishtirib, davlatga sotdi.

b) Erkinjon "Neksiya" avtomobilini sotib oldi va unda dala hovlisiga qatnab turibdi.

v) Korxonada o'zining tsexi binosini boshqa firmaga ijaraga berdi.

g) Tadbirkor Odiljon boshqa tadbirkordan uncha katta bo'lmagan ikkita xonani sotib oldi. Bitta xonani buzib, ikkinchisini kengaytirib, ta'mirladi.

d) Xo'jalik sudi tadbirkor Raximovdan ishlatib turgan uskunasi qarzini to'lamagani uchun, qarz evaziga olib qo'yishga qaror qildi.

e) Fuqaro Akbarova o'zi yashab turgan uyini o'g'illariga vasiyat qildi.

j) Davlat korxonasi birovning bog'idan avtomobil yo'li o'tkazdi. Bunda uning egasiga qirqilgan daraxtlar uchun kompensatsiya to'lanmadi.

z) Avtomobilning egasi undan foydalanmay, avtostoyankaga qo'yib qo'ygan. O'rtoqlari undan avtomobilidan foydalanishga ruxsat so'rashga bermadi.

i) Uyi yidagi mulkini o'g'irlab ketishgani uchun fuqaro militsiyaga murojaat qildi.

k) Sud korxonani tozalanmagan oqavasini anhora tashlagani uchun jarima soldi.

l) Fuqaro mulk qilib olgan yer uchastkasiga ishlov berdi. Kelajakda uni sotmoqchi emas.

5. Quyidagi jadval raqamlariga e'tibor bering. Unda mamlakatimizda 2002-2003 yillarda iqtisodiyotni erkinlashtirishni chuqurlashtirishni amalga oshirish jarayoni aks etgan. Berilgan raqamlar asosida tashkil etidgan nodavlat korxonalari hajmida aksionerlik jamiyatlari, xususiy korxonalar va boshqa turdagi korxonalar ulushini hisoblang.

Undan qanday xulosa chiqarish mumkin? Mulkchilik nuqtai nazaridan qarasa, korxonada maqomi mahsulot ishlab chiqarish turlarini tanlashda rol o'ynaydimi? Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish bilan xususiy lashtirishni farqi bormi? Iqtisodiyotni erkinlashtirishni bormi?

**Xususiylashtirish jarayonida tashkil qilingan  
nodavlat korxonalari soni (dona)**

Davrlar	Jami tashkil qilindi	Shu jumladan		
		Aktsiyadorlik jamiyatlari	Xususiy korxonalar	Boshqa shakllardagi korxonalar
02/I	268	26	211	31
02/II	331	45	249	37
02/III	481	86	287	108
02/IV	720	66	505	149
03/I	301	19	255	27
03/II	342	5	301	36
03/III	332	19	160	153
03/IV	477	32	265	180

Manba: O'zR Davlat mulk qo'mitasi.

- T/N.

1. Bozor munosabatlarini rivojlantirishga qaratilgan O'zbekiston iqtisodiyotining negizini xilma-xil shakllardagi mulk tashkil etadi
2. Mulkdor mulkini o'z hohishicha egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi. Mulkdan foydalanish ekologik muhitga zarar etkazmasligi, fuqarolar, yuridik shaxslar va davlatning huquqlarini hamda qonun bilan qo'riqlanadigan manfaatlarini buzmasligi kerak.
3. Yer, yer osti boyliklari, suv, o'simlik va hayvonot dunyosi hamda boshqa tabiiy zahiralari umummilliy boylikdir, ulardan oqilona foydalanish zarur va ular davlat muhofazasidadir.
4. Jamiyat taraqqiyotining barcha bosqichlariga xos bo'lgan mulk shakli bor. Bu shaxsiy mulk.
5. Klassik iqtisod maktab vaillari iqtisodiy nazariyaga «Mulki huquqi dastasi» tushunchasini kiritishdi.
6. Iqtisodiy manfaatlar kishilarni harakatga keltiruvchi, ularning sa'y-harakatini, intilishini, tanlovini belgilovchi kuchdir.
7. Mulknii iqtisodiy jihatdan alohidalashuvi doirasida manfaatlar: shaxsiy, oilaviy, jamoa, jamiyat manfaatlarini sifatida yuzaga chiqadi.

**Testlar**

1. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda qaysi mulk shakli eng ko'p tarqalgan hisoblanadi?
  - a) aktsionerlik jamiyati;
  - b) kooperativ;
  - v) individual va xususiy mulk;
  - g) jamoa;

- d) qo'shma korxonalar
2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish natijalari ...
- resurslar kimning mulki ekanligiga ko'ra;
  - mehnat omili tomonidan;
  - moddiy resurs ealari tomonidan;
  - menejerlar tomonidan;
  - davlat tomonidan o'zlashtiriladi.
3. Mulknı davlat tasarrufidan chiqarish, bu ...
- davlat mulkini fuqarolarga sotish;
  - davlat mulkini imtiyozli bo'lib berish;
  - davlat mulkini nodavlat mulk va xo'jalik yuritish shakllariga aylantirish;
  - davlat mulkini xususiy mulkka aylantirish;
  - davlat mulkini yuridik shaxaslarga sotish.
4. Manfaatlarning bir tomondan ob'ektivligiga sabab, ...
- har bir kishining inson sifatida ehtiyoji mavjudligi;
  - ehtiyojlarning ob'ektivligi va uni qondirish zaruriyati;
  - insonlar uchun umumbashariy qadriyatlarining umumiyligi;
  - kishilarning manfaati mos kelishi zaruriyati;
  - shaxsiy, guruhıy, umumjamyat manfaatlari mavjudligi.
5. Manfaatlarning ikkinchi tomondan sub'ektivligiga sabab, ...
- insonni shaxs, mulk egasi sifatida manfaatlari mavjudligi;
  - insonlar uchun umumbashariy qadriyatlarining mavjudligi;
  - sub'ektning shaxsiy, oilaviy, jamoa jamiyat manfaatlari mujassamlashtirishi;
  - manfaat doimo ikki sub'ektga tegishli;
  - manfaat har bir insonning o'zida mujassamlashgan
6. Aktsionerlik jamiyatida mulk egalari kim?
- jamiyatning prezidenti;
  - boshqaruv a'zolari;
  - nazorat kengashi;
  - aktsionerlar;
  - ijrochi direktor va menejerlar.

«Mulk munosabatlari» mavzusi bo'yicha dars o'tish jarayonida tadqiqot uslubini modellashtiruvchi o'yindan foydalanib qo'llash

**Maqsad:**

1. Mulkchilik, mulk munosabatlarini, mulkka iqtisodiy va huquqiy kategoriya sifatida tushuntirib berish;

2. Mulk xuquqini resurslarni taqsimlanishida qanday rol o'ynashini tahlil qilish;

**O'yin o'tkazish uchun materiallar:**

- \* auditoriyada taxminan 2x2 metr bo'sh joy;
- \* 60 dona skrepka yoki gugurt cho'plari yoki boshka material bo'lishi mumkin;

- \* rangli skoch;

- \* mulk huquqi dastasi va undan kelib chiqib mulk huquqining aniq sifatleri



ko'rsatilgan tarqatma material.

**1-tarqatma material**  
**Mulk huquqi dastasi.**

Mulk huquqi o'z ichiga quyidagilarni oladi:

1. Egallik qilish, ya'ni boylikni nazorat qilish huquqi.
2. Foydalanish huquqi.
3. Boshqarish, ya'ni boylikdan kim, qanday foydalanishini ta'minlash masalasini hal etish, echish huquqi.
4. Daromad olish huquqi, ya'ni boylikdan foydalanishdan kelgan natijalarga ega bo'lish huquqi.
5. Tasarruf qilish, ya'ni boylikni begonalashtirish, boshqacha aytganda sotib yuborish, iste'mol qilish, o'zlashtirish yoki yo'q qilib yuborish huquqi.
6. Xavfsizlik, ya'ni boylikni ekspropriatsiya (tortib olish) qilishdan, tashqi muhitdan, chetdan etkaziladigan ziyonlardan himoya qilish huquqi.
7. O'z boyligini meros qoldirish huquqi.
8. Boylik sohibi bo'lishning muddatsizligi huquqi.
9. Tashqi muhitga zarar keltiradigan tarzda mulkdan foydalanish usullarini ta'qiqlash.
10. Qarzini to'lash javobgarligi, ya'ni boylikdan qarzni to'lash uchun foydalanish imkoniyatlariga ega bo'lish huquqi.
11. Buzilgan huquqni tiklashni ta'minlovchi tartib va institutlarning mavjud bo'lishini ta'minlash huquqi.

Ana shu xuquqlarni bir butun holda olib qarasa, ularni umumiy ravishda quyidagi sifatlari: universalligi, mulkni faqat uning egasiga tegishli bo'lishi, qo'lma-qo'l o'tishi, huquqiy ta'minlanganligi bilan biron bir qaror qabul qilishga ta'sir ko'rsatadi.

**2-tarqatma material**

**Mulk huquqining aniq belgilangan sifatlari:**

**\*Universalligi.**

\*Hamma tovarlar, xizmatlar va resurslar mulk hisoblanadi. Ulardan foydalanish, imtiyoz va cheklashlarning barchasi belgilangan.

**\*Uning faqat mulk egasiga tegishli bo'lishi.**

\*Mulkka egalik qilish va foydalanishdagi xarajatlar va olingan foyda, natija mulk egasiga qarashli bo'ladi. Ulardan boshqalarning foydalanishi, sotish yoki ijaraga berish orqali amalga oshishi mumkin.

**\*Mulkni qo'lma-qo'l o'tishi.**

\*Mulkchilik huquqi bir mulk egasidan boshqasiga o'tishi mumkin. Bunda mulkni merosga qoldirish, sotish, hadya qilish, qarzni to'lash kabilar orqali mulk qo'lma-qo'l o'tishi mumkin.

**\*Huquqiy ta'minlanganligi.**

\*Mulkkilikning barcha huquqlari qonuniy yo'l bilan himoya qilingan. Boshqa kishilar tomonidan sanksiyasiz bironing mulkini egallab olish, yoki nazorat qilish ma'n qilingan.

Bu tarqatiladigan materiallardan talabalar tadqiqot o'tkazish jarayonida foydalanadilar.

Shunday qilib tadqiqotni amaliy o'yin o'tkazish bilan boshlaymiz.

**O'yin tafsiloti.**

Ixtiyoriy ravishda o'yinda ishtirok qilish uchun 10 talabani doska oldiga chiqishini so'rab o'qituvchi talabalarga murojaat qiladi. Ularga aylana shaklida yonma-yon turishlari kerakligi aytiladi. Aylananing diametri 2 metrdan kam bo'lmasligi kerak. Ana shu aylanaga o'qituvchi gugurt cho'pi, skrepka, yoki boshka narsani (biz gugurt cho'pini tanladik) sohib tashlaydi.

Doskaga o'yinda qatnashayotgan talabalarning ismi yoziladi. o'yin 1 minutdan 2 raund bo'lishini tushuntirasiz.

Yerga o'qituvchi gugurt cho'plarni sohib tashlab, talabalarga birinchi raundda yerdan olgan gugurt cho'pi uchun 0,1 ball, ikkinchi raundda esa 0,2 ball berishni alohida ta'kidlanadi. Gugurt cho'plarni har bir raundda alohida topshiriladi.

O'yinning shartlari hammaga tushunarlimi yoki yo'qligini yana bir so'raysiz. Avvaliga talabalar o'zaro kelishishga harakat qilishi mumkin. Ikkinchi raundda teremiz deb. Lekin baribir biron talaba gugurt cho'pini terishni boshlaydi. Unda qolganlar ham yoppasiga terishga tushadilar, natijada birinchi raundayoq gugurt cho'plar terib bo'linadi.

Yordamchi talaba doskaga har bir talabani tergan skrepkasi miqdorini yozib qo'yadi.

2. Navbatdagi raundda skoch bilan polni 10 ta kvadrat bo'lakka bo'linadi. Har bir talaba o'z kvadrati yonida tursin.

Talabalarga har kim faqat o'z kvadratidagi gugurt cho'pini terishi mumkin. Boshqalarnikini olish mumkin emas deb tushuntirasiz. O'qituvchi gugurt cho'pini hamma kvadratlariga tushadigan qilib sochadi. Agar gugurt cho'plari lentani ustiga tushgan bo'lsa uni kvadratlariga olib tashlanadi. Shart xuddi birinchidagidek. o'yin ikki raundda bo'ladi. Birinchi raundda har bir gugurt cho'pi uchun 0,1 ball, ikkinchisida 0,2 ball beriladi.

3. Bunda birinchi raundda poldan bir dona ham gugurt cho'pini ko'tarilmasligi aniq. Sababi, ikkinchi raundda talabalar avvalgiga, bir-biridan qizg'anib, shoshib terganiga o'xshamagan holda shoshmay yerdan gugurt cho'plarni terishadi. Raund tugagach talabalar tergan gugurt cho'plar miqdori va ballar doskaga yoziladi.

Talabalar	1 - o'yin			2- o'yin		
	dona	dona	ball	dona	dona	ball
Odilion	1	0	1.0	0	10	2.0
Olimion	8	0	0.8	0	9	1.8
Yerkinion	9	0	0.9	0	10	2.0
Nuriddin	8	0	0.8	0	7	1.4
Xusniddin	5	0	0.5	0	4	0.8
Azmiddin	4	0	0.4	0	6	1.2
Abduxalim	3	0	0.3	0	4	0.8
Abduxamid	6	0	0.6	0	6	1.2
Abduxolik	6	0	0.6	0	2	0.4
Anvar	7	0	0.7	0	2	0.4

O'qituvchi talabalarni o'yinda qatnashgani uchun minnatdorchilik bildirib, hammalarini o'tirishga taklif etadi. So'ngra o'qituvchi talabalarga savol bilan murojaat qiladi. Jamiyatni maqsadi O'z cheklangan resurslaridan samarali foydalanish. O'yinimiz bo'yicha eng ko'p foyda olish uchun gugurt cho'plarni qachon terishni boshlash kerak (ya'ni resurslarni samarali joylashtirish uchun)?

**Ikkinchi raundda.** Sababi, ikkinchi raundda ular uchun (ularning qadri) jamiyat ikki barobar yuqori to'lashga tayyor.

Savol: -Nima sababdan hamma talabalar birinchi o'yinda, birinchi raundayoq hamma gugurt cho'plarni terib bo'lishdi? Vaholanki ikkinchi raundda ikki barobar qimmat to'lanardi? Nima farqi bor?

Talabalar turlicha fikr bildirishi mumkin.

Birinchi raundda gugurt cho'plar umumiy, hech kimga tegishli emas, Kim birinchi bo'lib ko'proq terishga ulgursa, shuncha ko'p ball yig'adi (pul oladi). Oldinrok harakat qilsa ko'proq yig'ishi mumkin. Boshqalarni qancha gugurt cho'pi terishini hech kim nazorat qilmaydi. Ikkinchi raundgacha nima qoladi noaniq. Har bir talaba o'z manfaatidan kelib chiqib, ikkinchi raundni kutishdan voz kechishadi. Chunki bu kutish tufayli, ikkinchi raundda qancha gugurt cho'pi terish mumkin, umuman qanchasi qoladi, yoki qolmaydi noaniq. Shuning uchun ham hech bo'lmaganda bir talaba terishni boshlaydi. Bir talaba gugurt cho'pini terishni boshlagach, qolganlar ham shosha-pisha gugurt cho'pi terishga kirishib ketadi.

Ikkinchi o'yinda esa talabalar vaqtni nazorat qilish imkoniga ega. Shuning uchun hamma ikkinchi raundni kutdi. Chunki endi ular faqat o'z kvadratlariga to'g'ri kelgan gugurt cho'plarnigina terishlari mumkin, ya'ni gugurt cho'plarga mulk huquqi belgilangan.

Savol: - Mulk huquqini belgilanishi talabalar hatti-harakatiga qanday ta'sir qildi? Ikkinchi o'yinning 2 raundida talabalar kutishlari evaziga foyda ko'rishdi. Mulkdan samarali foydalanildi.

O'yinda yuz bergan munosabatlarga ikki jihatdan yondashish mumkin:

1. Talabalarni, ya'ni jamiyatni mulkka (gugurt cho'pga) munosabati;
2. Jamiyat a'zolari (talabalarni) mulk (gugurt cho'pi yuzasidan o'zaro munosabatlari).

Gugurt cho'plar(mulk) poldan terib olingach, uni tergan hohlaganini qilishi mumkin, Bizni o'yinimizda gugurt cho'pini sotayapti. Shuning uchun birinchi

o'yinda gugurt cho'plarni hamma uchun bir xil olish imkoniyati bo'lganda, biri-biriga qaramay shosha-pisha terishga tushishdi. Ikkinchisida esa aksincha. Demak bundan qanday xulosa chiqarish mumkin?

Resurslar hamma uchun teng umumiy bo'lsa, ulardan foydalanish yuzasidan hech qanday cheklash bo'lmasa, ulardan: 1) samarasiz foydalaniladi; 2) ularni tezda tugatib, yo'q qilinishigacha olib kelish mumkin; 3) ularni o'zlashtirib, ya'ni o'zini qilib olish jarayonida turli konfliktlar chiqishi mumkin.

Savol: - Kishilik jamiyati taraqqiyoti natijasida qanday ob'ektiv zaruriyat kelib chiqdi va bu muammo qanday tarzda hal etildi?

Albatta, bunda ham turli-tuman javoblar bo'ladi. O'qituvchi uning qaysi biri haqiqatga yaqinligiga qarab baho berishi kerak.

Dastlabki insonga hamma tabiatdagi ne'matlar birday qarashli bo'lgan paytda, bor ne'matlarni iste'mol qilishi oqibatida ochlikka mahkum bo'lishdan dehqonchilikni o'rganish, ya'ni ishlab chiqarishni boshlash bilan yo'l topgan bo'lsa, tabiatda resurslarni cheklanganligi, ularni pala-partish, samarasiz ishlatishdan mulkchilik munosabatlari kelib chiqishi, muvofiq ravishda mulk huquqlarini belgilash bilan yo'l topdi. Xususiy mulkchilik resurslardan eng samarali foydalanish imkoniyatini yaratadi.

Shunday kilib, avvaldan ilgari surgan gipotezamiz, birinchi sharoitga to'g'ri kelmas ekan, lekin ikkinchi sharoit uchun mos tushar ekan.

O'yinni muhokama qilish jarayonida tadqiqotni yanada chuqurlashtirish uchun qo'shimcha: Manfaat o'zi nima, uni mulk bilan qanday bog'liqligi bor? Nima sababdan manfaat bir tomondan ob'ektiv, ikkinchi tomondan sub'ektiv, bir tomondan umumiy, ikkinchi tomondan xususiy? degan savollar bilan murojaat qilish mumkin. Bunda talabalarni diqqatini ehtiyojlarning ob'ektivligi, ya'ni insonning yashashi uchun ehtiyojlarini qondirish zarurligi, ikkinchi tomondan u har bir insonning sub'ektiv ehtiyoji tarzida namoyon bo'lishi, ehtiyojlarni qondirish uchun ne'matlar unga tegishli bo'lishi, ya'ni o'zlashtirilishi lozimligi haqidagi fikrlarga diqqat qaratish kerak.

Inson o'z manfaatini o'ylovchi egoist ekanligi, shuning uchun ham xususiy manfaat umumiy manfaat bilan mos tushvermasligi, natijada umum manfaatga zid bo'lsa ham resurslardan samarasiz foydalanishga olib kelishini ko'ramiz.

Real hayotdan qanday misollar keltirish mumkin? Hozirda hech kimniki bo'lmagan ne'matlar bormi? Misol qilib, kitlar, ilonlar, turli hayvonlar, suv, havo kabilarni, natijada qanday muammolar vujudga kelayotganiga qator misollar keltirish mumkin.

Darsda yana shuni ham ta'kidlash kerakki, talabalar o'yinda o'zlarining huquqlari (o'yindan avval o'qituvchi tomonidan e'lon qilingan shartlar bo'yicha) o'qituvchi tomonidan ta'minlanishini ko'zda tutgan holda qatnashishgan. Mulq huquqini ta'minlashning sharoitlari, kim tomonidan, qanday tarzda amalga oshirilishi haqida birgalikda tadqiqotni yana davom ettirish mumkin.

**Tarqatma materiallardan namunalar:**

**1-tarqatma material**

**Mulkchilik bilan bog'liq bosh sotsial-iqtisodiy masalalar**

- Iqtisodiy hukmronlik kim(qaysi xo'jalik yurituvchi sub'ekt qo'lida;
- Ishlab chiqarish omillari va natijalari qanday o'zlashtiriladi?
- Qanday iqtisodiy aloqalar, o'zlashtirish resurslardan samarali foydalanish imkonini yaratadi?
- Xo'jalik faoliyati yuritishdan olinadigan daromad kimga tegishli bo'ladi va qanday taqsimlanadi?

**Mulkchilik iqtisodiy munosabatlarning yagona tizimi sifatida:**

- Ishlab chiqarish omillari va natijalarini o'zlashtirish;
- Iqtisodiy resurslardan xo'jalik yuritishda foydalanish;
- Mulkchilikni iqtisodiy realizatsiya qilish amalga oshiriladi.

## 2-tarqatma material

### Mulk tip(tur)lari va shakllari

#### Turlari

#### Shakllari

*Ijtimoiy mulk*

Dastlab vujudga kelgan mulk.  
Qabila lar mulki.

#### Davlat mulki

Respublika  
mulki

Ma'muriy xududiy  
tuzilmalar mulki

*Hususiy mulk*

#### Individual mulk

Daromad topish maqsadida mulk egasi-  
ning o'zi mehnat qiladi.

#### Yakka hususiy mulk

Mehnat omillariga to'liq yoki qisman  
egalik qiluvchi quldorlar va feodal-  
lar, yollanma mehnatga asoslangan  
kapital egalari mulki.

*Hamkorlik mulki*

Mulk egasining o'zi mulkdan  
foydalanishda qatnashadi. Kooperativ-  
lar, turli jamoalar, shirkatlar,  
jamiyat, diniy tashkilotlar mulki.

Mulk egasi mulkdan foydalanishida  
(mexnat qilish) qatnashishi shart emas  
Aksionerlik jamiyatining mulki.  
Aralash mulk.

### 3-tarqatma material

#### Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayonida tashkil qilingan nodavlat korxonalari soni (dona)

Ko'rsatkichlar	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Davlat tasarrufidan chiqarilgan korxonalar soni	8537	1915	1231	451	448	374	1449	1912	1519
Tashkil etilgan nodavlat mulki shaklidagi korxonalar soni	8537	1915	899	266	373	372	1238	1800	1452
Aksiionerlik jamiyatlari	1026	1257	456	110	141	152	227	223	75
Xususiy korxonalar	6036	420	260	103	156	103	827	1252	981
Boshqa tashkiliy-xuquqiy shakldagi korxonalar	1475	238	183	53	76	117	184	325	396
Xususiylashtirishdan tushgan mablag'(mlrd.so'm)	2,4	5,3	4,4	8,9	9,1	14,3	23,3	43,6	56,1

Manba: O'zR Davlat mulk qo'mitasi.

Izoh: Bir qator aktsiyadorlik jamiyatlari bir nechta davlat korxonalari mulkini birlashtirish yoki bita korxonada mulkini bo'lish yo'li bilan tashkil qilingan. Misol uchun, shu tariqa 2003 yili 142 ta davlat korxonalari negizida 75 ta aktsionerlik jamiyatlari tashkil qilingan.

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlarga diqqat qiling. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish necha bosqichga bo'linadi va ular qanday farqlanadi? Kichik guruhlar chiqargan xulosalarni darsda muhokama qiling

#### Javoblar:

##### Asosiy tayanch tushunchalar:

1yo; 2g; 3b, 4j; 5a; 6d; 7v; 8e, 9z; 10i

##### Masala va mashqlar:

1. Har bir kishiga o'rtacha to'g'ri keladigan mahsulot (mehnat unumdorligi) davlat mulkchiligiga asoslangan korxonalarda 78000 so'm, xususiy korxonalarda 79500 so'm, qo'shma korxonalarda 127100 so'm. Demak qo'shma korxonalarda eng samarali;

2. To'g'ri javob g);

3. a), b) va v) javoblar to'g'ri;

4. a) Vaqtincha egalik, nazorat qilish, foydalanish, boshqarish, tasarruf qilish va daromad olish huquqi.

b) egalik qilish, foydalanish va boshqarish, tasarruf qilish huquqi;

v) foydalanish huquqi;

g) egalik qilish, tasarruf qilish va foydalanish huquqi;

d) Qarzini to'lash javobgarligi, mulkdan qarzini to'lash uchun foydalanish huquqi;

e) tasarruf qilish, meros qoldirish huquqi;

j) mulk huquqi buzildi;

z) egalik qilish, tasarruf qilish huquqi;

- i) mulk huquqi buzildi;
- k) tashqi muxitga, bировga zarar keltiradigan tarzda foydalanish usullarini taqiqlash huquqi;
- l) egalik qilish tasarruf qilish foydalanish huquqi.

**T/N**

1.T(O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, 53-modda); 2T(54-modda); 3T(55-modda); 4T; 5N(institutsional yo'nalish namoyondalari kiritishgan); 6T; 7T.

**Testlar:**

1a); 2a); 3v); 4b); 5d); 6g).



## V BOB. SOTSIAL-IQTISODIY TIZIMLAR VA ULARNING O'ZGARISHI

Avvalgi bobda xo'jalik yurituvchi sub'ektlar egalik qilayotgan mulki doirasida iqtisodiy jihatdan alohidalashuvini mulk tipi va shakllari esa jamiyat taraqqiyoti darajasiga ko'ra o'zgarib borganini ko'rib chiqdik.

Mulk shakliga ko'ra xo'jalik yuritish shakllari tashkil topadi. Xo'jalik yuritish jarayonida kishilar o'rtasida yuz beradigan aloqalar jamiyat miqyosida qanday tarkib topadi va tartibga solinadi? Taraqqiyot bosqichlarini qanday ajratish mumkin? Nima sababdan bir tizim o'rniga boshqasi keladi? Ana shu va boshqa savollarga navbatdagi bobda javob topishga harakat qilamiz. Mavzuni sotsial-iqtisodiy tizim deganda nimani tushunishimiz kerakligini o'rganishdan boshlaymiz.

### 1-§. Sotsial-iqtisodiy tizim mazmuni. Jamiyatning sotsial-iqtisodiy tizimlari haqidagi nazariyalar

Xo'jalik yuritish jarayonida kishilar o'rtasida iqtisodiy munosabatlar, aloqalar o'rnatiladi. Bu munosabatlar ma'lum tizim tarzida namoyon bo'ladi. Taniqli iqtisodchi V. Leontevning fikriga ko'ra, har bir mamlakatning iqtisodiyoti bu katta bir tizim bo'lib, o'z ichiga turli-tuman faoliyat turlarini qamrab oladi. Iqtisodiy faoliyat ma'lum iqtisodiy tizim sharoitida amalga oshadi.

Iqtisodiy tizimga iqtisodchilar turlicha ta'rif berishadi. Masalan, P. Gregori va R. Styuartlarning fikricha, iqtisodiy tizim — bu ma'lum geografik hudud doirasida ishlab chiqarish, daromad va uni taqsimlashga doir qarorlar qabul qilish va uni amalga oshirish mexanizmlari va institutlari (tartiblari) majmuidir. F. Prayor bo'lsa, iqtisodiy tizim iqtisodiy jihatdan o'zini tutish va uning natijalariga bevosita yoki bilvosita ta'sir qiluvchi barcha institutlar, tashkilotlar, qonun va qoidalar, e'tiqod, pozitsiya, an'analar, baholar, taqiqlar va axloqiy sxemalarni o'z ichiga oladi, deb ta'riflaydi.

Professor A. O'lmasov iqtisodiy tizimga quyidagilarni kiritadi: a) iqtisodiy resurslar; b) iqtisodiy aloqalar yoki munosabatlar; v) iqtisodiy mexanizm; g) iqtisodiy siyosat.<sup>1</sup>

Iqtisodiy mexanizm — bu iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlovchi va bir-birini taqozo etuvchi vositalar bo'lib, unga iqtisodiy stimullar (rag'bat beruvchi kuchlar), ishlab chiqarish, ayirboshlash va iste'molni tashkil etish, iqtisodiy faoliyatning ixtisoslashuvi, iqtisodiy faoliyat kooperatsiyasi va xo'jalik aloqalarini o'rnatish usullari kiradi.

Ma'lumki, ijtimoiy mehnat taqsimoti va uning chuqurlashib borishi bilan iqtisodiy aloqalar murakkablashadi. Turli-tuman xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning vujudga kelishi va rivojlanishi yuz berali. Natijada ular o'rtasida munosabatlar, aloqalarni tartibga solishning zarurati kelib chiqadi. Buning uchun maxsus siyosiy, huquqiy, iqtisodiy mexanizmlar yaratiladi. Ular bir butun holda jamiyatning sotsial-iqtisodiy tizimini tashkil etadi. Xo'p, tizim deb o'zi nimaga aytamiz?

*Tizim deb turli elementlar, qismlardan iborat o'zaro uzviy bog'langan, ma'lum tartib asosida tarkib topgan butunlikni tushuniladi.* Iqtisodiy tizim jamiyatdagi turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida iqtisodiy munosabatlar, aloqalar, jarayonlarni bir butun holda, muayyan tarzda tarkib topishi va tartibga solinishini ifodalaydi. Iqtisodiy aloqalar, jarayonlar misoli zanjir bo'lsa, har bir xo'jalik, faoliyat yuritish sub'ekti ana shu zanjirning halqasi tarzida namoyon bo'ladi. Bu aloqalar, munosabatlar xo'jalik faoliyati yuritayotgan kishilar o'rtasida yuz beradi. Shuning uchun ham odatda ularni sotsial-iqtisodiy tizimlar deb yuritiladi.

Iqtisodga oid adabiyotlarda iqtisodiy tizim va uning rivojlanish tendentsiyasiga turlicha yondashiladi. Ayrimlar, sotsial-iqtisodiy tizimlarga uning tarkibiy qismlarini umumiy jihatiga ko'ra rivojlanish tendentsiyasini aniqlash kerak, deyishadi. Chunki tizimlar rivojlanishining asosiy tendentsiyasi bu umumiylikka, unifikatsiyaga intilishidir. Boshqalari, iqtisodiy tizimlarni ularning farqlariga ko'proq ahamiyat berib o'rganish kerak, chunki ularning farqlari sifat jihatidan yangi xo'jalik tizimi vujudga kelishiga va iqtisodiy o'sishga olib keladi, deb hisoblashadi.

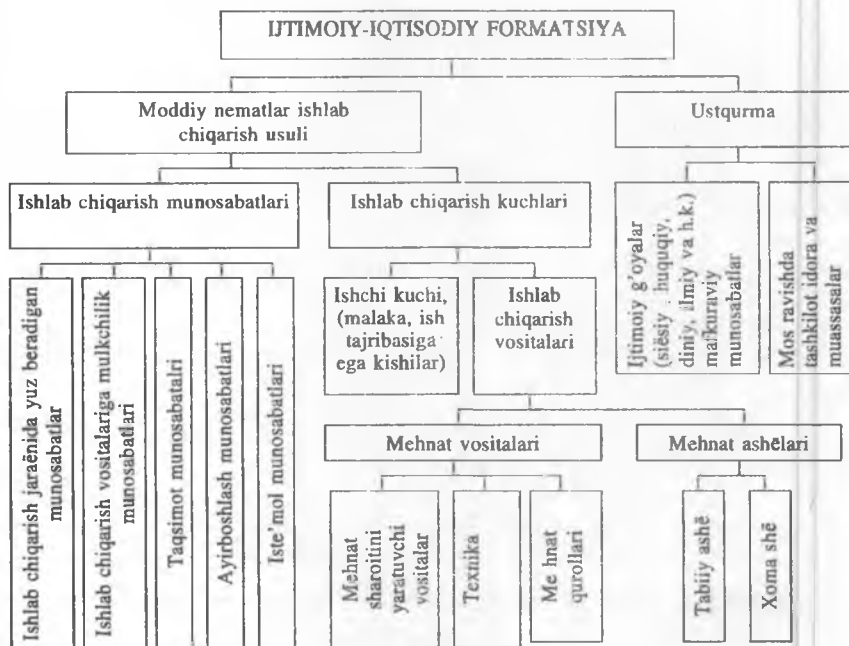
Hozirgi dunyo turli-tuman iqtisodiy tizimlar mavjudligi bilan xarakterlanadi. Ular tarixiy davrlarda vujudga keladi, rivojlanadi, biri ikkinchisi bilan almashinadi. Jamiyat hayotini yaxshiroq tushunish uchun uning tarixiy taraqqiyot jarayonini bir butun holda ko'rib, rivojlanish bosqichlari, fazalarini tahlil qilish katta ahamiyatga ega.

Jamiyat taraqqiyoti, sotsial-iqtisodiy tizimlar va ularning almashinuvi ga nisbatan keng yoyilgan yondashuvlardan biri formatsion yondashuvdir.

Formatsion yondashish asosida jamiyat tarixiy taraqqiyoti rivojlanishining qonuniy bosqichlari va moddiy ishlab chiqarishning besh usuli: *ibtidoiy jamoa, quldorlik, feodalizm, kapitalizm va kommunizm* ajratib ko'rsatiladi.

Materialistik nazariyada tizimlar mulkiy, sinfiy mezonlar asosida qaralib, formatsiya deb ataladi. Ishlab chiqarish usuli iqtisodiy bazis — asos sifatida ajratilib, u ustqurma — davlat bilan birgalikda ijtimoiy-iqtisodiy formatsiyani ifodalaydi.

*Ishlab chiqarish usulining* o'zi ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlaridan iborat. *Ishlab chiqarish kuchlari* ishchi kuchi yoki boshqacha aytganda, ma'lum malaka va tajribaga ega kishilar hamda ishlab chiqarish vositalaridan tashkil topadi. Ishlab chiqarish vositalari mehnat vositalari va mehnat ashyolaridan iborat. Ishlab chiqarish munosabatlari esa ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik munosabatlari, ishlab chiqarish jarayonida sotsial guruhlarning tutgan o'ni, ular o'rtasida faoliyat ayirboshlash, yaratilgan mahsulotni taqsimlash, iste'mol munosabatlaridan iborat. Uni 54- betdagi shartli chizma orqali ifodalash mumkin.



Asrimizning 60- yillarida materialistik ta'limotdan tubdan farq qiladigan, uni almashtira oladigan ta'limot sifatida rivojlanish bosqichlariga tsivilizatsion yondashuv nazariyasi paydo bo'ldi. Bu nazariyaga amerikalik iqtisodchi Uolter Rostou o'zining 1960 yilda nashr qilingan «Iqtisodiy o'sish bosqichlari» kitobi bilan asos soldi. U jamiyat taraqqiyotini 5 bosqichga bo'ladi. Ular quyidagilar:

1. **An'anaviy (traditsion) jamiyat.** Bu jamiyat qishloq xo'jaligi ustuvorligi, yirik yer egalari hukmronligi, mehnat qurollarining oddiy, primitivligi, mehnat unumdorligining pastligi bilan xarakterlanadi. Shuning uchun unda jamg'arish ham bo'lmaydi.

2. **O'tkinchi jamiyat.** Bu bosqich markazlashgan davlatning vujudga kelishi, ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi, hunarmandchilik hamda tadbirkorlikning vujudga kelishi bilan xarakterlanadi. Jamg'arish boshlanadi.

3. **Industrial jamiyatga o'tish.** Bu davrda mehnat qurollarining takomillashuvi, sanoatda inqilob (to'ntarish) yuz beradi. Uning natijasida mehnat unumdorligi o'sadi. Ishlab chiqarish infrastrukturasi shakllanadi, rivojlana boshlaydi. Qo'l mehnati o'rniga mashinalashgan mehnat keladi. Jamg'arish kam bo'lsa ham avvaligiga nisbatan o'sib boradi.

4. **Etuklik bosqichi yoki industrial jamiyat.** Bu bosqichda yirik mashinalashgan industriya vujudga keladi. Fan-texnika taraqqiyoti jadal boradi. Yirik sanoat, ayniqsa og'ir sanoat rivojlanadi. Sanoat iqtisodiyotning etakchi

sohasiga aylanadi. Urbanizatsiya (shahar aholisining ko'payishi) ro'y beradi. Jam'arish jadal boradi, keyingi bosqich uchun asos yaratiladi.

5. **Ommaviy iste'mol jamiyati.** Bu bosqichda ommaviy iste'mol tovarlari ishlab chiqarish ustuvor ahamiyatga ega bo'ladi. Aholiga xizmat ko'rsatish sohalari rivojlanadi. Uzoq muddat foydalaniladigan iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish etakchi o'ringa chiqadi. Mamlakatning ishlab chiqarish salohiyati iste'mol uchun ishlaydi. Bu kontseptsiyada rivojlanish asosini ishlab chiqarish omillari rivojlanishi va ularning tarkibiy tuzilishini o'zgarishi tashkil etadi.

Iqtisodiy tizimlarning rivojlanishini xarakterlaydigan boshqa nazariyalar, yangicha yondashuvlar ham mavjud. Ana shulardan biri jamiyatning siklli rivojlanish nazariyasidir. Bu nazariyaga ko'ra, kishilik jamiyati rivojlanishining 7 tsivilizatsiyasini ajratib ko'rsatish mumkin:

**neolitik** — dunyoda bu tsivilizatsiyaning vujudga kelib, keyingi tsivilizatsiyaga qadar davom etgan vaqt — 30—35 asrga teng; **quldorlik** (bronza asri) — 20—23 asr; **antik** (temir asri) — 11—13 asr; **dastlabki feodal** — 7 asr atrofida, **toindustrial tsivilizatsiya** — 4,5 asr, **industrial** — 2,5 asr, **postindustrial** — 1,3 asr atrofida davom etgan.

Bu nazariyaga binoan kishilik jamiyati taraqqiyoti goh sekin, goh tez davom etishiga, ayrim mamlakatlarda tsivilizatsiya davrlari farq qilishiga qaramay oxir-oqibat — umumiy natija — postindustrial tsivilizatsiyaga olib keladi.

## 2-§. Sotsial-iqtisodiy tizimga mulkchilik va boshqaruv jihatidan yondashish.

Jahon iqtisodiy adabiyotida sotsial-iqtisodiy tizimlarni tasniflashda ulardan tashqari:

1. Ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik shakli.

2. Iqtisodiy faoliyatni boshqarish va koordinatsiyalash, tartibga solish uslubi bo'yicha yondashish, tahlil qilish ham keng yoyilgan.

Mulkning tarkibi jihatidan sotsial-iqtisodiy tizimlar ikkiga: monostrukturali hamda polistrukturali tizimlarga ajratiladi. Bunday yondashuvda sotsial-iqtisodiy tizimlar bir mulk shaklining hukmron bo'lishi yoki bir mulk shakli hukmronligini inkor qilish nuqtai nazaridan qaraladi.

Monostrukturali, ya'ni bir mulk shakli hukmron bo'lgan tizim mulkiy monopoliyaga asoslanadi. Bu hukmronlik xususiy mulk va davlat mulkining hukmronligi bilan ajralib turadi. Yakka mulk monopoliyasiga tayangan iqtisod monozim yoki monoiktisod bo'ladi. (Bu yerda shuni eslatib o'tish kerakki, dastlab ijtimoiy mulkchilikka asoslangan ibtidoiy jamoa tizimi vujudga kelgan. Keyinchalik xususiy mulk vujudga kelishi bilan (5 bob) xususiy mulk monopoliyasiga asoslangan tizimlar shakllangan). Qadimiy Sharqda u davlat mulkiga asoslangan «osiyochoa ishlab chiqarish usuli» bo'lib, ishlab chiqarish omillari davlat qo'lida to'plangan. Yer, suv, har xil inshootlar, hatto ish kuchi ham davlatniki bo'lgan. Davlatga qarashli qullar, qaram dehqonlar bo'lgan.

G'arbda esa monoiktisodiyot asosan xususiy mulk monopoliyasiga tayangan. U qadimgi dunyo va o'rta asrlarda quldorlar va feodallarning mulkiy hukmronligi va

ishlab chiqaruvchilarning tobeligi tarzida namoyon bo'lgan. Klassik kapitalizmda ulardan farqli ravishda, ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik sharoitida ishlab chiqaruvchilar shaxsan qaram bo'lmagan. Lekin mulkdan mahrum holda tirikchilik kechirish uchun mulk egalari qo'ygan shartga rozi bo'lib ishlashga majbur bo'lgan.

Klassik kapitalizmning o'ziga xos belgisi bu xususiy mulkning individual, yakka kapitalistik xususiy mulk shakliga kirishidir. Jamiyat a'zolarining bir toifasi mulk egasi, ikkinchi toifasi mulksiz bo'lgani uchun ular o'rtasida noteng munosabatlar yuzaga keladi. Ya'ni yaratilgan mahsulotdan mehnatning ulushi ish kuchining haqiqiy ulushiga qaraganda kam to'lanadi. Jang'arish kapital to'plab boylik orttirish yo'li bo'lganidan unga katta e'tibor beriladi. Shuning uchun ishlab chiqarish vositalarini yaratadigan sohalarining ustuvorligi ta'minlanadi.

Klassik kapitalizm XVIII asrning oxiridan XX asr ikkinchi yarmigacha davom etib, o'zidan avvalgi quldorlik va feodalizmdan o'zining muhim afzalligi — mehnat unumdorligini oshirish qobiliyati bilan ajralib turadi. Uning tarixiy o'rni shundaki, bu tizim industrial ishlab chiqarishdek moddiy bazani yaratdi.

*Monoiktisodiyotning o'ziga xos shakli davlat mulk monopoliyasiga asoslangan sotsialistik tizimdir.* U davlatning iqtisod ustidan qattiq nazoratiga asoslangan. Ishlab chiqarish vositalari, barcha jamiyat a'zolariniki deb e'lon qilingan bo'lsa-da, mulkni tasarruf qilish davlat qo'lida bo'lgan. Iqtisodiy faoliyat davlat tomonidan markazdan turib rejalashtiriladi va boshqariladi. Davlat belgilagan reja quyi bo'g'inlar, korxonalar uchun majburiy bo'lib, uni bajarish shart bo'lgan. Davlat narx-navo ustidan qattiq nazorat o'rnatgan. Narx Davlat narx qo'mitasi tomonidan belgilangan. Yaratilgan mahsulot, olingan daromadlar ham davlat belgilagan qat'iy tartib asosida taqsimlangan. Ish haqi miqdori ham davlat tomonidan belgilangan. Kredit berish, tashqi aloqa ham davlat monopoliyasi bo'lgan. Davlat mulkidan tashqari jamoa mulki ham mavjud bo'lsa-da, u ham davlatlashtirilgan. Jamoa xo'jaliklari eng avvalo, davlat yerida faoliyat yuritganlar, moddiy resurslarni davlatdan olib, ishlab chiqarilgan mahsulotni davlatga u belgilagan narx bo'yicha sotganlar. Davlat rejasiga binoan ish yuritganlar. Jamoa mulki amalda davlatga qaram bo'lgan.

Aholi daromadlari past bo'lganidan shaxsiy mol-mulk cheklangan, uni daromad olish yo'lida ishlatish man qilingan. Xususiy mulkka ruxsat berilmagan.

Bunday iqtisodiy tizim totalitar, rejali iqtisodiy tizim deb ham yuritiladi. Uning asosiy belgisi iqtisodiyotni har taraflama davlatlashtirishdir.

Bu tizimda ham ekspluatatsiya mavjud bo'lib, faqat ekspluatatsiya qiluvchi individual kapitalist emas, balki davlatdir. Ekspluatatsiyaning inavjudligi yaratilgan milliy daromadda mehnatkashlar ulushining kamayib borishidir.

Bu monotizimning o'ziga xos shundaki, hamma resurslarni davlat qo'lida to'plash, ularning katta qismini jang'arish imkonini beradi. Siyosiy-ma'muriy yo'l bilan yaratilgan milliy daromadning asosiy qismini tortib olib, jang'arish jadallashtiriladi. Bunda kapitalistik monotizim echib ulgurmagan jang'arish muammosini totalitar sotsialistik tizim bajaradi. Shuning uchun bu tizim nisbatan iqtisodda agrar ishlab chiqarish ustun, industr-lashtirish orqada bo'lgan mamlakatlarda o'rnatilganligi bejiz emas.

Keyingi rivojlanish bosqichida monoiktisod o'rniga poliiqtisod keladi. Polistrukturali tizim asosini turli-tuman mulkchilik va ayrim mulk shaklining ustuvorligini inkor qilish tashkil etadi. Bunday tizimda mulkiy muvozanat hosil bo'ladi hamda hamma mulk shakllarining rivojlanishi uchun bir xil sharoit yaratiladi. Albatta, monoiktisodiyotni poliiqtisodiyotga o'tishi darhol yuz bermaydi.

Rivojlangan mamlakatlarda bu jarayon 20- yillardan boshlangan bo'lsa, sobiq sotsialistik mamlakatlarda 80- yillardan boshlandi.

**Poliiqtisodiyot** mazmunan aralash iqtisodiyotdir. U har qanday monopoliyani rad etadi. U turli xil iqtisodiy, bozor va nobozor aloqa, munosabatlarining qorishmasidan iborat.

Demak, aralash iqtisodiyot mulk munosabatlari nuqtai nazaridan mulkchilikning turli-tumanligi va ularning tengligiga asoslanadi.

Sotsial-iqtisodiy tizimlarni iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish, tartibga solish uslubi asosida uch guruhga ajratish mumkin:

1. An'anaviy udumlar asosida boshqarish.
2. Ierarxik tartib asosida boshqarish.
3. O'z-o'zini boshqarish.
4. Aralash tartibda boshqarish.

An'anaviy boshqarish kishilik jamiyati taraqqiyotining dastlabki bosqichida shakllangan bo'lib, unda iqtisodiy aloqalar an'anaviy urf-odatlar, udumlar, cheklashlar, an'analar kabilarga asoslangan.

**Ierarxik tartib asosida boshqarishda** davlat asosiy rol o'ynaydi. Ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'mol bo'yicha barcha qarorlar davlat tomonidan qabul qilinadi, muammo va masalalar ham davlat tomonidan echiladi.

Axborot olish *buyruq* va *topshiriqlar* asosida yo'lga qo'yiladi. Bu yuqoridan pastga qarab, ierarxik tartib asosida olib boriladi. Ierarxiya odatda boshliq hokimligiga tayanadi. Ibtidoiy jamoa tuzumi, quldorlik, feodalizmida ierarxik tartib muhim rol o'ynagan. Ierarxik boshqarishning o'ziga xos shakli ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan, markazdan rejalashtirish asosida boshqariladigan iqtisod bo'lib, korxonalar asosan davlat mulki bo'lib, xo'jalikni boshqarish ierarxik tarzda olib borilgan. Axborot olish buyruq va topshiriqlar asosida yo'lga qo'yilgan. Nima, qancha, qanday, kimga savollari davlat tomonidan Davlat reja qo'mitasi hamda yuqori partiya idoralari orqali hal qilingan.

Iqtisodiyotni **tartibga solishni o'z-o'zini boshqarish** orqali amalga oshirish erkin raqobat kurashi hukmron davrga xos. Bunda resurslarni taqsimlash va boshqa masalalar stixiyali tarzda bozor sub'ektlari tomonidan tartibga solinadi. Axborot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarga narxlar o'zgarishi haqidagi ma'lumotlar signal yo'li bilan etkaziladi. Narxlarning ko'tarilishi yoki pasayishi xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga qanday harakat qilish zarurligini ko'rsatadi.

Har qanday tizimda ham ishlab chiqaruvchi o'z harajatini hisob-kitob qilib, foydasini chamalashi kerak. Bu iste'molchiga ham taalluqli. Taniqli iqtisodchi V. Oykenning fikricha, xo'jalik yurituvchi yoki korxona rahbari bir qarash bilan butun «iqtisodiy kosmos»ni qamrab olmaydi. Narxlarning o'zgarishi yoki muqobil harajatlargina odamlarning iqtisodiy tanlovlarini tartibga soladi.

Iqtisodiyotni tartibga solishni ko'zga ko'ringan iqtisodchilardan R. Kouz tahlil qilib, iqtisodiy nazariyaga transaksion harajatlar degan tushunchani kiritdi. Bu harajatlar ishlab chiqarish bilan emas, balki ana shu ishlab chiqarishni boshlash uchun zarur bo'lgan harajatlar, ya'ni narxlar, kontr agentlar haqida axborot to'plash, xo'jalik bitimlari tuzish va ularning bajarilishini nazorat qilish harajatlari va boshqa shunga o'xshash harajatlarda ifodalanadi. Kouz fikriga ko'ra, u yoki bu tizimning amal qilishi ko'p jihatdan transaksion harajatlarga bog'liq. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, keng miqyosda, aytaylik, mamlakat miqyosida faoliyat yuritishda o'z-o'zini boshqarishda ierarxiyaga nisbatan transaksion harajatlar kam bo'lar ekan. Firma, korxonada doirasida esa aksincha, chunki bu yerda ishlovchilar bir-birlari bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqotda bo'lib, bevosita o'z boshliqlaridan toshiriq oladi.

Shunday qilib, R. Kouz qiziqarli xulosa chiqaradi: iqtisodiyotni tartibga solishni, boshqarishni normativ baholash, ya'ni yaxshi yoki yomon deb emas, balki masalaga transaksion harajatlarni iqtisod qilish nuqtai nazaridan qarash kerak.

Albatta, bu yagona mezon, lekin juda muhim, bunday yondashuv sotsialistik xo'jalik yuritish nima sababdan samarasiz ekanligini ko'rsatib beradi.

**Aralash tartibda boshqarishda** xususiy sektor bilan bir qatorda davlat ham resurslar va ne'matlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilishda muhim rol o'ynaydi. Davlat bozor iqtisodiyotiga aralashadi, lekin bozorning o'zini-o'zi tartibga solish rolini yo'qqa chiqarmaydi.

Real hayotda stixiyali tartibga solish bilan ierarxiya birgalikda amal qiladi. Hozirgi paytda AQSh, Angliya, Frantsiya, Germaniya va boshqa rivojlangan mamlakatlarda iqtisodiyot ana shunday tarzda boshqariladi.

Har qanday real amal qiladigan iqtisod xususiy mulkchilik vujudga kelgandan boshlab ko'p ukladli bo'ladi desak yanglishmaymiz. Chunki u turli mulk, tartibga solishning qarama-qarshi mexanizmlarini qo'shib, birlashib ketishi bilan harakterlanadi. Ustunlik qiluvchi mulk shakli va tartibga solish metodlari aholining asosiy qismining ehtiyojlarini qondirishni ta'minlash, iqtisodiy resurslarni taqsimlash va ulardan foydalanish asosini tashkil etuvchi bosh komponent sifatida yuzaga chiqadi, Ular sotsial-iqtisodiy tizim tipini aniqlaydi.

Sotsial-iqtisodiy tizimni tadqiq qilar ekanmiz, ilmiy abstraktsiya metodini qo'llab, iqtisodiy aloqalarni sof tarzda olib, hukmron mulk tipi va tartibga solish mexanizmiga ko'ra iqtisodiyotning uch tipi ajratiladi:

1. An'anaviy iqtisodiyot;
2. Bozor iqtisodiyoti;
3. Markazdan boshqariladigan, totalitar iqtisodiyot.

An'anaviy iqtisodiyot mamlakatlar bosib o'tgan tarixiy tizimdir. Hozirgi davrda ham iqtisodiy jihatdan qoloq, kam rivojlangan mamlakatlarga xos bo'lib, eng ko'hna tizimdir. O'zini o'zi ta'minlashga asoslangan natural xo'jalik hukmron bo'lib, undan tashqari mayda tovar ishlab chiqarish ham mavjud.

Iqtisodiy aloqalarni tartibga solish an'anaviy urf-odatlar, udumlar, cheklashlar, an'anaviy majburiyatlar, qarindosh-urug'chilik aloqalari, jazolash mexanizmi yordamida amalga oshiriladi. Urf-odat, udumlar vaqt o'tishi bilan avvaldan qolgan an'analarga aylanib mustahkamlangan.

An'anaviy iqtisodiyotda cheklangan resurslardan foydalanish an'analar va urf-odatlar asosida yuz bergan. Bu yerda shuni ta'kidlash lozim-ki, iqtisodiyotning muammolarini hal qilishni bir xil va umumiy tan olingan echimi mavjud emas.

Texnika taraqqiyoti va yangiliklarni joriy qilish an'analarga zid hisoblanib, keskin cheklangan, chunki ijtimoiy tuzum barqarorligiga xavf tug'dirali deb hisoblangan. Keyinchalik dinning rivojlanishi iqtisodiy faoliyatga nisbatan diniy, madaniy tartiblarni birlamchi hisoblanishiga olib keldi.

Hozirgi zamon iqtisodiyotida an'anaga tayanish norasmiy munosabatlar tarzida ma'lum o'rin tutadi.

An'anaviy iqtisodiyot bag'rida mayda tovar xo'jaligining tashkil topishi uni emirilishiga, oxir-oqibat bozor tizimini yuzaga kelishiga olib keldi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish uzoq va murakkab jarayon bo'lib, tabiiy transformatsiya natijasida vujudga kelgan. Uning tarixan rivojlanish bosqichlarini shartli ravishda uch bosqichga bo'lish mumkin:

1. Oddiy yoki mayda tovar xo'jaligi;
2. Klassik bozor iqtisodiyoti;
3. Tsivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti yoki aralash iqtisod(8-bob).

Oddiy tovar xo'jaligi ko'p jihatdan an'anaviy iqtisodiyotga xos mulk tipi va tartibga solish tizimi bilan harakterlansa, bozor iqtisodiyoti yakka xususiy mulk va tartibga solishning bozor mexanizmi bilan ajralib turadi. Resurslar va daromad bozor talabiga muvofiq taqsimlanadi.

Tsivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti yoki aradash iqtisod esa mulkchilikning turli-tumanligi va tengligi, tartibga solishni bozor mexanizmi bilan davlat mexanizmi birgalikda amal qilishi bilan harakterlanadi. Resurslar va daromad asosan bozor mexanizmi, qisman davlat regulyatorlari yordamida taqsimlanadi.

O'ziga xos tizim sifatida yuzaga kelgan, markazdan reja asosida boshqariladigan deformatsiyalashgan tizim davlat mulk monopoliyasi va ierarxik tartibda boshqarilishi bilan ajralib turadi. Resurslar va daromad qat'iy reja asosida taqsimlanadi.

Hozirgi kishilik jamiyati taraqqiyoti erishgan yutuq bu tsivilizatsiyalashgan yoki aralash iqtisodiyot bo'lib, barcha mamlakatlar inson ehtiyojlarini qondirishning eng optimal tizimi sifatida uni tanlashmoqda.

Aralash iqtisodiyotning muhim belgilari bor.

1. U mukammal texnika va yuksak texnologiyaga asoslanadi.
2. Mayda va o'rta biznes keng rivojlanadi.
3. Mulchilikning turli-tumanligi raqobat kurashi va tanlash imkonini kengaytiradi.
4. Daromad ishlab chiqarishning o'zida uning ishtirokchilari, omil egalarining hissasiga ko'ra o'zlashtiriladi, daromadlarda ish haqi hissasi ortib boradi.
5. Monoiktisodiyotda manfaatlar to'qnashuvi sodir bo'lsa, aralash iqtisodiyotda manfaatlar muvozanatlashuviga imkon yaratiladi.
6. Xalq iste'molini qondiruvchi sohalar ustuvor rivojlanadi.
7. Milliy boyluk tarkibida aholi mol-mulkingning hissasi ortib boradi.



8. Unda bozorga xos munosabatlar bilan bir qatorda bozorga xos bo'lmagan munosabatlar ham mavjud bo'ladi, rivojlanadi.

9. Aralash iqtisodiyot iqtisodchilarning e'tiroficha, insoniyat iqtisodiy tsivilizatsiyasining eng katta yutug'i hisoblanadi.

Aralash iqtisodiyotni bir guruh iqtisodchilar bozor iqtisodiyoti sifatida talqin etsalar, boshqalar bozor iqtisodiyotining yuqori bosqichi sifatida ta'riflashadi.

Har ikki qarashni ham hisobga olgan holda bizda ko'proq «bozor iqtisodiyoti» atamasi qo'llaniladi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish siyosatdonlarning o'ylab topgan yo'li emas, balki industrial tsivilizatsiyaning postindustrial tsivilizatsiya bilan almashuvi uchun ob'ektiv zarurat sifatida qaraladi.

### 3-§. Sotsial-iqtisodiy tizimlarning o'zgarishi va uning sabablari

Iqtisodiy faoliyat yuritishni amalga oshirar ekanlar, odamlar iqtisodiy tizim yaratadilar. U o'z navbatida individual tanlov stimullariga ta'sir ko'rsatadi. Har bir kishi biron-bir tanlovni lozim topar ekan, boshqalar uchun stimullar o'zgaradi. Har safar qonun yoki tartib o'zgarganda muqobil variantlar cheklanadi yoki stimullar o'zgaradi. Iqtisodiy hayotni o'zgarishi asosida kishilarni manfaatlarini yotadi.

Sotsial-iqtisodiy tizimlarni o'zgarishi, birini o'rniga ikkinchisini kelishi kurashlar orqali sodir bo'ladi. U mulkchilikni o'zgarishi, mulkchilikda yangi qonun, huquqiy hujjatlar qabul qilinishi, institutsional tarkibiy o'zgarishlar amalga oshirilishi, kishilarni iqtisodiy jihatdan munosabatlari, hatti-harakatlari, faoliyatlarini standartlarini ham o'zgarishiga olib keladi. Uni doirasida iqtisodiy rivojlanish uchun shahar-sharoit yaratiladi. Bu yangi iqtisodiy tizimni shakllantirish uchun etarli sharoit bo'ladi.

Tizim o'zgarishlarga qarab moslasha oladimi? U muvofiq ravishda iste'mol talabiga, resurslar taklifi va texnologik o'zgarishlarga reaksiya qila oladimi? Bir tizimning ikkinchisi bilan almashinishi ko'p jihatdan har bir tizimni ana shu savollarga qay darajada javob bera olishiga bog'liq.

Ma'lumki har qanday taraqqiyot asosida qarama-qarshiliklar yotadi.

Iqtisodiyotni tizim sifatida rivojlanishida ham bir-biriga qarama-qarshi ikki tendentsiya amal qiladi:

1. Tizim tarkibiy qismlari muvozanatiga, ular o'rtasidagi aloqalarni saqlashga intilish;
2. O'zgarishlar, ya'ni texnik va sotsial jihatdan yangi tarkibiy unsurlar vujudga kelishi, turli omillar ta'siri tufayli muvozanatni buzilib turishi.

Natijada mavjud tizim o'rniga avvalgisiga nisbatan insoniyat nuqtai nazaridan mukammalroq tizim o'rnatiladi. Oqibatda iqtisodiy tizimlar tarixan dinamik tarzda, kengayib boruvchi spiralsimon tarzda rivojlanadi.

Sotsial iqtisodiy tizimlarning o'zgarishi sabablarini klassik maktab vakillari ishlab chiqarish kuchlari bilan ishlab chiqarish munosabatlari o'rtasidagi ziddiyat tufayli yuz berali deb ko'rsatadilar. Ishlab chiqarish kuchlari doimo ishlab chiqarish munosabatlariga nisbatan tez rivojlanadi va ishlab chiqarish munosabatlari orqada qoladi. Ular mavjud ishlab chiqarish munosabatlari doirasiga

sig'may qoladi. Muvozanat buziladi. Jamiyatda yangi ishlab chiqarish kuchlarining taraqqiy darajasiga mos munosabatlar o'rnatiladi. Muvofiq ravishda yangi ishlab chiqarish usuli, unga mos ustqurma o'rnatiladi (betdagi chizmaga qarang). Muvozanat tiklanadi. Sotsial-iqtisodiy tizim o'zgaradi.

Boshqa guruh iqtisodchilar fikriga ko'ra iqtisodiy tizimlar rivojlanib, birini o'miga ikkinchisini o'rnatilishi turli-tuman iqtisodiy rivojlanish omillari va ular o'rtasidagi ta'sir va aks ta'sir sabab bo'ladi. Iqtisodiy hayotning har bir tomoni texnik, hududiy-geografik, sotsial, sifat va miqdor, ichki va tashqi omillar ta'sirida o'zgaradi. Ana shu omillarning tutgan o'rni, ahamiyatiga ko'ra iqtisodiy rivojlanish yuz berar ekan, muvofiq ravishda iqtisodiy aloqalarni tartibga solishni o'zgarishini ham taqozo qiladi. Bu omillarni o'zgarishi, ta'siri natijasida tartibga solish va uning institutsional, huquqiy jihatdan ham o'zgarishlarga ham olib keladi.

Hozirgi zamon iqtisodiy adabiyotlarida jamiyat rivojlanishining bosh manbai, tizimlar o'zgarishining sababi sifatida ehtiyojlar bilan resurslar, texnik va sotsial strukturalar o'rtasidagi qarama-qarshiliklar ko'rsatiladi. Bu quyidagi qonuniyatlarda ham o'z ifodasini topadi:

1. Ehtiyojlar yuksalib boradi. Inson cheklangan resurslar sharoitida ularni qondirish uchun yo'l qidiradi.

2. Ishlab chiqarishni tashkil etish va texnologik jihatidan o'zgarishlar yuz beradi. Inson resurslar cheklanganligini engib o'tish yo'llarini topadi. Bu texnik, texnologik ixtirolar bo'lib, iqtisodiy imkoniyatlarni kengaytiradi. Bu o'zgarishlarni vaqti kelib iqtisodiy tizim hisobga olishga majbur bo'ladi. Ya'ni iqtisodiy tizim tarixiy dinamik bo'lib qoladi.

Kishilik jamiyatining dastlabki bosqichlarida uzoq vaqt ehtiyojlarni rivojlanmaganligi, ularni nisbatan uzoq vaqt o'zgarmaganligi sababli texnik taraqqiyot juda sekin yuz bergan. Texnik taraqqiyotni dastlab shakllangan urf-odatlar hamda ular asosida shakllangan sotsial-iqtisodiy struktura ham cheklagan. Dastlabki insonga hamma tabiatdagi ne'matlar birday qarashli bo'lgan paytda, bor ne'matlarni iste'mol qilishi oqibatida ochlikka mahkum bo'lishdan dehqonchilikni o'rganish, ya'ni ishlab chiqarishni boshlash bilan yo'l topgan bo'lsa, tabiatda resurslarni cheklanganligi, ularni pala-partish, samarasiz ishlatishdan mulkchilik munosabatlari kelib chiqishi, muvofiq ravishda mulk huquqlarini belgilash bilan yo'l topdi. Xususiy mulkchilik resurslardan eng samarali foydalanish imkoniyatini yaratadi.

Minglab yillar davomida kishilar o'z ehtiyojlarini og'ir mashaqqatli qo'l mehnati va uni tashkil qilish bilan qondirishgan.

Tovar ishlab chiqarishni vujudga kelishi va rivojlanishi borgan sari texnik ixtirolarga ham keng yo'l ochib bordi. U o'z navbatida ehtiyojlarni qondirishni yangi usullari, kishilar manfaatlarini, aloqalarini tartibga solishning yangi tizimini vujudga keltirishni zarur qilib qo'yadi.

Iqtisodiy o'zgarishlardan sotsial guruhlar, tabaqalar, sinflar, alohida kishilar turli darajada manfaatdor. Har biri o'z manfaatidan kelib chiqib baholaydi.

Hozirgi paytda aralash iqtisodiyot kishilik jamiyati tomonidan muvaffaqiyatli tarzda yaratilgan tizim sifatida tan olinmoqda. Chunki u

o'zgarishlarga qarab moslasha oladi. U muvofiq ravishda iste'mol talabiga, resurslar taklifi va texnologik o'zgarishlarga tez reaksiya qiladi. Kishilarning erkin, mustaqil faoliyat yuritishi, muqobil variantlardan ixtiyoriga ko'ra tanlash imkonini yaratadi. Shuning uchun ham hozirgi paytda barcha mamlakatlar aralash iqtisodiyot tizimini tanlamoqda.

### Xulosa

\*Kishilik jamiyatida barcha munosabatlar ma'lum bir tartib asosida tarkib topgan yaxlitlik, tizim tarzida namoyn buladi. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim tarkibi g'oyat murakkab bo'lganidan iqtisodchilar unga turli jihatdan yondashib o'rganishadi va baho berishadi. Bularga mulkchilik shakli, iqtisodiy mexanizmning qandayligi, iqtisodiy faoliyatni, jamiyatni boshqarish, tartibga solish, jamiyat qanday g'oyaga asoslanadi, qanday siyosat ustivorlik qiladi va boshqalar.

\*Ilmiy abstraktsiya metodini qo'llab, iqtisodiy aloqalarni sof tarzda olib mulk tipi va tartibga solish mexanizmiga ko'ra iqtisodiyotni uch tizim an'anaviy iqtisodiyot, markazdan rejalashtirishga asoslangan tizim va bozor iqtisodiyotiga ajratiladi. Ular o'ziga xos belgilarga ko'ra bir-biridan farq qiladi. Bu tizimlarni o'zini ham qator belgilar asosida bir-biridan farqlovchi bosqichlarga, tizimlarga ajratish mumkin.

\*Tarixiy taraqqiyot tajribasi ko'rsatadiki, tizimlar rivoji 2 yo'l bilan yuz beradi: 1) Tizim rivojlanib ma'lum bir chegaraga etgach, rivojlanish imkoniyati tugab, yangi, avvalgisiga nisbatan keng imkoniyatga ega, istiqbolli tizim bilan almashadi. 2) Mavjud tizim bag'rida yangi imkoniyatlar topilishi jamiyatning sifat jihatidan rivojlanishiga yo'l ochadi. Birinchisi ko'pincha revolyutsion tarzda amalga oshgan. Natijada mavjud tizim o'rniga avvalgisiga nisbatan insoniyat nuqtai nazaridan mukammalroq tizim o'rnatilgan. Ikkinchisida jamiyatning yangi iqtisodiyot tomon transformatsiyasi yuz beradi. Hozirgi paytda umuminsoniy, umumbashariy tizim sifatida bozor (aralash) iqtisodiyoti e'tirof qilinmoqda.

\*Ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot ma'lum tizim dorasida yuz berar ekan, kishilik jamiyati o'z nuqtai nazaridan mukammalroq tizim o'rnatish uchun intiladi. Natijada tarixiy taraqqiyot kengayib boruvchi spiralsimon tarzda ro'y beradi.

### Asosiy tayanch tushunchalar:

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| 1. Sotsial-iqtisodiy tizim | 2. Monostrukturali iqtisod                  |
| 3. Polistrukturali iqtisod | 4. Ierarxik boshqarishga asoslangan iqtisod |
| 5. Aralash iqtisodiyot     | 6. An'anaviy iqtisod                        |

a) bir mulk shakli hukmron bo'lgan tizim.

b) jamiyatdagi turli xo'jalik yurituvchi subektlar o'rtasida iqtisodiy munosabatlar, aloqalar, jarayonlarni bir butun holda, muayyan tarzda tarkib topishi va tartibga solinishini ifodalaydi.

- v) iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish, tartibga solishni yakka boshliq xokimligiga tayanadigan axborot olish, buyruq va topshiriqlar asosida olib boriladigan iqtisodiyot.
- g) mulkchilikning turli-tumanligi va ularning tengligiga asoslangan iqtisod.
- d) mulkchilikning turli-tumanligi, ularning tengligi, aralash tartibda boshqariladigan, iqtisodiyotni tartibga solishda ma'lum chegarada davlatning aralashuvini taqazo qiladigan iqtisod.
- e) cheklangan resurslardan foydalanish tartibi an'ana va urf-odatlar, udumlar asosida belgilanadigan iqtisod.

### **Takrorlash va munozara uchun savollar**

1. Tizim deganda nimani tushunamiz? Sotsial-iqtisodiy tizim deganda-chi? Bu haqda qanday fikrlar bor?
2. Sotsial-iqtisodiy tizimga formatsion yondashchuvni ma'nosini tushuntirib bera olasizmi?
3. U. Rostou jamiyat taraqqiyotini qanday bosqichlarga bo'ladi? Izohlang.
4. Mono-iqtisodiyot bilan poli-iqtisodiyot (aralash iqtisodiyot)ning farqi nimada?
5. Sotsial-iqtisodiy tizimni iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish, tartibga solish uslubi bo'yicha qarasaq, qanlay guruhlarga ajratish mumkin?
6. Sotsial-iqtisodiy tizimlarga turlicha yondashuvlardan qaysi biri realikka yaqinroq?
7. Nima sababdan bir sotsial itisodiy tizim ikkinchisi bilan almashadi? Uning sababini izohlashga qanday yondashuvlar mavjud?

### **Masala va mashqlar:**

1. Aytaylik, xususiy firma tovar partiyasini sotib olishga qaror qildi.

Tovar sotib olish uchun shartnoma tuzish maqsadida menejer avvaldan potentsial sotuvchilarni topish, tovar bahosi, tovarni sotish, olib keltirish sharti, xaq to'lash xaqida axborot to'plashga kirishdi.

Xalqaro telefonda gaplashishlar va telegrammalar uchun 1 mln so'm sarfladi. Tovarlarini ko'rib kelish uchun transport harajatlari 500 ming so'm, undan tashqari firma faoliyatining ishonchligini tekshirish va shartnoma tuzish uchun yuridik xizmat ko'rsatuvchi firmaga 500 ming to'landi.

Oxir oqibat bitim tuzildi. Sotib oluvchi firma tovarlar partiyasi uchun 20 mln so'm avvaldan xaq to'ladi. Sotib oluvchi firmaning transaksion harajatlarni aniqlang va baholang. Qanday sharoitda transaksion harajatlar jamiyatda katta miqdorda va unchalik ko'p bo'lmagan miqdorni tashkil etadi, ko'rsating?

## T/N.

1. Markazdan rejalashtiriladigan ma'muriy buyruqbozlikka asoslangan, jamiyat uchun xam, an'anaviy jamiyat uchun ham, bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyat uchun xam umumiy iqtisodiy muammo bor:
2. «Nima ishlab chiqarish» muammosi faqat resurslar cheklanganligi tufayli kelib chiqib, faqat xususiy biznes uchun harakterli.
3. Qanday ishlab chiqarish kerak muammosi mehnatga layoqatli aholisi ko'p bo'lgan mamlakatlar uchun xos emas.
4. Kim uchun ishlab chiqarish muammosi markazdan rejalashtiriladigan ma'muriy buyruqbozlikka asoslangan jamiyat uchun xos emas.
5. Iqtisodiyotni tartibga solishni tahlil qilib, mashhur iqtisodchi R. Kouz iqtisodiy nazariyaga transaksion harajatlar degan tushunchani kiritdi.
6. Iqtisodiyotning tizim sifatida rivojlanishida bir-biriga qarama-qarshi ikki tendentsiya amal qiladi.

## Testlar

1. Quyidagilardan qaysi biriga ierarxik boshqarish xos emas?
  - a) UZDEU korporatsiyasi doirasida avtomobil ishlab chiqarish;
  - b) Oilada oila a'zolarining uy yumushlarini bajarishi;
  - c) Fermer xo'jaligida maxsulot ishlab chiqarish;
  - d) Toshkent Moliya institutida kafedraning faoliyatini boshqarish
  - e) Yaponiya milliy iqtisodiyoti miqyosida avtomobil ishlab chiqarish
2. Quyidagi sanab o'tilganlardan qaysi birini transaksion harajatlarga qo'shmagan bo'lar edingiz?
  - a) Tijorat menejeri uchun uyali telefon sotib olindi;
  - b) Shartnoma tuzmoqchi bo'lgan korxonaning moliyaviy ahvoli xaqida ma'lumotlar to'plash;
  - c) Bitim tuzilganini tasdiklash uchun notariusga xizmat xaqi to'lash;
  - d) Bitim tuzayotgan korxonaga egasiga o'z mahsulotingizdan sovg'a qildingiz;
  - e) Tuzilgan bitimni sherigingiz qanday bajarayotganini nazorat qilangani uchun xaq to'ladingiz
3. Qachonki iqtisodiy muammolar qisman bozor, qisman hukumat tomonidan echilar ekan, bunday iqtisodiyot ...
  - a) markazdan boshqariladigan iqtisodiyot;
  - b) bozor iqtisodiyoti;
  - c) natural xo'jalik;
  - d) aralash iqtisodiyot;
  - e) an'anaviy iqtisodiyot
4. Barcha iqtisodiy tizimlarda fundamental muammolar nima, qanday, qancha, kim uchun? mikro va makro darajada echiladi. Quyidagilardan qaysi biri mikro darajada echiladi?
  - a) To'la bandlikni qanday ta'minlash mumkin?

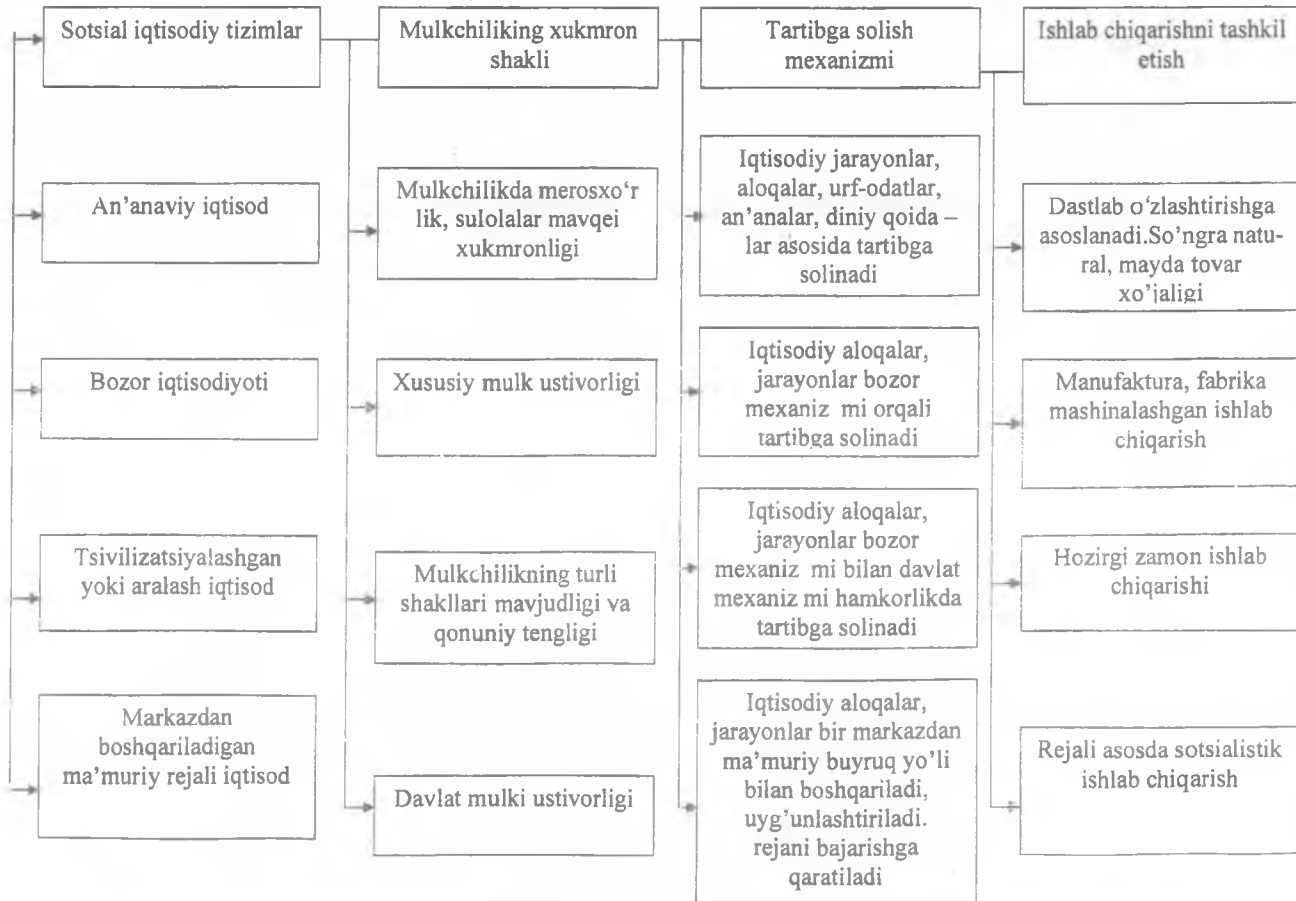
- b) Nima va qancha ishlab chiqarish zarur?
  - c) Inflyatsiyadan qanday qutilish mumkin?
  - d) Iqtisodiy o'sishni qanday rag'batlantirish mumkin?
  - e) Yalpi daromad va yalpi harajatlarni qanday muvozanatga keltirish mumkin?
5. Rivojlanish bosqichlariga tsivilizatsion yondashuvning asoschisi kim?
- a) Alfred Marshall
  - b) Uolter Rostou
  - c) Ronald Kouz
  - d) Artur Pigu
  - e) Karl Marks
6. Tsivilizatsion yondashuv bo'yicha jamiyat taraqqiyoti 5 bosqichga bo'linib, u quyidagilardan iborat:
- a) o'tkinchi jamiyat, industrial jamiyatga o'tish, industrial jamiyat, ommaviy iste'mol jamiyati, kommunistik jamiyat;
  - b) An'anaviy jamiyat, industrial jamiyatga o'tish, feodalizm, industrial jamiyat, kommunistik jamiyat;
  - c) An'anaviy jamiyat, kuldorlik, industrial jamiyatga o'tish, industrial jamiyat, ommaviy iste'mol jamiyati;
  - d) An'anaviy jamiyat, o'tkinchi jamiyat, industrial jamiyatga o'tish, industrial jamiyat, ommaviy iste'mol jamiyati;
  - e) An'anaviy jamiyat, o'tkinchi jamiyat, kommunistik jamiyat, industrial jamiyat, ommaviy iste'mol jamiyati
7. Sotsial-iktisodiy tizimlarni almashinish sabablarini formatsion yondashuvda qanday izoxlanadi?
- a) Ishlab chiqarish kuchlari rivojlanish darajasiga ishlab chiqarish munosabatlarining mos kelishi;
  - b) Ishlab chiqarish texnologik usulining o'zgarishi;
  - c) Ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasiga ishlab chiqarish munosabatlarining mos kelmasligi;
  - d) Resurslarning cheklanganligi bilan extiyojlar cheksizligi o'rtasidagi ziddiyat;
  - e) Ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasiga ustqurmaning mos kelmasligi

## Tarqatma materiallardan namunalar

### An'anaviy, ma'muriy, bozor iqtisodiyoti tizimlari

An'anaviy iqtisodiy tizim	Ma'muriy iqtisodiy tizim	Bozor iqtisodiyoti tizimi
Iqtisodiy qarorlar odatda avvalgi avlod yoki ilgari qabul qilingan qarorlarni takrorlaydi.	Iqtisodiy qarorlar asosan avtoritar masalan, feodal, lord tomonidan yoki davlat organi tomonidan qabul qilinadi.	Muxim iqtisodiy qarorlar alohida shaxslar va biznes firmalar tomonidan qabul qilinadi.
Iqtisodiy hayotda an'analarni davom ettirish qadrlanadi.	Reja organlari nima ishlab chiqarish, kimga sotishni hal qiladilar.	Bozor baxolari ishlab chiqaruvchilar uchun haridorlar nima hohlashi xaqida signal beradi, uni asosida alohida shaxslar va biznes firmalar tomonidan qaror qabul qilinadi.

## Mulkchilikning hukmron shakli va tartibga solish mexanizmiga ko'ra sotsial - iqtisodiy tizimlar





### **Javoblar:**

#### **Asosiy tayanch tushunchalar:**

1b); 2a); 3g; 4v); 5d; 6e).

#### **Masala va mashqlar:**

1. Transaksiyon harajatlar 2 mln so'm. Jami tovarlarning bahosiga nisbatan  $2 * 100 = 20\%$  ni tashkil etadi.

T/N

1T; 2N; 3N, 4N; 5T; 6T

#### **Testlar:**

1e); 2a); 3d); 4b); 5b); 6d); 7c).

1. To'g'ri. Mavjud, har qanday jamiyat oldida «Nima, qanday, qancha, kim uchun ishlab chiqarish» muammosi turadi.

2. Noto'g'ri. Sababi «resurslar cheklanganligi-extiyojlarni cheksizligi» muammosi doimo mavjud, shuning uchun «nima ishlab chiqarish» muammosi faqatgina xususiy biznes emas, balki butun jamiyatga xos.

3. Noto'g'ri. Chunki mehnat resurslari ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslarni bir turini tashkil etadi. Shuning uchun jamiyat oldida doimo qanday ishlab chiqarish muammosi turadi.

4. Noto'g'ri. Yuzaki qaraganda shunday ko'rinsada aslida barcha axborotlarni «kipidan ignasigacha» yagona markazda to'plab bo'lmaydi. Shuning uchun «kam ishlab chiqarish» muammosi bu jamiyat uchun xam dolzarb bo'lib qolaveradi.

5. To'g'ri. U bu harajatlar ishlab chiqarish bilan emas, balki ana shu ishlab chiqarishni boshlash uchun zarur bo'lgan harajatlar, ya'ni narxlar, kontragentlar xaqida axborot to'plash, xo'jalik bitimlari tuzumi va ularni bajarilishini nazorat qilish harajatlari va boshqa shunga o'xshash harajatlarni o'z ichiga oladi.

6. To'g'ri. Birinchisi, tizim tarkibiy qismlari muvozanatga, ular o'rtasidagi aloqalarni saqlanishiga intilish.

Ikkinchisi, o'zgarishga, texnika va sotsial jixatdan yangi-yangi o'zgarishlar, muvozanatni buzilib turishi yuz beradi.

## II bo'lim. BOZOR IQTISODIYOTI NAZARIYASI ASOSLARI

### VI bob. Tovar-pul munosabatlari bozor iqtisodiyoti shakllanishi va amal qilishining asosidir.

Avvalgi bo'limda iqtisodiyotning umumiy asoslarini o'rganib chiqdik. Unda biz jamiyat iqtisodiy taraqqiyotining eng umumiy jixatlariga diqqat qaratdik. Navbatdagi bo'limda esa turli sotsial iqtisodiy tizimlarni birlashtirib, bog'lab turuvchi munosabatlarni o'rganamiz. Bu munosabatlar kishilik jamiyati tarixiy taraqqiyotining ma'lum bir bosqichi tovar ishlab chiqarish boshlangan paytdan vujudga kelib, shu tarixiy davr mobaynida rivojlanib hozirgi darajaga etib keldi. Bo'limning dastlabki bobi bozor iqtisodiyotining asosi bo'lgan tovar-pul munosabatlarini o'rganishga bag'ishlanadi.

Kishilik jamiyati vujudga kelgandan boshlab ishlab chikarish qanday rivojlangani, nima sababdan tovar-pul munosabatlari kelib chiqqani, bu munosabatlar bozor iqtisodiyotining shakllanishi va amal qilishining asosi ekanligini ko'rib chiqamiz.

Tadqiqotni tovar xo'jaligini vujudga kelishi sabablari, tovar o'zi nima va u qanday xususiyatlarga ega ekanligini o'rganishdan boshlaymiz. So'ngra, tovar haqidagi nazariyalar, pulning kelib chiqishi, uning o'ziga xos xususiyatlari va funktsiyalari haqida to'xtalamiz.

#### 1-§. Xo'jalik yuritishning asosiy shakllari

Kishilik jamiyatining rivojlanishiga tarixan nazar tashlasak, ijtimoiy xo'jalik yuritishning ikki asosiy — natural va tovar xo'jaligi shakli mavjudligini ko'ramiz.

Tarixiy xo'jalik yuritish taraqqiyoti bosqichlari ko'pchilik iqtisodchilarning fikricha, buyuk texnik inqiloblar bilan farqlanadi. Buning natijasida mehnat vositalari tubdan o'zgaradi, ijtimoiy mehnat taqsimotida katta o'zgarishlar sodir bo'ladi, yangi tarmoqlar vujudga keladi. U o'z navbatida muhim sotsial-iqtisodiy oqibatlariga olib keladi, odamlarning ehtiyojlari va ularni qondirish usullari o'zgaradi.

Dastlab ibtidoiy jamoa tuzumida ishlab chiqarish bo'lmagan. Asosan, tabiatda bor narsalarni yig'ib kun ko'rishgan. Ovchilikda juda oddiy qurollar — tosh, tayoq, suyaklardan foydalanilgan.

Tabiatning tayyor ne'matlarini iste'mol qilish, «agrar inqilob» deb atalgan ikki buyuk kashfiyot — dehqonchilik va chorvachilikning vujudga kelishiga olib kelgan. Natijada uzluksiz ishlab chiqarishga asos solingan. Bu bilan kishilik jamiyatining iqtisodiy tarixida eng uzoq davom etgan bosqichiga qadam qo'yildi.

**Natural xo'jalik.** Bu umuminsoniy taraqqiyotda tarixan birinchi, eng uzoq davom etgan xo'jalik yuritish bo'lib, ishlab chiqarishning industrial bosqichiga o'tilgandan keyin o'z hukmron mavqeini yo'qotadi.

Xo'jalik yuritishning tovar shakli esa iqtisodiyotning rivojlangan bosqichiga xos.

Har ikki xo'jalik yuritish shakli bir-biridan tubdan farq qiladi;

- birinchisi «yopiq» xo'jalik bo'lsa, ikkinchisi «ochiq»;
- ijtimoiy mehnat taqsimotining rivojlanish darajasi birida past, mehnat universal harakterga ega bo'lsa, ikkinchisida yuqori;
- ijtimoiy mahsulot shakli ham farq qiladi, birida natural, ikkinchisida tovar;
- ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchi o'rtasidagi iqtisodiy aloqalar farqi ham katta. Iqtisodiyotdagi nima, qancha, kim uchun kabi masalalar natural xo'jalikda oson echiladi. Natural xo'jalikda mahsulot ishlab chiqaruvchilarning maqsadi o'z ehtiyojlarini qondirish. Shuning uchun ham ishlab chiqarish xo'jalik ehtiyojlaridan kelib chiqib olib boriladi.

Natural xo'jalik tashkiliy-iqtisodiy jihatdan alohida xo'jaliklardan tarkib topgan. Natural xo'jalik yerga mulkchilik munosabatlariga tayanadi. Yerning bosh mulk egasi sifatida davlat qo'lida to'planishi davlat hukmronligi bilan mulkchilikning bir-biriga chatishib ketishiga olib keldi. Shu sababli odamlar o'rtasidagi munosabatlar ham to'g'ridan-to'g'ri yuz beradi.

Natural xo'jalikning ana shu xususiyatlari uning konservativligi, barqarorligi, turg'unligi, sustkashligiga asosiy sabab bo'ldi. Aynan ana shular qishloq xo'jaligida dehqon jamoalarining yerga bo'lgan jamoa mulki asosida minglab yillar saqlanib qolishiga sabab bo'ldi. Natural xo'jalikda ishlab chiqarish hajm jihatidan ham, sifat jihatidan ham cheklangan. Maqsad deyarli doimo bir xil va bir zayldagi ehtiyojlarni qondirishga qaratilgani sababli ijtimoiy xo'jalikning rivojlanish sur'atlari ham past bo'lgan.

Natural xo'jalik alohida xo'jalik birliklaridan (oila — jamoa, pomeste — pomeschiklarning yer mulki) iborat bo'lib, har biri o'zining ishlab chiqarish resurslariga ega, o'zini o'zi ta'minlaydigan yopiq tizim.

Hamma ishlab chiqarish turlari xo'jalikning o'zida bajariladi. Resurslar topishdan boshlab, tayyor mahsulotni iste'mol qilishgacha xo'jalik doirasida yuz beradi.

Natural xo'jalikka universal qo'l mehnati xos. Har bir kishi hamma asosiy ishlarni o'zi bajaradi. Uning moddiy asosi eng oddiy mehnat qurollari (omoch, xaskash, bolta va hokazolar) bo'lib, mehnat unumi g'oyat past.

Natural xo'jalikka to'g'ridan-to'g'ri aloqalar xos bo'lib, u **ishlab chiqarish — taqsimot** — iste'mol tarzida yuz beradi. Yaratilgan mahsulot ayirboshlashni chetlab, shaxsiy hamda ishlab chiqarish iste'moliga ketadi. Bunday to'g'ridan-to'g'ri aloqa natural xo'jalikning barqarorligini ta'minlaydi.

Shuning uchun ham qadimgi ko'pgina allomalar, jumladan Aris-totel ham natural xo'jalik tarafdori bo'lib, pulni barcha yomonlik, yovuzliklarning asosi deb hisoblagan.

Natural xo'jalik jamiyat yuritishning tarixiy birinchi tipi bo'lib, u ibtidoiy jamoa tuzumi davrida ishlab chiqarishning chorvachilik bilan dehqonchilik tarmoqlariga ajralish davrida vujudga kelgan, deb taxmin qilinadi. Nisbatan sof holda natural xo'jalik ibtidoiy tuzum davrida, hali ijtimoiy mehnat taqsimoti yuz bermagan davrda amal qilgan.

Iqtisodiyotda natural xo'jalik noiqtisodiy, ya'ni shaxsiy qaramlik, tobelik hukr surgan tuzumda hukmron bo'lgan, u quldorlik hukm surgan davlatlarda har hukmron feodal iqtisodiyotining muhim xususiyatlaridan bo'lgan.

Hozirgi paytda natural xo'jalik rivojlanayotgan mamlakatlarda mavjud bo'lib, yarim natural ishlab chiqarishda aholining 50—60%i band.

Iqtisodiy adabiyotlarda natural xo'jalik odatda traditsion — an'anaviy iqtisodiyot deb yuritiladi. Bu ko'p jihatdan uni harakterlab beradi; a) o'z iste'moli uchun ishlab chiqarishning hukmronligi, b) texnika taraqqiyotining keskin cheklanishi, v) sotsial-iqtisodiy munosabatlarning turg'unligi, g) hayot tarzining o'zgarmasligi, qoloqligi, orqada qolishi.

Xo'jalik yuritish «yopiq» tizimning shunday xususiyatiki, u mikroiqtisodiyot darajasida ishlab chiqarishni naturalashtirish hozirgi zamonda sanoat va qishloq xo'jaligi korxonalari, xo'jalik uyushmalari, regionlari doirasida yuz berishi mumkin. Mamlakatda tovar xo'jaligi mavjud bo'lishiga qaramay, har bir xo'jalik zarur narsalar bilan o'zini o'zi ta'minlashga harakat qiladi.

Makroiqtisodiy miqyosda ham shunday tendentsiya yuz berishi mumkin. Davlatning bunday xo'jalik yuritish siyosati avtarkiya deb ataladi. **Avtarkiya** — bu bir mamlakatning yopiq, ustun darajada o'z ehtiyojini o'zi qondiradigan xo'jalik yuritish tizimidir. Buning natijasida boshqa mamlakatlar bilan bo'lgan aloqalar uziladi. Avtarkiyaga intilish mamlakat yuqori boj soliqlari orqali chetdan keladigan tovarlarni cheklashda ham namoyon bo'ladi. Bunday holatning, albatta har bir mamlakat uchun o'z sabablari hamda maqsadi bor.

Shunday qilib, natural xo'jalik industrial bosqichga qadar hukmron xo'jalik yuritish shakli bo'lib, industrial bosqichga o'tilgach o'z mavqeini yo'qotdi. Uning o'rnini tovar xo'jaligi egalladi.

**Tovar xo'jaligi.** Ehtiyojlarning o'sib borishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishni ob'ektiv zarurat qilib qo'yadi. Lekin natural xo'jalik yuksalib borayotgan ehtiyojlarni qondiradigan darajada iqtisodiy ravnaqni ta'minlay olmaydi. Mana shunday ravnaqni ta'minlay oladigan xo'jalik yuritish shakli zarurligi natural xo'jalikni tovar xo'jaligi bilan almashuviga olib keldi.

*Tovar xo'jaligi* — bu iqtisodiyotning shunday tashkiliy shakliki, u tovar ishlab chiqarishga asoslanadi va ishlab chiqarish bilan iste'molni bozor orqali bog'laydi.

Tovar xo'jaligiga quyidagi xususiyatlar xos:

**Birinchi**dan, tovar xo'jaligi «ochiq» xo'jalik bo'lib, yaratilgan mahsulot o'z iste'moli uchun emas, bozorda sotish uchun ishlab chiqariladi.

**Ikkinchi**dan, tovar ishlab chiqarish mehnat taqsimotiga asoslangan. Tovar ishlab chiqaruvchi biron mahsulot yoki uning biron-bir qismini ishlab chiqarishga ixtisoslashadi. Texnika taraqqiyoti ixtisoslashuvning chuqurlashuviga, u o'z navbatida texnikaning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi. Tovar xo'jaligi natural xo'jalikdan farqli o'laroq, mehnat taqsimoti va uning chuqurlashuvi, umumiqtisodiy qonuni amal qilishiga keng sharoit yaratadi.

**Uchinchi**dan, tovar xo'jaligida ishlab chiqarish bilan iste'mol bilvosita, ya'ni bozor orqali bog'lanadi. U **ishlab chiqarish** — **ayirboshlash** — **taqsimot** — **iste'mol** tarzida yuz beradi. Ishlab chiqarilgan mahsulot avval bozorga chiqariladi, so'ngra ishlab chiqarish yoki shaxsiy iste'molga ketadi. Bozor qanday tovar ishlab

chiqarish kerakligi yoki kerak emasligi to'g'risida «signal» — axborot beradi. Aynan ayirboshlash orqali ishlab chiqarish bilan iste'molchi o'rtasida iqtisodiy munosabatlar o'rnatiladi.

Tovar xo'jaligi ishlab chiqarishning rivojlanishiga ob'ektiv sharoit yaratadi.

Tovar ishlab chiqarishni vujudga kelishining asosiy ikki sharti bo'lib, **birinchisi mehnat taqsimoti va uning chuqurlashuvi**. Ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi o'z navbatida ayirboshlashni zarur qilib qo'yadi.

Ishlab chiqarish umuminsoniy iqtisodiy faoliyat bo'lib, uning muhim tomoni ixtisoslashuvdir. Ixtisoslashuv asosida mehnat taqsimoti yotadi. Mehnat taqsimoti ijtimoiy mehnat faoliyatining sifat jihatidan ajralishini bildiradi.

Insoniyatning mehnat taqsimotini chuqurlashib borishiga harakat qilishining asosiy sababi mehnat unumining o'sishi va sifatining yaxshilanishidir.

Ijtimoiy mehnat taqsimoti jamiyat miqyosida yuz berib faoliyat turlari bo'yicha uch yo'nalishda: *umumiy, xususiy va qisman mehnat taqsimoti* tarzida yuz beradi.

Jamiyat miqyosida **ijtimoiy mehnat taqsimoti** dastlab dehqonchilik bilan chorvachilikning, so'ngra esa hunarmandchilik va savdogarchilikning ajralishi bo'lib, umumiy mehnat taqsimoti yirik sohalar — sanoat, qishloq xo'jaligi, transport, qurilish, savdo, maishiy xizmat va hokozalar tarzida mehnat turlarining ajralishidir.

**Xususiy mehnat taqsimoti** yirik sohalar ichidagi, masalan, avtomobilsozlik, traktorsozlik va boshqa tarmoqlarning ajralishidir.

**Qisman mehnat taqsimoti** — korxonada doirasidagi mehnat taqsimoti bo'lib, bunda mehnat muayyan mahsulot ishlab chiqarish bosqichlari bo'yicha ixtisoslashgan mehnat turlariga ajraladi.

Mehnatning faoliyat turlari bo'yicha taqsimlanishi bilan birgalikda **hududiy** miqyosda ham taqsimlanishi mavjud. Bu hududlararo mehnat taqsimoti, ya'ni ayrim hududlar va mintaqalar doirasida mehnatning ixtisoslashuvi hamda xalqaro miqyosda, ya'ni mamlakatlar o'rtasida u yoki bu mehnat turiga ixtisoslashishi, yoki boshqacha aytganda u yoki bu turdagi tovar ishlab chiqarishga ixtisoslashish tarzida yuz beradi. *Ikkinchisi*, u yoki bu tovar ishlab chiqaruvchilarning xo'jalik yurituvchi sub'ekt sifatida iqtisodiy alohidalashuvidir.

Iqtisodiy alohidalashuv **mulk** shakli bilan chambarchas bog'langan. Aynan **mulk egasi sifatida iqtisodiy alohidalashuv** almashuvning tovar almashuviga aylanishiga olib keladi.

Mahsulotni erkin, o'z bilganicha ayirboshlash uchun yaratilgan mahsulotning egasi bo'lishi kerak, chunki o'zganing mulkini ayirboshlab bo'lmaydi. Turli mulk egalari o'rtasidagi ayirboshlash tovar ayirboshlash bo'ladi. Iqtisodiy alohidalashuv xususiy, guruhiy, jamoa, korporativ mulk doirasida bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish rivojlanib borgan sari tovar ishlab chiqarish umumiy harakterga ega bo'ladi.

Ikkala shart bir-biriga zid bo'lib, mehnat taqsimoti va uning chuqurlashuvi odamlarni bir-biriga bog'liqligini, aloqalarini kuchaytirsada, xususiy mulkka asoslangan iqtisodiy alohidalashuv esa aksincha ularni bir-biridan ajratadi. Bunday sharoitda kishilar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalar ayirboshlash, bozor orqali yuz beradi. Ayirboshlash orqali uning ishtirokchilarini har biri o'z ehtiyojini qondirish

va ishlab chiqarish faoliyatini davom ettirish imkoniga ega bo'ladi. Bozor iqtisodiyoti aynan tovar ishlab chiqarish vujudga kelishi bilan shakllana boshlagan. Tovlar ishlab chiqarish rivojlanishi bilan bozor infrastrukturasi tarkib topib, u butun iqtisodiyot rivojida katta rol o'ynaydi.

Tovar xo'jaligi dastlab oddiy tovar xo'jaligi shaklida, so'ngra kapitalistik tovar xo'jaligi shaklida amal qilgan bo'lsa, aralash iqtisodiyot sharoitida tovar xo'jaligi o'ziga xos xususiyatlari bilan XVI—XIX asr kapitalistik tovar xo'jaligidan tubdan farq qiladi.

Oddiy tovar xo'jaligida ishlab chiqaruvchining o'zi ishlab chiqarish vositalarining egasi bo'lgan. Asosiy maqsad oila ehtiyojini qondirish edi. Bu davrda ishlab chiqarish tarqoq, mayda tovar ishlab chiqaruvchilardan iborat anarxik harakterga ega bo'lib, erkin raqobatga asoslangan. **Oddiy tovar xo'jaligi** tabaqalanishining kuchayishi oqibatida kapitalistik tovar ishlab chiqarish vujudga keladi. Bunda individual xususiy mulk asosiy o'ringa chiqadi. **Kapitalistik tovar xo'jaligida** mulk egasi bilan bevosita ishlab chiqaruvchi, ishlab chiqarish vositalari egalari va ulardan mahrum bo'lgan yollanma ishchilarga ajraladi. Ishlab chiqarishdan asosiy maqsad foyda olish bo'lib, ishlab chiqarish nihoyat yiriklashadi. Bunda qo'l mehnatining mashinalar zimmasiga yuklanishi (fan-texnika inqilobi oqibatida) muhim rol o'ynaydi.

XIX asr oxiri — XX asr boshlaridan individual, yakka kapitalistik xususiy mulk mavqeini yo'qotib, borgan sari korporativ xususiy mulk va mulkchilikning boshqa shakllari keng tarqalishi bilan xo'jalik yuritish shakllari, daromad taqsimoti ham o'zgarib boradi.

*Ma'muriy-buyruqbozlikka, markaziy rejalashtirishga asoslangan xo'jalik.* Ijtimoiy xo'jalik yuritishning alohida shakli ma'muriy-buyruqbozlik, markazlashgan rejalashtirishga asoslangan iqtisodiyotdir. Bu xo'jalik yuritish shaklida ham tovar ishlab chiqarish mavjud bo'lib, u haddan tashqari deformatsiyalashgan. Sababi, yagona iqtisodiy markazning buyrug'i va topshiriqlarini bajarish shart bo'lgan. Reja direktiv harakterga ega bo'lib, qonun vazifasini o'tagan. Markaz bevosita ijro etuvchilardan uni to'la bajarishni talab etgan. Bunday markaz davlat bo'lib, u davlat reja qo'mitasi hamda partiya tashkilotlari orqali amalga oshirilgan. Nima ishlab chiqarish, qanday, kim uchun ishlab chiqarish markazlashgan tarzda rejalashtirilgan. Resurslar fondlashtirish uslubi bo'yicha taqsimlanib, ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar reja asosida bog'langan. Narx markazlashgan tarzda davlat narx qo'mitasi tomonidan belgilangan.

Ma'muriy-buyruqbozlik, markaziy rejalashtirish iqtisodiy xo'jalik yuritishning shunday shakli, unda ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi sharoitida iqtisodiy strukturada ishlab chiqaruvchilarning ixtisoslashuvi butun xo'jalik miqyosida yagona organizm sifatida markazdan qattiq tartibga solib boshqariladi.

Tarixiy tajriba bunday xo'jalik yuritishning salbiy jihatlarini afzalliklariga nisbatan ko'proq bo'lib, ma'lum bosqichda ishlab chiqarish rivojlanishini cheklashini ko'rsatdi. Shuning uchun ham jamiyat bunday xo'jalik yuritish shaklidan voz kechdi.

## 2-§. Tovar va uning xususiyatlari haqidagi nazariyalar

Bozor iqtisodiyoti tovar ishlab chiqarishga asoslangan iqtisodiyotdir. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyotining markaziy kategoriyasi tovar bo'lib, uning tarixiy va mantiqiy o'tmishdoshi umumiy tarzda «ne'mat» deb ataladi.

Ne'matlar nihoyatda xilma-xil. Ularni turli jihatlariga ko'ra guruhlariga ajratish mumkin.

1. Ehtiyojlarni qondirishiga ko'ra:

a) individual ehtiyojlarni qondiruvchi ne'matlar. Bularga iste'mol buyumlari va ishlab chiqarish vositalari kiradi. Bu tovarlarni asosan nodavlat sektori iste'mol qiladi;

b) ehtiyojlarni birgalikda qondiradigan ne'matlar. Bular kutubxona, muzeylar, meditsina xizmati, maktab, institut, saroylar, sport komplekslari va hokazolar;

v) ijtimoiy ne'matlar. Bular tovar bo'lmaydi, ularga jamoat xavfsizligini, aholi tinchligini saqlash, o't o'chirish, milliy mudofaa va boshqalar kiradi.

2. Ne'matlarni serob yoki kamyobligiga ko'ra iqtisodiy va noiqtisodiy guruhlariga ajratiladi.

Iqtisodiy ne'matlar, bu — iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq cheklangan ne'matlar bo'lsa, noiqtisodiy ne'matlar esa tabiat tomonidan cheklanmagan tarzda in'om etilgan. Noiqtisodiy ne'matlarni yaratish uchun hech qanday kuch sarflanmagan. Bu ne'matlar tabiatda erkin, insonning ma'lum bir ehtiyojini qondirish uchun etarli darajada (havo, suv, quyoshning yorug'ligi, issiqligi va hokazo shunga o'xshash) mavjud. Jamiyat taraqqiyotining ma'lum bir bos-qichida iqtisodiy ne'matlar tovar shaklini oladi (2- bob).

Ma'lumki, tovar ishlab chiqarish ijtimoiy mehnat taqsimoti va ishlab chiqaruvchilarning mulk egasi sifatida iqtisodiy jihatdan alohidalashuvi tufayli vujudga kelgan.

**Tovar deb insonning biron-bir ehtiyojini qondirib, ayirboshlash uchun ishlab chiqarilgan ne'matga aytiladi.**

Ko'rinib turibdiki, tovar ikki xossaga ega:

a) biron-bir ehtiyojni qondirish;

b) ma'lum miqdordagi tovarni boshqa tovarga almashish xossasi.

Tovarning insonning biron-bir ehtiyojini qondirish xossasi iste'mol qiymati deyiladi. Tovarning iste'mol qiymati uning naf keltirishida ifodalanadi. Naf deb, tovar va xizmatni iste'mol qilishdan olinadigan qoniqishga aytiladi. Masalan, sigareta foydali bo'lmasa ham iste'mol qilinadi, demak u chekadigan kishilarni iste'molini qondiradi. Nafilik shu tovarning naqadar zarurligi, sifati, kamyob yoki serobligi kabilarga bog'liq.

Xizmatlar iste'mol qiymati sifatida, asosan moddiy ko'rinishga ega emas. Shuning uchun bevosita jamg'arib bo'lmaydi, balki xizmat ko'rsatish jarayonida iste'mol qilinadi. Ayirboshlanganda turli xil iste'mol qiymatlari, ya'ni bir turdagi tovar, ikkinchi bir turdagi tovarga almashtiriladi. Almashtirish uchun ular miqdorini taqqoslash kerak.

Buyuk mutafakkir Aristotel (miloddan avvalgi 384—322- yillar) tenglik bo'lmasa, ayirboshlash mumkin emas, tenglik bo'lishi uchun esa taqqoslash

mumkin bo'lishi kerak, deydi. Odatda, har xil tovarlar ayirboshlanadi, ularning o'lchov birliklari ham har xil. Masalan, mato, deraza, guruch almashtiriladi desak, biri metrda o'lchansa, ikkinchisi dona, uchinchisi kilogrammda o'lchanadi. Demak, miqdor jihatdan ularni bir-biriga tenglashtirib bo'lmaydi. U holda tovardagi nimani taqqoslash mumkin. Boshqacha aytganda, tovarning narxi qanday belgilanadi? Bu savolga iqtisodiy nazariya uzoq vaqt javob bera olmadi...

XVIII—XIX asrga kelib, uzoq kutilgan javob topildi. Bu tovarda mujassamlashgan qiymat bo'lib, uning birinchi ta'rifini siyosiy iqtisod klassiklari V. Petti, A. Smit, D. Rikkardo va boshqalar berishdi. Ularning fikricha, har qanday tovar qiymatining asosida unga sarflangan mehnat yotadi. Mehnatning o'lchovi esa ish vaqti. Bir xildagi tovar ishlab chiqarish uchun ishlovchi turlicha vaqt sarflaydi. Bu vaqt individual ish vaqti bo'lib, u individual qiymatni yaratadi. Individual ish vaqti ishlab chiqarish sharoiti, ishchilarning malakasi, tajribasiga ko'ra farqlanadi. Bozorda tovarlar individual ish vaqti sarfi bo'yicha emas, balki ijtimoiy zaruriy ish vaqti bo'yicha sotiladi. Ijtimoiy zaruriy ish vaqti deb o'rta mehnat unumdorligi va mehnat intensivligi sharoitida tovarlarning asosiy massasini ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan vaqtga aytiladi.

Qiymat ijtimoiy munosabat sifatida faqat almashuv jarayonida yuzaga chiqadi va almashuv qiymatida namoyon bo'ladi.

Iqtisodiy nazariya ko'rsatadiki, qiymatning mehnat nazariyasi hamma savollarga javob beradigan benuqson nazariya emas ekan. Bu nazariyani sobiq Ittifoqda qo'llashga qilingan harakat narx belgilashning harajatlar mexanizmi shakllanishiga olib keldi. Harajatlarni ko'paytirish ishlab chiqaruvchilarga juda qo'l keladi.

Undan tashqari, amaliyotda bu nazariyani qo'llashda yana bir muammo sarflangan ijtimoiy zarur mehnatni aniq o'lchab bo'lmasligidir.

Bu yerda yana bir savol tug'iladi, agar tovarning qiymati individual mehnat bilan o'lchanmasa, Van-Gog yoki Leonardo da Vinchinging chizgan suratlari qiymati qanday o'lchanadi?

Agar tovarning qiymati mehnat harajatlari bilan o'lchanadigan bo'lsa, uning sifati va miqdori qanday o'lchanadi? Mehnat oddiy malaka talab etmaydigan yoki murakkab, maxsus malaka talab qiladigan mehnat bo'lishi, og'ir jismoniy yoki aqliy mehnat bo'lishi mumkin.

Qiymat nazariyasining eng jiddiy kamchiliklaridan biri tovarning iste'mol qiymatiga ahamiyat bermaslikdir. Shuning uchun ham iqtisodiy nazariyaga aynan ana shu kamchilikni bartaraf etishga qaratilgan yangi nazariya kirib keldi.

Iqtisodiy nazariya tarixida «Avstriya maktabi» nomi bilan atalgan «me'yoriy nafillik» nazariyasi asoschilari ne'matlarning qiymati ularning naf keltirishiga qarab, haridorning iqtisodiy psixologiyasi nuqtai nazaridan aniqlanadi, degan fikrni ilgari suradilar.

Ular nafillikni tovarning ob'ektiv xossasi bilan aralashmaslik kerak, **nafillik bu haridorning o'z ehtiyojini qondirish nuqtai nazaridan bergan individual sub'ektiv bahosidir** deyishadi.

Qiymat nazariyasi bilan nafillik nazariyasining bosh maqsadi turli iste'mol qiymatlarini yoki nafillikni taqqoslash muammosini hal qilishdir.



Olma, tanbur, kostyumdan qay biri foydaliroq? Bir tomondan qarasangiz, bunday savolning o'zi tuturiqsiz, bema'nilikka o'xshaydi. Ammo har bir aniq holatdan kelib chiqadigan bo'lsak, bu savolda jon bor. Umumiy tarzda olsak, bu savolga javob berib bo'lmaydi. Bu me'yoriy naflilik nazariyasining xato ekanligini ko'rsatadigan ishonchli dalil. Lekin yuqoridagi savolga individual jihatdan yondashilsa, uni har bir kishi sub'ektiv tarzda echadi. Vitamin zarur kishi uchun olma, artist uchun tanbur, kostyumzarur kishi uchun esa boshqa narsalardan ko'ra kostyum afzal. Chunki, har bir odam birinchi galda eng zarur ehtiyojini qondirishga harakat qiladi. Har xil ehtiyojlar ichida eng zarur ehtiyojni qondirish uchun turli tovarlar ichidan eng kerakligini tanlab oladi. Demak, u yoki bu tovarni sotib olishni har bir odam sub'ektiv tarzda hal etadi. Undan tashqari, inson ehtiyojini qondirgan tovarni iste'mol qilishni davom ettirar ekan, uning ehtiyoji tobora to'yinib boradi, naflliligi esa kamayib boradi. Masalan, qorni och odam birinchi burda nonni katta ishtaha bilan yeydi, keyingilarini egan sari to'yib, oxir-oqibat boshqa non egisi kelmay qoladi. Barcha yeyilgan non miqdori to'yinish miqdorini ifodalaydi.

Shaxsiy iste'mol jarayonida yuz beradigan ana shu hodisani nemis iqtisodchisi German Gossen (1810—1858) tadqiq qilib, naflilikni pasayib borishi qonuni amal qilishini ko'rsatib beradi. U bu qonunni «Aynan bir mahsulot bilan ehtiyojlarni qondirishni uzluksiz davom ettirsak, borgan sari ehtiyoj to'laroq qondirilib, oxir-oqibat to'yinadi, lekin mahsulotning naflliligi esa pasayib boradi», deb ta'riflaydi. Ehtiyoj to'yingandan keyin ham iste'mol davom ettirilsa, u naf o'rniga zarar keltiradi. Demak, iste'mol qilishda qandaydir me'yor bo'lar ekan. **Me'yoriy naflilik deb qo'shimcha iste'mol qilingan mahsulotdan qo'shimcha olinadigan nafga aytiladi.**

Ne'matning qiymatini ana shu me'yoriy naflilik belgilaydi. «Avstriya maktabi» asoschilari naflilikni pasayishi qonuniga umumiy tus berishga harakat qilishgan. F. Vizer bu qonun «hamma narsaga, ochlikdan tortib muhabbatgacha» tegishli deb ko'rsatadi.

Bu qonunga binoan ehtiyojlar qondirilishiga qarab to'yinish darajasi o'sadi, naflilik esa pasayadi, ya'ni ehtiyojni qondiruvchi ne'matning har bir yangi birligi avvalgisiga qaraganda kamroq naf keltiradi. Ana shu ne'matning zaxirasi talabni qondirishning chegarasi bo'ladi. Zaxiraning o'zgarishiga qarab chegara ham o'zgaradi. Me'yoriy naflilikni E. Bem-Baverk, K. Menger keltirgan misol bilan quyidagicha tushuntiradi: tarkidunyo qilgan, o'rmonda yashovchi zohidning 5 qop doni bor. Uning birinchi qopi o'z iste'moli uchun, ikkinchi qop zaxira, uchinchisi parrandalar boqish uchun, to'rtinchisi pivo tayyorlash uchun, beshinchisi ermakka boqilayotgan to'tiqush uchun mo'ljallangan.

Agar u qoplardan birini yo'qotsa, birinchi navbatda to'tiqush boqishdan voz kechadi. Chunki, u ehtiyojlarni qondirish zarurligi nuqtai nazaridan qaralsa, eng oxirida turibdi. Donning qiymati aynan ana shu beshinchi qopning qadri bilan o'lchanadi.

Ana shu eng oxirgi ehtiyojni qondiradigan naflilik me'yoriy naflilik bo'ladi. Ehtiyoj o'zgarilmagan holda zaxira ko'paysa, me'yoriy naflilik kamayadi, aksincha bo'lsa, naflilik ko'tariladi. Shunga muvofiq ravishda narx ham o'zgaradi. Shunday

qilib, har bir ne'matning qadr-qimmati: a) ehtiyojni qondirishning zarurlik darajasiga; b) shu ne'matning to'kinlik darajasiga bog'liq.

Har xil ehtiyojlar va ularni qondirishning to'yinish darajasi insonning farovon turmush kechirishini ta'minlashda har xil rol o'ynaydi. Ehtiyojlar to'yingan sari nafiligi kamayib boradi.

Narxni me'yoriy nafililik asosida tushuntirish hayotdagi ko'pgina jumboqlar, paradokslarni echib beradi. Ko'pincha misol tariqasida mashhur «Smit paradoksi» yodga tushiriladi. Nima sababdan inson uchun zarur suv shunchalik arzon, olmos esa undan keladigan naf kam bo'lishiga qaramay qimmat turadi? Bu savolga A. Smit quyidagicha javob beradi: Ko'pincha katta iste'mol qiymatiga ega narsalar uncha ko'p bo'lmagan almashuv qiymatiga, hattoki hech qanday almashuv qiymatiga ega bo'lmasligi mumkin. Suvdan foydaliroq narsa yo'q, lekin unga deyarli hech narsa almashib bo'lmaydi. Aksincha, olmos deyarli hech qanday iste'mol qiymatiga ega emas, lekin unga juda ko'p miqdorda boshqa tovarlarni olish mumkin.

Xuddi shu savolga me'yoriy nafililik nazariyasining asoschilaridan K. Menger shunday javob beradi: Brilliant va oltin shunday kamyobki, birinchisini barchasini yig'ishtirsa bir yashikka, ikkinchisini esa bir xonaga joylashtirsa bo'lar edi. Aksincha, ichimlik suv Yerda shunday katta miqdorda mavjudki, uning hammasini sig'diradigan rezervuarni ko'z o'ngimizga keltirish qiyin.

Mohiyati jihatdan karakterli ikki misol bir-biriga yaqin, deyarli bir xil bo'lsa ham, uning sababini izohlash printsiplial jihatdan farq qiladi. Adam Smit fikricha, brilliant bilan suv qiymatining notengligi ularni olish uchun zarur bo'lgan mehnat harajatlarining farqida bo'lsa, K. Menger fikricha, ularning Yer yuzidagi zaxirasining turlichaligida: birining serobligi, ikkinchisining kamyobligida. Kundalik hayotda ham qadr-qimmat tushunchasi, odatda cheklangan kamyob ne'matlariga nisbatan qo'llaniladi. Shuning uchun ham «xalqimizdagi «oldingdan oqqan suvning qadri yo'q» naqli ham nafililik nazariyasi mohiyatini ifodalaydi.

Nafililik nazariyasi iste'mol qiymatiga ahamiyat berib, qiymat nazariyasi izohlab bera olmagan savollarga javob bergan bo'lsa ham, ayirboshlashdagi nisbatni to'la tushuntirib bera olmadi. Chunki, birinchidan, sub'ektiv nafililik tarzida qandaydir miqdorni ko'rsata olmaydi, sababi uni o'lchash uchun ob'ektiv birlik yo'q. Nazariyada qo'llanilgan me'yoriy nafililikni ko'rsatuvchi miqdoriy belgilar real mazmundan yiroq, ixtiyoriy harakterga ega. Natijada juda ko'p marta nafililik va uning me'yoriy miqdorini o'lchash uchun ko'p marta behuda urinishlar qilindi.

Ikkinchidan, nafililikning pasayib borish qonuni universal emas, u odatda eng cheklangan, birinchi navbatda, zarur kundalik ehtiyojlar doirasidagi tovarlarga tegishli bo'lib (oziq-ovqat, kiyim-bosh, turar joy), har bir inson uchun individual bo'lib, ma'lum bir to'yinish chegarasi mavjud. Lekin bu qonunni tovarlarning asosiy massasi, ko'plab nooziq-ovqat mahsulotlari, ayniqsa ishlab chiqarish vositalariga nisbatan qo'llab bo'lmaydi.

Uchinchidan, K. Menger nafililikning pasayib borishini ko'rsatish, aniq biron-bir tovarni nafiligini taqqoslashda mavjud narxlar va iste'molchilarning daromadlaridan kelib chiqib tahlil qiladi. Demak, sub'ektiv baholashning o'zi (me'yoriy foydalilik, nafililik ko'rinishida) narx darajasi va daromad miqdori bilan

bog'liq ekan. U holda mantiqan noto'g'ri fikr vujudga keladi, tovarlar narxini sub'ektiv baholash kelib chiqadi, sub'ektiv baholash esa narxlarga bog'liq.

To'rtinchidan «Avstriya maktabi» asoschilari tovar nafililigini sub'ektiv baholashdan qanday qilib real bozor narxlariga o'tiladi degan savolga javob berolmaydi. Chunki, har bir kishining shaxsiy, sub'ektiv his-tuyg'usini ob'ektiv qiymat va pul birliklari bilan o'lchab, taqqoslab bo'lmaydi.

Nafililikni ko'rsatuvchi yagona o'lchov topishga harakat qilindi. Nafililikning o'lchov birligini yutil (inglizcha utility — nafilik) deb ataldi. Lekin uni ob'ektiv miqdor o'lchovi sifatida qo'llab bo'lmaydi. Chunki nafilik har bir kishi uchun qat'iy individual tarzda belgilanadi. U butun insoniyat uchun umumiy bo'lishi mumkin emas. Uning yordamida turli-tuman ne'matlarni o'lchab bo'lmaydi. Aytaylik, basseyn bilan musiqa, non yoki avtomobilni yutil buyicha hisoblab taqqoslab bo'ladimi? Albatta, yo'q.

Nobel mukofoti laureati P. Samuelson va professor V. Nordxaus bu haqda shunday deyishadi. Nafililik — bu mahsulotni iste'mol qilishdan olingan sub'ektiv qonunni ifodalovchi abstraktsiya. Nafililikni o'lchab bo'lmaydi. U faqat tahliliy konstruksiyaning mohiyatini ko'rsatuvchi iste'molchilarni o'zlarining cheklangan daromadlarini naf keltiradigan tovarlar o'rtasida ratsional taqsimlashlarini tushuntirishga mo'ljallangan sxema, xolos.

Xullas, bozorda tovarlarni ayirboshlash mohiyatini har ikki nazariya ham to'la tushuntirib bera olmaydi.

Bir-biriga qarama-qarshi turgan har ikki nazariyadan biri asosiy e'tiborni sarflangan mehnat harajatlariga qaratsa, ikkinchisi uni naf keltirishiga qaratadi. Buning natijasida har ikki nazariya ham tovarning almashtirish miqdori, ya'ni narxining kelib chiqishini tushuntirib bera olmaydi.

Aynan shu vazifani mashhur iqtisodchi A. Marshall bajardi. U har ikki nazariya bir-birini to'ldira olishi mumkinligini ko'ra bildi. U har ikki nazariyani sintez qildi. Marshalldan boshlab qiymat va narxning monistik nazariyasidan chekina boshlandi. Monizm printsipi bu qiymatning yagona manbaini, narxning yagona asosini, jamiyat daromadlarining yagona manbaini topishga qaratilgan. Bunday manba sifatida qiymatning mehnat nazariyasida mehnat va faqat mehnat ko'rsatilsa, «Avstriya maktabi» nazariyotchilari yagona manba sifatida me'yoriy nafilikni ko'rsatishgan. Marshall nazariyasida esa qiymat va narxni aniqlash bozor kuchlari o'zaro ta'siri, talab (me'yoriy nafilik) hamda taklif (tovar ishlab chiqarish harajatlarining o'zaro ta'siri) asosida shakllanishini ko'rsatib bergan.

Ishlab chiqarish harajatlari me'yoriy mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan me'yoriy harajatlar bilan o'lchanadi (VIII bob). Me'yoriy harajatlar esa ishlab chiqarish omillarining me'yoriy unumdorligi bilan bog'liq. Bunda faqat mehnat emas, boshqa ishlab chiqarish omillarini ham hisobga olish zarur. Chunki u yoki bu iste'mol qiymati yaratilar ekan, uning uchun faqat mehnat emas, balki boshqa omillar, boshqacha aytganda resurslar ham zarur.

Shunday qilib, tovar insonning biror-bir ehtiyojini qondiradi. Uni ishlab chiqarish uchun iqtisodiy resurslar sarflanadi hamda ayirboshlanadi. Tovarning ana shu sifatleri uning nafililigi (ehtiyoj qondirishi), kamyobligi (ishlab chiqarish uchun

resurs-larning cheklanganligi), resurslar sig'imi (bir birlik tovar ishlab chiqarish uchun sarflangan resurslar miqdori)da namoyon bo'ladi va bir-biridan farqlanadi.

### 3-§. Pul va pul haqidagi nazariyalar. Hozirgi zamon pulining tabiati.

Ma'lumki, pul doimo iqtisodchilarning diqqat markazida bo'lgan. Bozor iqtisodiyoti sharoitida pul muomolasiga ahamiyat yanada kuchaydi. (Hozirgi paytda o'zbek tilida ishlatilayotgan pul<sup>1</sup> so'zi asli forscha-tojikcha bo'lib, O'rta Osiyo xondiklari, Yaqin Sharqdagi ayrim davlatlarda qo'llanilgan naqd chaqa pul. Masalan, XVIII, XIX asrda Qo'qon xonligida 1/45, - 1/30 tangaga teng bo'lgan. Eronda 1/40 qironga, Afg'onistonda 1932 yilgacha 1/100 afg'onga teng bo'lgan. Fikrimizcha, oltin tangalar o'rnida qog'ozning ishlatilishi uning qadri past, ya'ni oltin tanga bo'la olmasligini ta'kidlab, muomalada umumiy nom pul deb atala boshlagan bo'lishi kerak. Umumiy nom ham taraqqiyotning ma'lum bir yuqori bosqichida paydo bo'ladi.)

Pulning kelib chiqishi, tabiatiga nazariy jihatdan ikki xil: ratsionalistik va evolyutsion yondashuv mavjud.

Ratsionalistik yondashuv asoschilari pulning kelib chiqishini kishilar o'rtasida kelishuv tufayli yuz bergan deb tushuntirishadi. Bu yondashuv XVIII asr oxirlarigacha hukm surgan. Bu sub'ektiv psixologik yondashuv hozirgi paytda ham ayrim iqtisodchilar tomonidan qo'lla-quvvatlanadi.

Evolutsion yondashuvda esa pul jamiyatning ijtimoiy - iktisodiy taraqqiyoti mahsuli deb qaraladi. Pul ob'ektiv zaruriyat tufayli turli-tuman tovarlar ichidan barcha tovarlarga ayiriboshlanadigan maxsus tovar sifatida ajralib chiqqan.

Pulning kelib chiqishi haqidagi har ikki yondashuvga xos nazariyalarni to'rt guruhga bo'lish mumkin.

**1. Metallik pul nazariyasi.** Bu nazariyaga ko'ra qimmatbaho metallar oltin va kumush o'z tabiatiga ko'ra pul. Bu nazariyada pul va qimmatbaho metallar aynan bir xil narsa deb qaraladi.

**2. Nominalistik pul nazariyasida** pul shartli belgi, nominal hisob-kitob birligi, uning harid quvvati davlat tomonidan qonunlashtiriladi.

Bu nazariyaning ayrim namoyondalari pul oldi-sotdini tartibga solish uchun davlat tomonidan ijod qilingan degan fikrni ilgari surishadi. Bu nazariya metallik nazariyasiga qarama-qarshi nazariya bo'lib, pulni oltin bilan aloqasini uzadi, pulga tovar sifatida qarash rad etiladi.

**3. Pulning mehnat nazariyasiga** ko'ra pul ichki qimmatga ega maxsus tovar. Uning qiymati umumiy ekvivalent rolini bajaruvchi maxsus tovar - oltin, kumushni qidirib topish, qazib chiqarish va undan tangalar tayyorlash uchun sarflangan mehnat harajatlari bilan o'lchanadi.

**4. Pulning miqdoriylik nazariyasida** pul ichki qadr-qimmatga ega emas. Pulning qiymati muomaladagi pul miqdori bilan aniqlanadi degan fikr ilgari suriladi. Pulning oltin asosi bekor qilingan.

<sup>1</sup> Pul forscha-tojikcha ko'prik degan ma'noda ishlatiladi, u ayiriboshlashga xizmat qiluvchi ko'prik vazifasini o'taydi degan fikrlar ham yo'q emas.

Hozirgi paytda pul haqidagi nazariyalar ichida miqdoriylik nazariyasi eng obro'li nazariya hisoblanadi. Muomala uchun zarur bo'lgan pul miqdori muammosi kapitalizm rivojlanishining boshlanish davriga borib taqaladi.

«Yangi dunyo» Amerika qit'asi kashf etilgach, u yerlardan Evropaga qimmatbaho metallarni oqib kelishi (1503-1560 yillar davomida Ispaniyaga 120 tonna oltin, 574 tonna kumush olib kelindi) tovarlar narxini 2,5-4 martagacha oshib ketishiga olib keldi. Ana shundan so'ng iqtisodchilar muomaladagi pul miqdorini o'rganishga diqqat-e'tiborlarini qaratdilar.

Miqdoriylik nazariyasining asoschisi bo'lib, frantsuz iqtisodchisi J. Boden (1530-1596) hisoblanadi.

18 asrda pulning miqdoriylik nazariyasini Angliyada – D. Yum va J. Mil, Frantsiyada Sh. Monteskelar rivojlantirishdi. Pulning miqdoriylik nazariyasi XX asrda keng yoyildi, iqtisodchilarning diqqat-e'tibori qaratiladi. Bunga sabab pul muomalasi muammolari va qog'oz pullarning harid qobiliyatini pasayib ketishi bo'ldi.

**Pulning miqdoriylik nazariyasining g'oyasi oddiy: muomalada mavjud pul miqdorining o'zgarishi, tovar va xizmatlar narxining absolyut darajasini o'zgarishiga olib keladi, u o'z navbatida pulning harid quvvatini o'zgarishiga olib keladi.**

Bu nazariya pul va tovar bozori o'rtasidagi bog'lanishni tushunishga yordam beradi.

Pulning miqdoriylik nazariyasi yagona kontseptsiyani ifodalamaydi. Asosiy g'oya atrofida iqtisodchilarning turli-tuman fikrlari mavjud bo'lib, u har bir iqtisodchining o'z qarashi, nuqtai nazari, qo'ygan maqsadi iqtisodiy tahlili bilan bog'liq.

Pul maxsus tovar bo'lib, tovar ishlab chiqarish va ayirboshlashning mahsulidir. Pulning kelib chiqishi to'g'risidagi evolyutsion kontseptsiyaga binoan, u ijtimoiy mehnat taqsimotining, tovar ishlab chiqarish va ayirboshlashning natijasi.

Dastlab, ayirboshlash tasodifiy tarzda yuz bergan. Tasodifiy ayirboshlash mahsulot tovarga aylanganligini bildiradi. Ayirboshlash natijasida mo''jiza yuz beradi. Bir tovar, aytaylik, qo'y bosh-qa bir tovarga — boltaga aylanib qoladi. Chunki, bunda turli xil iste'mol qiymatlari ayirboshlanadi.

Bir tovarni bevosita boshqa tovarga almashtirish hozir ham mavjud bo'lib, u *barter* deb ataladi. Lekin bunday ayirboshlash juda cheklangan, ozgina tovarlar o'rtasidagina amalga oshirish mumkin.

Tovar ayirboshlash rivojlanishi bilan tasodifiy qiymat shaklidan to'la yoki kengaygan shaklga o'tadi. Ayirboshlashda endi bir qancha tovar egalari ishtirok etadi.

Hayot tovarlar ichidan boshqa hamma tovarlarga ayirboshlash mumkin bo'lgan bir tovarning ajralib chiqishini ob'ektiv zarurat qilib qo'ydi.

Ana shu zarurat tufayli turli yurtlarda turli narsalar ana shunday ayirboshlash vositasi sifatida ishlatilgan. Ba'zi joylarda mo'yna, boshqasida chorva mollari, chig'anoq, tuz, don va hokozolar qadrlanib, boshqa hamma narsalarga almashtrilgan. Lekin turli narsalarni ayirboshlash vositasi sifatida ishlatilishi almashuvning o'ziga xos ziddiyatlarini namoyon qildi. Sababi, bir yurtda

qadrlangan narsa boshqa yurtda unchalik qadrlanmagan. Undan tashqari, ayrim narsalarni uzoq saqlab bo'lmashligi, uzoq joyga olib borish qiyinligi (masalan, chorva mollarini) qo'shimcha qiyinchilik tug'dirgan. Natijada tovarlar ichidan shunday bir tovar ajralib chiqishi ob'ektiv zarurat bo'lib qoldiki, bu tovar qator xususiyatlari bilan avvalgi ayirboshlash vositasi bo'lib xizmat qilgan tovarlardan quyidagi xususiyatlari bilan ajralib turishi talab etilgan:

1. Uzoq muddat saqlash mumkinligi.
2. Uzoq masofaga olib borish qulayligi.
3. Tabiatda kamyob bo'lib, kam miqdorining ham qadr-qimmatini yuqoriligi.
4. Sifat jihatidan bir xilligi.
5. Qadr-qimmatini yo'qotmay, oson bo'linishi va qo'shilishi.

Mana shunday xususiyatlarga nodir metallar, kumush va oltin ega bo'lib, ular har qanday boshqa tovarga ayirboshlanadi, ya'ni umumiy ekvivalent rolini o'ynaydi. Ana shunday xossaga ega bo'lgan alohida tovar pul deb ataladi.

Dastlab, muomalada kumush va oltin pullar, so'ngra oltin, keyinchalik oltinning belgisi sifatida qog'oz pullar yuritilgan.

Hozirgi paytda elektron (kredit kartochkalari) pullar paydo bo'lib keng qo'llanila boshladi.

Ma'lumki, pulga dastlab, klassik siyosiy iqtisod vakillari tomondan berilgan ta'rif «**Umumiy ekvivalent rolini bajaruvchi tovar pul deyiladi**» qoidasi keng tarqalgan.

Klassik nazariya vakillari pulning besh funksiyasini: *qiymat o'lchovi, muomala, to'lov va jamg'arish* (xazina to'plash) vositasi, *jahon pulini* ajratib ko'rsatishgan.

1. Pul qiymat o'lchovi. Pul barcha tovarlarning qiymatini o'lchaydi. Buyumning pulda ifodalangan qadr-qimmatini baho (narx) deyiladi.

Tovarlarning bahosi umumiy ekvivalent rolini bajarayotgan tovar-oltinning miqdorida ifodalanadi. Qiymat o'lchovi funksiyasini bajarish uchun naqd pulning o'zi kerak emas. Sotuvchi tovarga narx belgilar ekan, tovar narxiga teng bo'lgan pul miqdorini xayolan ko'z o'ngiga keltiradi. Bu pul ma'lum miqdordagi oltinga teng bo'lib, u davlat tomonidan belgilangan baholar mashtabiga bog'liq. Baho mashstabi deb, pul birligida ifodalangan oltin miqdoriga aytiladi.

Masalan: AQShda 1971 yilgacha dollar 0,818513 gramm sof oltinga teng bo'lgan, agar biror buyum, aytaylik oyoq kiyimining bahosi 100 dollar bo'lsa, u  $0,818513 \times 100 = 81,8513$  gramm oltinga teng degan ma'noni beradi. Har bir mamlakatning pul birligidagi oltin miqdori turlicha bo'lgan.

2. Pul ayirboshlash vositasi funksiyasini bajarganda haridor va sotuvchilar qo'lida uzoq ushlanib turmaydi. Pulning qo'ldan-qo'lga o'tib yurishi oxir oqibat to'laqonli pullarni to'laqonli bo'lmagan pullar bilan almatirishga olib keladi.

Dastlab, oltin ayirboshlash vositasi funksiyasini tilla quymalar tarzida bajargan. Har safar almashuv jarayonida quyma oltinlarni tarozida tortib, kerakli miqdorini ajratish borgan sari qiyinlashib borishi sabab avvaliga alohida savdogarlar, keyinchalik davlat uncha katta bo'lmagan oltin bo'lakchalariga ma'lum shakl berib, undagi oltin miqdorini belgilab muhr bosadigan bo'ldilar. Natijada har bir oldi-sotdidan so'ng oltin tortishdek mashaqqatli ish

engillashtirildi. Oltin pul sifatida tanga moneta shaklini oldi. Keyinchalik, muomaladagi pullarni eyilib, undagi tillani kamayishi, o'z og'irligini yo'qotishi muomalada qog'oz pullarni paydo bo'lishiga olib keldi. Muomalada metall monetalarining o'rinbosari sifatida qog'oz pullar ishlatila boshladi.

3. Tovarlarini sotib olganda puli to'lanmay nasiyaga olinishi mumkin. Tovarlarini pulini ma'lum muddati o'tgach to'lanishi mumkin, bunda pul to'lov vositasini bajaradi. Pulning harakati alohidalashadi. Masalan: ish haqi to'lanishi o'z navbatida turli moliyaviy majburiyatlarni (qarz bo'yicha, soliq, ijara va shunga o'xshash) bajarilishiga olib keladi.

Qarz majburiyatlari o'z navbatida pulning yangi shakli kredit pullarni vujudga kelishiga sabab bo'ladi.

O'z tovarini qarzga sotgan sotuvchi haridordan veksel (qarz majburiyati) olishi mumkin va uni o'z navbatida pul o'rnida ishlatishi mumkin. Lekin veksel ishlatish cheklangan, chunki u faqat bitta veksel egasining mulki bilan qanoatlanadi. Banklar xususiy veksellar o'rniga ularga nisbatan kafolati mustahkam banknot (bank biletleri) chiqara boshladilar. Ular oltin bilan ta'minlangan bo'lib, muomalada keng ishlatila boshlandi.

4. Pul xazina to'plash vositasi bo'la oladi. Agar haridor puliga zarur tovar olishni keyinga surib, uni muomaladan chiqarar ekan, pul xazina to'plash funksiyasini bajaradi. U umuman, boylik sifatida to'planadi. Bunda faqat oltin monetalar emas, quyma tillalar, quyma tilla buyumlar ham (pul yasaladigan xom ashyoning hamma ko'rinishlari) bu vazifani bajarishi mumkin.

5. Xalqaro miqyosda pul jahon puli funksiyasini bajaradi.

Bunda pullar o'z «milliy kiyim»larini echib, natural shaklda, quyma oltinlar shaklida ishlatilgan. Mamlakatlar o'rtasida hisob-kitob har bir mamlakatning pul birligida ifodalangan oltin miqdori asosida yuritilgan. Banklar orqali o'zaro bir-birini qoplovchi hisob-kitoblar qilinib qarz qoplanmay qolgandagina oltin bilan to'langan.

Monometall pul tizimi o'rniga kredit va qog'oz pul muomalasi tizimi kirib kelishi bilan pul avvalgi iqtisodiy mazmunini birmuncha yo'qotdi. Qog'oz pullar oltindan farq qilib ichki qiymatga ega emas.

Qog'oz pulda ko'rsatilgan raqam uni tayyorlash uchun qilingan harajatlarni ifodalamaydi. Masalan, AQShning 100 dollarini zarb qilish uchun 25 tsent sarflanar ekan, 100 so'mlikni bosib chiqarish uchun ham albatta undan kam mablag' sarflanadi.

Pulning oltin asosini bekor qilinishi bilan ilgari berilgan ta'rif endi to'g'ri kelmay qoldi.

Hozirgi paytda ko'pchilik iqtisodchilarning fikricha qog'oz-kredit pul tizimida pullar dekret (qonun kuchiga ega bo'lgan qaror) pullaridan iborat. U holda pulga quyidagicha ta'rif berish mumkin: **Hukumat tomonidan belgilangan har qanday tovarga ayrboshlash yoki qarz to'lashga qabul qilinadigan narsa (vosita) pul deyiladi.**

Pulning oltin asosini bekor qilinishi uning ikki funksiyasini boshqalari bilan qo'shilib ketishiga olib keldi. Hozirgi zamon iqtisodiyot fani pulni: *muomala vositasi, qadr-qiymat o'lchovi, jamg'arish vositasi* sifatida ko'radi.

**Pul muomala vositasi** sifatida tovar oldi-sotdisi, xizmat ko'rsatish va boshqa to'lovlar uchun ishlatiladi. Tikuvchi u bajargan ishi uchun mato bilan haq to'lashlarini xohlamaydi. Korxonaga egasi, aytaylik to'qilgan mato uchun non berishlarini xohlamaydi. Pul esa to'lov vositasi sifatida darrov qabul qilinadi. U har qanday tovar va xizmatlarga ayirboshlanishi mumkin. U barter (mavoze) almashuvining noqulayliklariga barham beradi.

**Qadr-qimmat o'lchovi** vositasi yoki qadr-qimmat standarti sifatida ishlatilishi ham tubdan o'zgaradi. Jamiyat pulning turli ne'matlar va resurslarning nisbiy qiymatini o'lchash, taqqoslashda eng qulay vosita hisoblaydi.

Masofani m, km va boshqalarda o'lchaganimizdek, turli ne'matlar va xizmatlarni pulda o'lchaymiz. Bunda eng asosiysi har bir mahsulotni boshqa bir mahsulot orqali ifodalash mashaqqatidan qutulamiz.

Pul turli qiymatlarni o'lchovida etalon sifatida foydalaniladi. Pulning qadr-qimmatini deganda pul birligining harid qobiliyati, ya'ni unga qancha tovar va xizmatlar harid etish mumkinligini tushuniladi. U narx tarzida yuzaga chiqadi. Lekin bu yerda shunday savol tug'iladi, nima sababdan qog'oz pullarga hozir har qanday tovar, xoxlasangiz oltin buyumlar sotib olishingiz mumkin?

G'arbdagi iqtisodchilar buni shunday tushuntiradilar. Hozirgi kunda pul sifatida davlat, banklar va omonat muassasalarining qarz-majburiyatleri muomalada yuradi. Bu majburiyat pul funksiyasini bajarishi, eng avvalo davlat tomonidan qonunlashtirilgan. Naqd pullar – bu qonuniy to'lov vositasi. Har bir kishi uni olishga tayyor, chunki biladi, qat'iy ishonadi, undan ham albatta boshqa kishi hech qanday qarshiliksiz tovari, ko'rsatgan xizmati uchun qabul qiladi.

**Pul jamg'arish vositasini** bajaradi. Pulni tezda har qanday boshqa tovarga ayirboshlash mumkin, ya'ni u yuqori likvidli. Saqlash uchun qulay. Kishilar pulni qo'lga kiritishlaridan to sarflagunlaricha molu-davlat sifatida jamg'ariladi.

Jamg'arish vositasini bajarganda pul egasi hech qanday daromadga ega bo'lmaydi. Masalan, ko'chmas mulk, qiymatbaho qog'ozlar daromad keltiradi. Lekin uning afzalligi shundaki, puldan tezda har qanday moliyaviy majburiyatni qondirish uchun foydalanish mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiyot sub'ektlari o'rtasida amalga oshiriladigan hisob-kitoblar naqd pulsiz va naqd pul yordamida olib boriladi. Hozirgi paytda to'lov vositasi sifatida puldan tashqari turli-tuman pul vositalari (muomalaga elektron-kredit pullar (veksel, chek va qiymatbaho qog'oz) kirib kelishi, ya'ni naqd va naqd bo'lmagan pul va kvazi pullar) ishlatilgani uchun ko'proq pul massasi termini ishlatiladi.

Jismoniy va yuridik shaxslarga tegishli bo'lib, milliy xo'jalikda tovar va xizmatlar harakatini ta'minlovchi naqd pul va naqd bo'lmagan muomala va to'lovlar uchun ishlatiladigan vositalar bo'lib, uning bir qismi aktiv bo'lib, uni naqd pul, ikkinchi qismi passiv kvazi pul (lotincha quasi – deyarli, xuddi) tashkil etadi.

Pul massasini naqd pulga aylantirishning imkoniyati turlicha. Ana shu naqd pulga aylantirish imkoniyati likvidlik darajasi deyiladi. Likvidlik darajasi turlicha barcha pul-vositalarini muayyan nisbatlarda yaxlit pul massasini tashkil etishi, pul kompleksi, boshqacha aytganda pul agregati<sup>1</sup> deyiladi.



Pul agregati likvidlik darajasi absolyut bo'lgan (100%) naqd puldan boshlab, borgan sari likvidligi kamayib boruvchi pul vositalaridan tashkil topadi.

Likvidlik deganda tez realizatsiya qilish imkoniyatiga ega bo'lish tushuniladi. Likvidlik darajasi turlicha bo'lishining o'zi pulning kelib chiqishiga sabab bo'lgan:

1. U yoki bu tovarni sotib olmoqchi bo'lganlarni cheklanganligi.
2. Shu tovarning ishlatilishi sohasi cheklanganligi.
3. Sotish mumkin bo'lgan vaqtning cheklanganligi (tovar ma'lum vaqt ichida sotilmasa, sifati buziladi, modadan qoladi va h.k.).

Eng yuqori darajada realizatsiya qilish qobiliyatiga ega bo'lgan tovar pulga aylanadi. Naqd pul – bu mutlaq (100% lik) likvidlikka ega bo'lgan ayirboshlash vositasidir.

Pul agregati birinchi navbatda  $M_0$  – absolyut likvidlikka ega bo'lgan muomaladagi naqd pul massasini o'z ichiga oladi.

Pul agregati  $M_1 = M_0 +$  banklardagi muddati ko'rsatilmagan depozit (omonat)lar va cheklardan iborat.

$M_2 = M_1 +$  muddati ko'rsatilgan depozitlar, noчек jamg'armalar.

$M_3 = M_2 +$  yirik jamg'armalar, xususiy firma, tashkilotlarning hisob schetlardagi omonatlar, muddati ko'rsatilgan yirik jamg'armalar. (AQShda ular 100 ming dollardan ortiq)dan iborat, bunday mablag'larni banklarning depozit sertifikatlar tarzidagi cheklarga aylantirish uncha qiyin emas. Lekin u ma'lum yo'qotishlarga uchraydi. Ularni pulga aylantirish uchun ma'lum muddat kutishga to'g'ri keladi.

Eng umumiy pul agregati  $L = M_3$ dan tashqari turli qimmatbaho qog'ozlarni (pulga aylantirish qiyinroq) o'z ichiga oladi.

Umuman olganda pul agregatlari soni turli mamlakatlarda turlicha. Masalan AQShda, Yaponiya, Italiya 4 agregat, GFRda 3, Frantsiya 10. O'zbekistonda pul massasini pul agregati asosida tahlil etish bozor iqtisodiyotiga o'tishdan boshlandi.

Turli mamlakatlarning pul tizimi ahvoli, eng avvalo pul massasining umumiy hajmi va uning alohida pul agregatlariga bo'linishi bilan bog'liq. Barqaror pul tizimiga ega bo'lish uchun pul massasi  $L$ da agregat  $M_1$  ning ulushi uncha ko'p bo'lmasligi kerak. Masalan, AQShda, Yaponiyada 90 yillarning o'rtalariga pul agregatlari ulushlari o'rtasida nisbat quyidagicha bo'lgan:

Pul agregati	$M_1$	$M_2$	$M_3$	L
Ulushi (%)				
AQShda	15	65	80	100
Yaponiyada				
Rossiyada	50	70	80	100

Ko'rinib turibdiki, Rossiyada yuqori darajadagi likvidlikka ega bo'lgan pul massasi hajmi rivojlangan mamlakatlar AQSH va Yaponiyaga qaraganda yuqori. Bizning respublikamizda ham shunday ahvolni kuzatish mumkin. Bu muddati ko'rsatilgan omonat va davlat qimmatbaho qog'ozlarini ulushi pastligidan darak

beradi. Natijada pul muomalasini tartibga solish ham qiyinlashadi, iqtisodiy barqarorlikka ta'sir etadi.

Naqd pul harakati bankdan boshlanadi, korxonada, tashkilot kassasiga, aholi qo'liga o'tadi. Oldi-sotdi, to'lov harajatlari bajarilgach, yana bankka qaytib tushadi, naqd bo'lmagan pullar bankdagi bir hisob schetidanda boshqasiga o'tkazish orqali harakat qiladigan pullardir. Iqtisodiyotdagi eng muhim muammo ana shu pullar harakatini, ya'ni pul muomalasini tartibga solishdir.

### Xulosa

\*Jamiyat taraqqiyoti shunday amalga oshadiki, unda bir tomondan ma'lum bir iqtisodiy munosabatlar, aloqalar avvalgi tizim bilan vorislikni ta'minlaydi. Ikkinchi tomondan, jamiyatni olg'a eltuvchi yangi munosabatlar, aloqalar vujudga keladi. Uchinchidan, shunday iqtisodiy munosabatlar, aloqalar borki, ular jamiyatdagi o'zgarishlarga moslashgan xolda tizim rivojlanishiga katta ta'sir etib, ularni bir-biri bilan bog'laydi. Ana shunday munosabatlar tovar-pul munosabatlaridir.

\*Ijtimoiy xo'jalik yuritishning tarixan ikki shakli mavjud. Birinchisi natural xo'jalik yuritish bo'lib, u eng uzoq davr(hozirgi paytda ham uchraydi) davom etgan. Ikkinchisi tovar xo'jaligi bo'lib, u iqtisodiyotning rivojlangan bosqichiga xos. Ular bir-biridan farq qiladi. Tovar xo'jaligining eng katta farqi, mahsulot bozorda sotish uchun ishlab chiqariladi va tovar deb ataladi.

\*Iqtisodiyotda yuz beradigan munosabatlar tovar, uni ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq munosabatlar bo'lib, shuning uchun tovar va uning xususiyatlarini, u haqdagi nazariyalarni o'rganish muhim ahamiyatga ega.

\*Bu nazariyalarning eng asosiylari: qiymatning mehnat nazariyasi - klassik nazariya, me'yoriy nafillik nazariyasi - marjinal nazariya, sintez nazariyasi - Marshallning baho nazariyasidir. Bu nazariyalarning asosiy maqsadi ma'lum bir tovarga narx qanday belgilanishini nazariy jihatdan asoslab berishdir.

\*Tovar ishlab chiqarish bilan bog'liq holda pul kelib chiqar ekan, uning kelib chiqishi haqida ham qator nazariyalar borki, bu masalaga yondashuvga ko'ra umumiy ravishda ikkiga: ratsionalistik va evolyutsion yondashuv bo'lish mumkin. Birinchisi sub'ektiv psixologik yondashuv bo'lib, pulning kelib chiqishi kishilar o'rtasidagi kelishuv tufayli yuz bergan degan fikr bildirsalar, ikkinchisi esa pud jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining mahsuli deb ko'rsatishadi.

\*Pul bozor itisodiyotining eng universal, eng yuqori likvidli vositasi bo'lib, qiymat o'lchovi, muomala, jamg'arish funtsiyasini bajaradi. Dastlabki paytda pullar naqd pullardan iborat bo'lgan bo'lsa, tarixiy taraqqiyot davomida kredit munosabatlarini kelib chiqishi tufayli naqd bo'lmagan pullar ham ishlatiladigan bo'ldi. Hozirgi paytda mamlakatdagi barcha naqd va naqd bo'lmagan, «kvazi» pullar birgalikda pul massasini tashkil qiladi.

### Asosiy tayanch tushunchalar

1. Natural xo'jalik
2. Tovar xo'jaligi
3. Tovar
4. Nafillik

5. Me'yoriy naflilik  
7. Likvidlik darajasi

6. Pul massasi

- A) insonning biror-bir ehtiyojini qondirib, ayirboshlash (sotish) uchun ishlab chiqarilgan ne'matga aytiladi.
- B) maxsulot ishlab chiqaruvchining o'z ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan xo'jalik yuritishning yopiq shakli.
- V) tovar ishlab chiqarishga asoslangan, ishlab chiqarish bilan iste'mol bozor orqali bog'lanadigan xo'jalik yuritish shakli.
- G) haridorning o'z ehtiyojini qondirish, ne'matni iste'mol qilishdan oladigan qoniqishi.
- D) pul va naqd pulga aylantirish imkoniyati turlicha bo'lgan naqd bo'lmagan pul va kvazi pullar, qimmatli qog'ozlar.
- E) qo'shimcha iste'mol qilingan mahsulotdan qo'shimcha olinadigan naf.
- Yo) pul massasini naqd pulga aylantirish imkoniyati.

### **Takrorlash va munozara uchun savollar**

- 1. Natural xo'jalikdan tovar xo'jaligi qaysi jihatlari bilan farqlanadi?
- 2. Tovar xo'jaligini vujudga kelishining asosiy sabablarini ko'rsating.
- 3. Noiqtisodiy ne'mat, iqtisodiy ne'mat va tovarning qanday farqlari bor?
- 4. Qiymat nazariyasi va marjinal nazariyaning bosh maqsadi nima? Har ikki nazariya vakillari bu maqsadni qanday uddalashdi? Neoklassik nazariya vakili A. Marshallchi?
- 5. Tovarning almashuv qiymatini ya'ni narxini aniqlashning har uch yo'nalishdan sizningcha qaysi biri haqiqatga yaqinroq?
- 6. Pulning kelib chiqishi haqida qanday nazariyalarni bilasiz?
- 7. Pul agregati, likvidligi deganda nimani tushunamiz?
- 8. O'zbekistonda pul agregatining tarkibini bilasizmi?

### **Masala va mashqlar**

- 1. Quyidagi sanab o'tilgan ne'matlardan qaysi birlari iqtisodiy, qaysi birlari noiqtisodiy ne'matlarga ajratiladi?
  - a) Siz nafas olayotgan havo;
  - b) qishda yoqqan qor;
  - c) restoran, barlar va boshqalarda ishlatilayotgan muz;
  - d) qishda ariqlardagi muz;
  - e) uyingiz yaqinidagi buloq suvi;
  - f) chinni idishlar tayyorlashda ishlatiladigan tuproq;
  - g) bog'ingizda ekilgan daraxtTo'g'ri javob bering va uni asoslang.
- 2. Barcha iqtisodiy ne'matlarning nafilligi haqida qanday fikr yuritish mumkin? Masalan, narkotiklar, spirtli ichimliklar, pornografiya nafaqat insonning jismiga balki ruxini sog'lomligiga xam qattiq zarar etkazadi! Siz mana shu

fikrga qo'shilasizmi? Iqtisodiyot nazariyasida naflilik deganda nimani tushunish kerak?

3. Sizda 1 mln. so'm naqd pul bor. Do'stingizda esa shuncha so'mlik aksiyalar bor. Ikkinchi do'stingizda 1 mln. so'mga baholangan dala hovli bor. Kimning mulki yuqori darajada likvidli? Doimo mulkni likvidli shakliga qarab saqlash ratsional hisoblanadimi?

T/N.

1. Tovar ishlab chiqarishning vujudga kelishi:
  - 1) mexnat taqsimoti va uning chuqurlashuviga
  - 2) ishlab chiqaruvchilarni mulk egasi sifatida iqtisodiy aloxidalashuvi sabab bo'ladi.
2. Tovar ikki xossaga ega:
  - 1) Biron-bir extiyojni qondirish
  - 2) Ma'lum miqdordagi tovarni boshqa tovarga almashish
3. Naflilikni yagona o'lchov bilan o'lchash mumkin.
4. Me'yoriy naflilikni pasayib borish qonuni universal qonun. U barcha ne'matlar uchun ham umumiy.
5. Haridor o'z pulini ratsional sarflash uchun shunday yo'l tanlaydiki, natijada eng yuqori naf olishga erishadi.

### Mini testlar

1. Quyidagilardan qaysi biri noiqtisodiy ne'mat xisoblanadi?
  - a) Harbiy kema
  - b) Teatr, kontsert zali
  - c) Bilim, malaka
  - d) Quyosh nuri
  - e) Ko'prik, yo'l
2. Buyuk Aristotel har xil iste'mol qiymatlari, ya'ni tovarlarni ayirboshlash uchun nima bo'lish kerak deydi:
  - a) Tenglik bo'lishi, tenglik bo'lishi uchun esa taqqoslash mumkin bo'lishi kerak
  - b) Tovar miqdorini o'lchashni bilish kerak
  - c) Har xil tovarlarni ayirboshlash uchun miqdor jixatidan umumiy o'lchov birligini topish kerak
  - d) Ayirboshlash uchun narxni adolatli bo'lishini ta'minlash kerak
  - e) Tovarlarni ayirboshlash uchun ularning naflligini tengligini ta'minlash kerak
3. Qaysi nazariyada tovarning qiymati unga sarflangan ijtimoiy zaruriy mexnat harajatlari bilan o'lchanadi deyiladi?
  - a) Marjinal nazariyasida
  - b) Klassik nazariyasida
  - c) Ratsionalistik nazariyasida
  - d) Institutsional nazariyasida

- a) Neoliberalizm nazariyasida
4. Qaysi nazariyada tovarning qiymati uning naf keltirishiga qarab, haridorning iqtisodiy psixologik nuqtai nazaridan aniqlanadi deyiladi?
- a) Marjinal nazariyada;  
 b) Klassik nazariyada;  
 c) Ratsionalistik nazariyada;  
 d) Institutsional nazariyada;  
 e) Neoliberalizm nazariyada;
5. Naflilikni pasayib borishi qonunini amal qilishini izohlashda quyidagilardan qaysi biri to'g'ri kelmaydi?
- a) Qonunning amal qilishi qisqa muddatli davrga xos;  
 b) Universal qonun bo'lib, doimo amal qiladi;  
 c) Amal qilish doirasi cheklangan bo'lib, shaxsiy extiyojni qondiradigan, eng avvalo kundalik ehtiyojlarni qondiradigan tovar, xizmatlarga tegishliligi  
 d) Ko'plab tovarlarga nisbatan qo'llab bo'lmaydi;  
 e) Naflilikni baholovchi yagona o'lchov, ko'rsatkich yo'q;
6. Hozirgi zamon pulining qadr-qimmatini
- a) undagi oltin miqdori;  
 b) narxlar darajasi;  
 c) mutloq likvidliligi;  
 d) muomaladagi pul miqdori;  
 e) mamlakatning oltin zahirasi bilan o'lchanadi.
7. Pul agregatlari
- a) likvidlik darajasi turlicha bo'lgan barcha pul turlarini muayyan nisbatlardagi yaxlit massasi;  
 b) naqd pullar va elektron pullarning ma'lum nisbatdagi pul massasi;  
 c) cheklar, qimmatli qogozlar kompleksi;  
 d) naqd bo'lmagan pullarning ma'lum nisbatdagi massasi;  
 e) naqd pullar va qimmatli qorozlarning ma'lum nisbatdagi massasi
8. Demonetizatsiya deganda ...
- a) qogoz pullarning qadrsizlanishi  
 b) pulni yaroqsiz holga kelishi  
 c) qogoz pulni erkin ravishda oltinga almashtirish  
 d) pulning baho masshtabini almashtirish  
 e) oltinning pul funksiyasini bajarishini to'xtatilishi

## Tarqatma materiallardan namunalari:

1-tarqatma material

### Pulning kelib chiqishi haqida yondashuvlar.

Ratsionallik

Evalyutsion

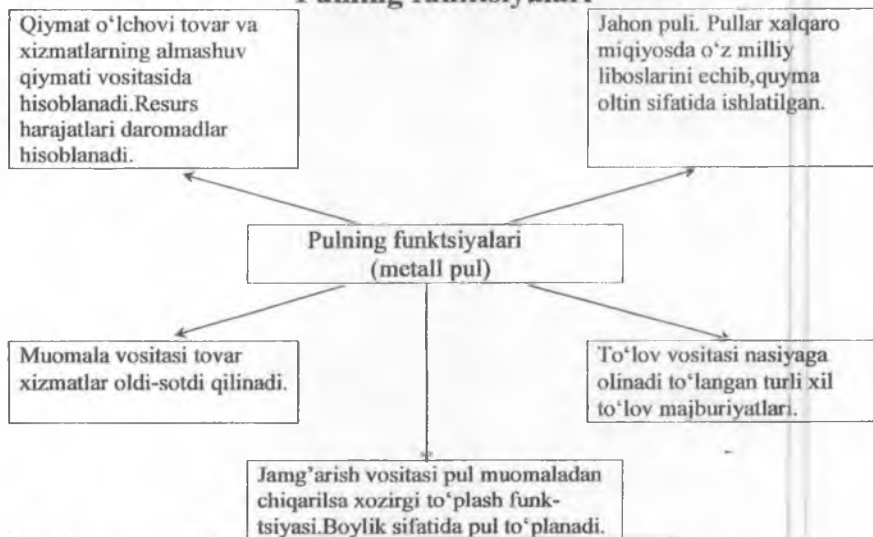
Ratsionallik yondashuv asoschilar pulning kelib chiqishini kishilar o'rtasida kelishuv tufayli yuz bergan. Bu yondashuv XVIII asr oxirlarida hukm surgan: sub'ektiv – psixologik yondashuv.

Evalyutsion yondashuvda pul jamiyatning ijtimoiy – iqtisodiy taraqqiyoti mahsuli deb qaraladi.

Qiymat shakllari	Nisbiy	Ekvivalent
Oddiy , tasodifiy	1 Qop don	1 ta bolta
To'la yoki kengaytirilgan	20 metr bo'z	1 ta kostyum yoki 2 qop don 2 ta bolta
Umumiy	1 ta kostyum 2 qop don 2 ta bolta	20 kg tuz
Pul	20 metr bo'z 1 ta kostyum 2 ta bolta	5 gr oltin

2-tarqatma material

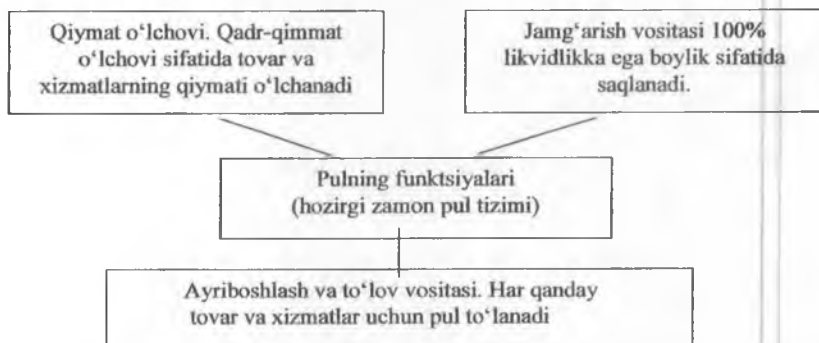
### Pulning funktsiyalari



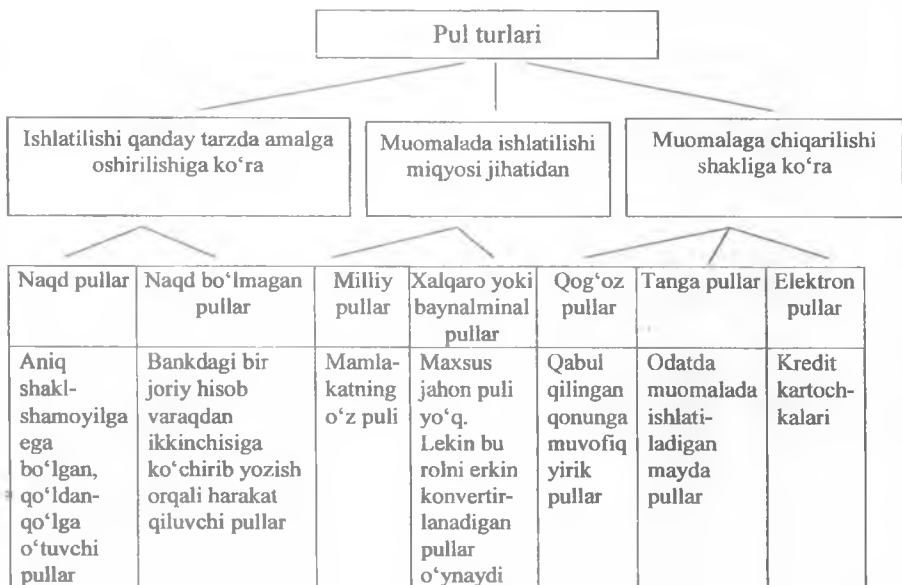
**Pul** bu —umumiy ekvalent rolini o'ynovchi maxsus tovar.

2-tarqatma material

Hozirgi zamon pul tizimida pulning funktsiyalari .



Hukumat tomonidan belgilangan har qanday tovar (xizmatga) ayriboshlash yoki qarz to'lashga qilinadigan har qanday vosita (narsa) pul deyiladi.



**Javoblar:**

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

1B; 2V; 3A; 4G; 5E; 6D; 7E.

**Masala va mashqlar:**

1) a), b), d), e) - noiqtisodiy ne'matlar  
 c), f), g) - iqtisodiy ne'matlar

2. Naflilik – bu tovarning insonning ehtiyojini qondirish xususiyati. Ma'naviy-axloqiy jihatdan berilgan baholar qanday bo'lishdan qat'iy nazar uni hisobga olinmaydi.

3. Sizni mulkingiz likvidli. Lekin inflyatsiya, noaniqlik sharoitida mulkni asosiy qismini likvidligiga qarab saqlashning ma'nosi yo'q.

**T/N**

1T, 2T, 3N, 4N, 5T.

**Testlar:**

1d, 2a, 3b, 4a, 5c, 6d, 7a, 8e.



## VII BOB. BOZOR IQTISODIYOTI VA UNING UMUMIY TASNIFI. BOZOR IQTISODIYOTIDA NOANIQLIK VA RISK

Kishilik jamiyatining hayoti ehtiyojlarini qondirish bilan chambarchas bog'liq. Resurslarni cheklanganligi muammosi esa ulardan samarali foydalanishni zarur qilib qo'yadi. Ikkinchi tomondan esa jamiyat a'zolari erkin, demokratik tamoyillarga asoslangan hayot kechirishni istaydilar. Tarixiy tajriba shuni ko'rsatdiki, insoniyat bunday maqsadiga erishish yo'lini aralash iqtisodiyot tizimini barpo qilish orqali topibdi.

Rivojlangan mamlakatlarning xo'jalik yuritish tajribasi buni tasdiqladi. Bozor iqtisodiyoti imkoniyati boshqa tizimlarga nisbatan keng va afzal ekanligi sababli barcha mamlakatlar shu yo'lni tanlashdi. Lekin bu bozor hamma dardga davo, hamma mkammolardan qutqaruvchi degani emas. Bozorning ijobiy tomonlari bilan birga salbiy tomonlar ham xos.

Ma'lumki, aralash iqtisodiyotni bir guruh iqtisodchilar bozor iqtisodiyoti sifatida boshqalari esa bozor iqtisodiyotining yuqori bosqichi sifatida qarashadi. Har ikki qarashni hisobga olgan holda bizda ko'proq bozor iqtisodiyoti atamasi qo'llaniladi.

Navbatdagi bob aynan bozor iqtisodiyotning mazmuni, bozor iqtisodiyotning rejali iqtisodiyotdan farqlari, afzalliklari bilan bir qatorda kamchiliklarini o'rganishga qaratilgan. U umuminsoniy iqtisodiyot, shu bilan birga noaniqlik uning yo'ldoshi ekanligini, faoliyat yuritish risk bilan bog'liqligini tadqiq etamiz.

### 1-§. Bozor iqtisodiyoti va uning vujudga kelishi. Bozor iqtisodiyotining asosiy belgilari

Kishilik jamiyati taraqqiyoti bozor iqtisodiyotini umuminsoniy iqtisodiyot ekanligini ko'rsatdi.

Bozor iqtisodiyoti ko'p asrlardan buyon mavjud bo'lib, taraqqiyotning hozirgi bosqichidagina umuminsoniy qadriyat darajasiga ko'tarildi.

Bozor iqtisodiyoti o'z rivojlanishida quyidagi bosqichlarni bosib o'tdi. Dastlabki, «kurtak», erkin, tartibga solinuvchi, deformatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti.

1. **Dastlabki, «kurtak» bozor iqtisodiyoti.** Bu bosqichda bozor iqtisodiyoti endigina shakllana boshlaydi. Bozor munosabatlari, aloqalari tasodifiy yuz berib, bir tovarni ikkinchi tovarga ayirboshlash tarzida yuz beradi. Lekin shu paytdanoq bozor katta rol o'ynay boshlagan. Jamiyat a'zolarining tabaqalanishiga, u yoki bu tovarni ishlab chiqarishni rivojlantirishga ahamiyat berish boshlangan.

2. **Erkin, stixiyali rivojlanuvchi bozor iqtisodiyoti.** U tarqoq, bir-biridan ajralgan, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar maqsadi va harakati bir-biri bilan oldindan mutlaqo kelishilmagan faoliyatdan iborat. Albatta, erkin-stixiyali bozor iqtisodiyotining ham dastlabki bosqichi bilan keyingi klassik bosqichi o'rtasida farq bor. Lekin, umuman olganda, klassik bozor iqtisodiyoti qator xususiyatlari bilan ajralib turadi:

1. Bozor munosabatlari qatnashchilarining miqdori cheklanmagan, ular o'rtasida erkin raqobat kurashi mavjud.

2. Jamiyatning barcha a'zolari xohlagan xo'jalik faoliyati bilan shug'ullanishlari mumkin.

3. Ishlab chiqarish omillarining yuqori darajada safarbarlik imkoniyati mavjudligi: kapitalning ko'chib yurishiga to'sqinliklar yo'q.

4. Bozordagi o'zgarishlar to'g'risidagi axborotlarni olish imkoniyatining kattaligi.

5. Bir turdagi tovarlarning absolyut darajada o'xshashligi (savdo markasi yo'q).

6. Monopoliyalar yo'q, bozorga, uning faoliyatiga davlat aralashmaydi.

8. Noma'lum bozor uchun ko'r-ko'rona ravishda tovar ishlab chiqarish, ularning sotilish-sotilmasligining noma'lumligi.

9. U o'z navbatida iqtisodiyotni qiyinchiliklarga, iqtisodiy tanglik va buhronlar, iqtisodiy talafotlar orqali rivojlanishiga olib keladi.

10. Yakka, individual xususiy mulkning hukmron bo'lishi, mulk-ning ozchilik qo'lida to'planishi, natijada:

a) odamlarni o'ta boy va o'ta kambag'al tabaqalarga ajralishiga olib keladi;

b) g'irrom raqobat olib borish uchun muhit yaratadi.

Erkin, stixiyali rivojlanuvchi bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarilgan tovarlar miqdori, sifati jihatidan talabga mos kelishi yoki kelmasligi, ularga sarflangan xarajatlar belgilangan narx bilan qoplanib, foyda ko'riladimi yoki yo'qmi bozorda aniqlanadi.

Bozor iqtisodiyoti rivojlanishi bilan ishlab chiqaruvchilar xaridor talabiga moslashish yo'llarini qidiradilar.

Lekin, umuman olganda, erkin bozor bu — abstraktsiya. Haqiqatda to'liq erkinlik yo'q, bo'lishi mumkin ham emas. Faqat iqtisodiyot yutuqlarini anglash, mavjud yuridik qonunlarni bilish asosidagina o'z faoliyatini eng ko'p foyda oladigan tarzda yo'lga qo'yish mumkin.

To'liq iqtisodiy erkinlikning bo'lishi mumkin emas, lekin iqtisodiyot rivojlanishini taminlaydigan darajada etarli erkinlik mavjud.

3. Kishilik jamiyati uzoq tarixiy taraqqiyot natijasida erishgan iqtisodiyot — bu tsivilizatsiyalashgan (tartibga solinadigan) bozor iqtisodiyotidir.

Tartibga solinadigan bozor iqtisodiyotida davlat kutilmaganda yuz beradigan tangliklarni yumshatish uchun chora-tadbirlar belgilash orqali ta'sir ko'rsatadi. Albatta, bu chora-tadbirlar xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyat erkinligini, ijodiy mehnat va tashabbuskorlikni cheklashga olib kelmasligi kerak.

Tsivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyotining ham o'ziga xos belgilari bor:

1. Xususiy mulk bilan bir qatorda boshqa mulk shakllari ham mavjud bo'ladi.

2. Ishlab chiqarish bozor talabini hisobga olgan holda olib boriladi. Marketing muhim rol o'ynaydi. Noma'lumlik kamayadi.

3. Halol raqobat asosiy o'ringa chiqadi, uning madaniy usullari qo'llaniladi.

4. Iqtisodiyot sub'ektlari o'rtasida uzoq davrga mo'ljallangan doimiy aloqalar, o'zaro manfaatli sherikchilik munosabatlari qaror topadi.

5. Davlat iqtisodiy hayotga aralashib, iqtisodiyotni tartiblashda qatnashishi tufayli chuqur iqtisodiy tangliklar yuz bermaydi. Agarda ular yuz bersa ham undan tezda chiqib ketish chora-tadbirlari belgilanadi.

6. Iqtisodiyot yuksak darajaga erishganda jamiyat boy bo'ladi, shuning uchun tadbirkorlar faqat boy bo'lish uchun emas, balki obro'-e'tibor qozonish, hurmatga sazovor bo'lish uchun ham harakat qiladilar.

7. Iqtisodiyot ijtimoiy yo'naltirilgan, kambag'allarga yordam berish, ommaviy farovonlikni ta'minlashga qaratilgan bo'ladi.

8. Odamlarning iqtisodiy tabaqalanishi cheklanadi. Jamiyatda o'ziga to'q o'rta hol aholi asosiy qatlamni tashkil qiladi.

Tsivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti sharoitida tartibga solish faqat bozorning salbiy oqibatlarini cheklashga qaratiladi. Bundan shunday xulosa chiqarish mumkin, bozor iqtisodiyoti sharoitida bozor, avvalo, o'zini-o'zi tartibga soladi, undan tashqari, davlat ham iqtisodiyotni tartibga solishga ta'sir ko'rsatadi.

Bozorni boshqarishda iqtisodiy, tashkiliy-ma'muriy va nihoyat, ijtimoiy-psixologik usullar qo'llaniladi.

Faqat, iqtisodchi V. Leontev ko'rsatganidek, eng muhimi bozorni o'zini-o'zi boshqarish bilan davlat tomonidan tartibga solishning optimal darajasini topishdir. Hozirgacha bu talabga ideal darajada javob beradigan davlat yo'q.

Bozor iqtisodiyotini tartibga solishda davlatning haddan tashqari aralashuvi bozor iqtisodiyotining deformatsiyalashuviga olib keladi.

**4. Deformatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti.** Ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan totalitar, markaziy rejalashtiriladigan tizim deformatsiyalashgan bozor iqtisodiyotiga eng yorqin misol bo'la oladi. U o'zining quyidagi jihatlari:

1. Turli mulk shakllariga asoslangan bozor sub'ektlarining yo'qligi.

2. Resurslarni taqsimlash haddan tashqari markazlashtirilib, tijorat faoliyatida mustaqillikning yo'qligi.

3. Ishlab chiqarishda monopoliyalarning hukmronligi.

4. Talab va taklif muvozanatining buzilishi, uning borgan sari kuchayib borishi.

5. Milliy ishchi kuchi bozorining yo'qligi.

6. Tovar-pul munosabatlarining deformatsiyalashuvi, nobozor munosabatlarning ustunligi.

7. Samarali xo'jalik faoliyati yuritishga intilishning yo'qligi, barcha sub'ektlar iqtisodiy manfaatlarining deformatsiyalashuvi va boshqalar bilan xarakterlanadi.

Natijada:

a) tovar taqchilligi kuchayadi;

b) iste'molchilarning tanlab olish imkoniyati tobora cheklana boradi;

v) «pinhoni iqtisodiyot», chayqov bozori tobora gullab-yashnab boradi.

Bozor iqtisodiyoti deformatsiyalashuvini tugatish orqaligina, bozorning rivojlanishi uchun normal sharoit yaratilgan taqdirdagina uning salbiy oqibatlarini tugatish mumkin.

Bozor iqtisodiyotining ibtidoiy hamda madaniylashgan bosqichlari o'rtasida katta farq mavjud. Bozor iqtisodiyoti etuklik bosqichiga ko'ra o'zining sifat belgilari bilan farq qiladi.

Bozor iqtisodiyotining mohiyati uning asosiy belgilarida namoyon bo'ladi. Ular quyidagilar:

1. **Bozor iqtisodiyoti mulkchilikning turli-tumanligiga asoslanadi.** Har qanday jamiyatning iqtisodiy asosi, iqtisodiy tizimi mulkchilikdan boshlanadi. Mul

egasi bo'lish yoki bo'lmaslikka qarab, jamiyatda har bir kishining mavqei, ya'ni sotsial maqomi yuzaga keladi.

Barcha mulk shakllari tengligini ta'minlash asosida mulk monopoliyasi (yakka hokimligi)ga yo'l qo'yilmaydi. Mulk shakllari cheklanmagan holda rivojlanadi. Mulk shakllariga xos tarzda xo'jalik yuritish usullari ham turli-tuman bo'lib, bu o'z navbatida birinchidan, har bir insonning tabiat in'om etgan aql-zakovati, farosati va boshqa xislatlariga ko'ra faoliyat turini erkin tanlash imkonini beradi. Mulkchilik turli shakllarining mavjudligi va ularning tengligi iqtisodiy plyuralizmning asosidir. Ikkinchidan, mulkchilikning turli-tumanligi jamiyatda raqobat kurashi bo'lishi uchun zarur muhit yaratadi. Bularsiz jamiyat taraqqiyotiga erishib bo'lmaydi (IV bob).

**2. Bozor iqtisodiyoti erkin iqtisodiyot.** Iqtisodiy faoliyat erkinligining asosi ishlab chiqarish omillari va yaratilgan tovarlarning mulk ob'ekti, mulk egalarning esa mustaqil bo'lishidir.

Har bir kishi mavjud qonunlarni buzmay xohlagan iqtisodiy faoliyati bilan shug'ullanishi mumkin. Buning uchun asos mulkchilikning turli-tumanligi va teng huquqligi qonuniy ravishda ta'minlangan.

**3. Bozor iqtisodiyoti yakka hokimlik (monopolizm)ni inkor etuvchi iqtisod.** Iqtisodiy monopolizm — korporatsiya, firma, tashkilot yoki davlatning iqtisodiyotda yoki biror sohada tanho hukmronlik qilishidir. Monopolizmning asosi iqtisodiyotda muayyan mulk shaklining tanho hukmronligidir. Monopoliya o'z tabiatiga ko'ra turg'unlikni paydo qiladi, tashabbusni chegaralaydi va hokazo. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyoti monopolizm bilan chiqisha olmaydi. U antimonopol yo'nalishga ega.

**4. Bozor iqtisodiyotida raqobat asosiy o'rin tutadi.** Raqobat bozor iqtisodiyotini harakatga keltiruvchi, tartibga soluvchi, nazorat qiluvchi kuch hisoblanadi. Raqobat kurashi mehnat unumini oshirishga, ish sifatini yaxshilashga, yangi texnika, texnologiyani joriy qilishga, iqtisodiy resurslarni kam sarflagan holda ularni samarali ishlatishga undaydi. Raqobat kurashida g'olib chiqish uchun aholi talabiga mos tovarlar ishlab chiqarishga, talabning o'zgarishiga tez moslashish zarur. Natijada raqobat kurashi iqtisodiyotni olg'a qarab rivojlanishiga olib keladi. Bu monopoliya mavjud bo'lgan taqdirda ham o'z bilganicha ish yuritishni bildirmaydi (X bob). Chunki raqobatni davlat tartibga solib turadi. Antimonopol kuchlar vujudga keltirilib, bozor iqtisodiyotining hamma sub'ektlari uchun bir xil imkoniyat yaratiladi. Ana shu imkoniyatdan qay darajada foydalanish ishbilarmonlikka bog'liq.

Bozor iqtisodiyotida bir tomondan, manfaatlar to'qnashib raqobat yuz bersa, ikkinchi tomondan, sub'ektlar o'z faoliyatini, demak, manfaatlarini bir-birlariga muvofiqlashtirishga intiladilar. Chunki faqat raqobatlashsalar ularning ishi yurishmaydi. Bu iqtisodiyotda ikki bir-biriga zid tomon. Iqtisodiy integratsiya ham iqtisodiy sub'ektlarning manfaatlarini moslashtirishga, murosaga kelishiga undaydi. Ishlab chiqarishdagi o'zaro bog'liqlik kuchayishi bilan integratsiyalashmay yaxshi foyda olish qiyin bo'lib qoladi. Ishlab chiqarish ixtisoslashuvining kuchayishi firma, korxonalarining bir-biriga bog'liqligini kuchaytiradi. Natijada ular o'rtasida doimiy ravishda tijorat aloqalari o'rnatiladiki, bunda sheriklariga pand bermaslik muhim rol o'ynaydi.

**5. Bozor iqtisodiyotida narxlar erkin, talab va taklif nisbati asosida shakllanadi.** Narx sotuvchi bilan xaridorning savdolashib kelishishi tufayli

belgilanadi. Bunda sotuvchi sarflagan xarajatlarini qoplab, foyda ko'rishni nazarda tutsa, xaridor eng yuqori naf ko'rishini o'ylaydi. Pul iqtisodiy aloqalarning asosiy vositasi hisoblanadi. Liberallashtirilgan narxlar sotuvchini ham, xaridorni ham hamisha narxni hisobga olgan holda, foyda-zararni nazarda tutgan holda faoliyat yuritishga olib keladi.

6. **Bozor iqtisodiyoti sharoitida bozor xaridorning izmiga bo'ysunadi.** Ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish xaridorning talab va ehtiyojiga qarab moslashishga majbur. Agarda moslashmasa, ya'ni talabga loyiq mahsulot ishlab chiqarmasa, xizmat ko'rsatmasa, u zarar ko'rish, hatto bor budidan ajralib qolishi mumkin. Bundan kelib chiqib tovar va xizmatlar to'kinligiga erishiladi. Tovarlarni to'kinligini ta'minlashda narxlarning erkinligi muhim rol o'ynaydi.

7. **Bozor iqtisodiyoti faoliyatlarini muvofiqlashtirish, boshqarishda ham o'ziga xos xususiyatlarga ega.** Unda o'z-o'zini boshqarish bilan davlat ta'sirini o'tkazishi qorishib ketadi.

Bozor iqtisodiyoti har qanday iqtisodiyot kabi iqtisodiy qonunlarning amal qilishi natijasida rivojlanadi. Bu qonunlar bir tomondan, umumiy iqtisodiy qonunlardan iborat bo'lsa, ikkinchi tomondan bozor iqtisodiyotining o'ziga xos qonunlaridan iborat.

Bozor iqtisodiyoti iqtisodiyotni tashkil etish, faoliyat yuritishning, uni tartibga solish va boshqarishning murakkab shakli bo'lib, avvalo u tovar-pul munosabatlariga asoslanadi. Ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar bozor orqali bog'lanadi, ularning hamkorligi ham bozor orqali ta'minlanadi.

Bozor iqtisodiyoti har bir insonni o'z faoliyatining natijasini o'ylab, hisob-kitob qilib, oqilona ish yuritishga undaydi.

Shunday qilib, bozor iqtisodiyotiga qisqacha ta'rif bermoqchi bo'lsak, uni quyidagicha ifodalash mumkin: **Bozor iqtisodiyoti tovar-pul munosabatlari, iqtisodiy faoliyat erkinligiga asoslangan, har bir insonni o'z faoliyati natijasini o'ylab, oqilona xo'jalik yuritishga undovchi demokratik iqtisodiyotdir.**

Bozor iqtisodiyotining mohiyati va belgilarini umumiy tarzda ko'rib chiqdik. Kelgusi boblarda yanada batafsilroq ko'ramiz. Bu bizga bozor iqtisodiyotini yanada chuqurroq o'rganishga yordam beradi.

**Bozor iqtisodiyotining ob'ektlari va sub'ektlari** Bozor iqtisodiyoti tovar-pul munosabatlariga, aloqalariga asoslanar ekan, uning ob'ekti hamda sub'ektlari mavjud.

Bozor iqtisodiyotining ob'ektlari — bu munosabatlar, aloqalar nimaga nisbatan yuz berishini ifodalasa, sub'ektlari ana shu munosabatlar, aloqalar kimlar o'rtasida bo'lishini ifodalaydi.

**Bozor iqtisodiyotining ob'ekti tovar hamda puldir.**

Bozor iqtisodiyoti tovar ishlab chiqarishga asoslangan iqtisodiyotdir. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyotining markaziy kategoriyasi tovar va pul.

Hozirgi paytda bozor iqtisodiyotining yana bir ob'ekti sifatida pul massasi yoki agregatlari tushuniladi.

**Bozor iqtisodiyotining sub'ektlari**

Bozor iqtisodiyotining sub'ektlari tadbirkorlar, ishchilar, kapital, qimmatbaho qog'oz egalari, tijoratchilar, iste'molchilar va hokazolardan iborat.

Bu sub'ektlar teng huquqli bo'lib, bir-biri bilan maqsadi, hamkorlikka undovchi manfaatlarini, tovar va xizmatlar harakatini tashkil etish shakli va xarakteri jihatidan bog'langan.

Bozor iqtisodiyotining asosiy sub'ektlari iqtisodiy adabiyotlarda to'rt guruhga bo'linadi: *uy xo'jaligi, firma (korxonona), moliyaviy institut va davlat (hukumat)*.

1. **Uy xo'jaligi.** Uning tarkibi bir yoki bir necha kishidan iborat iqtisodiy birlik — oiladan iborat.

Uy xo'jaligi:

a) ishlab chiqarishni mehnat resurslari bilan ta'minlaydi;

b) mustaqil qarorlar qabul qiladi;

v) ishlab chiqarish omillarining: kapital, yer, mehnat, tadbirkorlikning egasi hisoblanadi;

g) o'z xo'jaligi ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga intiladi.

2. **Korxonalar (xo'jalik, firmalar)** iqtisodiy faoliyat yurituvchi xo'jalik sub'ektlari bo'lib:

a) ishlab chiqarish omillaridan biron-bir mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish maqsadida foydalanadilar;

b) maksimal darajada foyda olishga harakat qiladilar;

v) mustaqil ish yuritadilar.

3. **Moliyaviy institutlar** — bozorning, korxonalarning normal faoliyat yuritishini ta'minlash uchun pul massasi, moliyaviy resurslar harakatini tartibga soluvchi moliya, kredit tashkiloti hisoblanadi.

4. **Davlat, aniqrog'i, davlatning barcha idora, mahkama, tashkilotlari.** Ular umumiy maqsadga erishish uchun huquqiy va siyosiy hokimiyat orqali xo'jalik sub'ektlari va bozorni zarur darajada nazorat qiladi. Shu bilan birga ishlab chiqarish va iste'mol bilan ham shug'ullanadi.

Bozor iqtisodiyoti sub'ektlari o'zaro aloqaga kirishadilar. Ish kuchi, yer, kapital va boshqa vosita egalari ularni korxonona, firmalarga sotadilar. Ular o'z navbatida ishlab chiqarish omillarini ishlatib, tovar yaratadilar, xizmat ko'rsatadilar.

Ularning o'zaro ta'siri quyidagicha:

Umuman olganda, butun jamiyat a'zolari bir tomondan, ishlab chiqaruvchi (xizmat ko'rsatuvchi), ikkinchi tomondan, iste'molchi. Bozorda esa sotuvchi hamda xaridor sifatida namoyon bo'ladilar.

## 2-§. Bozor iqtisodiyoti umuminsoniy iqtisodiyot

Jamiyat insonlardan tarkib topar ekan, ularning har birini o'z shaxsiy hayoti, hayotdan maqsadi, orzusi mavjud. Har bir kishi jamiyatda yashaganligi tufayli bu orzu-maqsadlarni amalga oshirish jamiyat orqali sodir bo'ladi. Pirovard natijada har bir kishining taqdiri jamiyat va undagi hukmron sotsial-iqtisodiy tizim bilan bog'liq bo'ladi.

Har bir inson farovon yashashga, kishilar o'rtasida obro'-e'tibor qozonishga, qolaversa o'zidan so'ng tarixda nom qoldirishga intiladi.

Tadqiqotchi-psixologlarning fikricha insoniyatning asosiy qismi farovon yashash uchun harakat qilar ekan. Turmush farovon bo'lishi uchun turli-tuman ne'matlar mo'l-ko'l bo'lishi kerak. Bunday mo'l-ko'llikni yuqori darajadagi mehnat unumdorligi ta'minlaydi.

Kishilik jamiyati o'z taraqqiyoti davomida mehnat unumini oshirish uchun insonni mehnatga jalb qilishning turli yo'llarini qo'llagan. Ularni asosan 3 guruhga bo'lish mumkin:

- a) mehnatga majbur qilish;
- b) mehnatga iqtisodiy rag'batlantirish;
- v) mehnatga ma'naviy rag'batlantirish.

Bu usullar birgalikda qo'llanib kelingan, lekin tarixiy rivojlanish bosqichlarida, turli sotsial-iqtisodiy tizimlarda ularning nisbati turlicha bo'lgan.

Inson ongida har doim o'z mehnat faoliyatini baholovchi psixologik jarayon sodir bo'lib turadi. U o'z ishining natijasini baholanishini, taqdirlanishini doimo tahlil etadi. Agar mehnatini taqdirlanishidan ko'ngli to'lmas ekan, hafsalasi pir bo'ladi, ishga qo'li bormaydi. Har bir insonning mehnat qilishi va mehnati munosib taqdirlanishi jamiyat taraqqiyotida muhim rol o'ynaydi.

Insonning fe'l-atvoriga to'g'ri keladigan mehnatga jalb qilish-ning eng ma'quli mehnatga iqtisodiy rag'batlantirish ekan. Bu usulni ustun darajada bozor iqtisodiyoti sharoitidagina keng qo'llashga imkoniyat yaratiladi. Mulkning turli-tumanligi va teng-ligi, raqobat kurashi, iqtisodiy faoliyat erkinligi buning uchun asos yaratadi. Har bir insonning hayot tarzi, turmush darajasi, eng avvalo uning topgan daromadiga bog'liq.

Umuman olganda daromad olishning ikki yo'li mavjud:

1. Mehnat evaziga.
2. Mulki evaziga.

Mehnat evaziga olinadigan daromad mehnatni iqtisodiy rag'batlantirish bilan bog'liq. Mehnat evaziga daromad topish hozirgi paytda ham asosiy o'rinda turadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir inson o'z aqli, zakovati, salohiyati, malakasi, qiziqishi, tajribasiga qarab xohlagan mehnat faoliyati bilan shug'ullanish imkoniga ega.

Kishilik jamiyati taraqqiyoti tarixi bozor iqtisodiyotining umuminsoniy iqtisodiyot ekanligini ko'rsatdi. Chunki, bozor iqtisodiyoti jamiyat a'zolarining asosiy maqsadi farovon hayot kechirishni amalga oshirish uchun zarur imkoniyat yaratish bilan boshqa iqtisodiy tizimlardan ustun turadi.

Uning eng muhim afzalligi har bir kishini mehnat unumini oshirish uchun rag'batlantiradi.

«Faqat uyushgan bozorgina bugungi kunda xalqning ijodiy va mehnat imkoniyatlarini ochib bera oladi, boqimandalikka xotima beradi, tashabbuskorlik va ishbilarmonlikni rivojlantira oladi, rag'batlantirishni va yo'qotilgan xo'jayinlik tuyg'usini qayta tiklaydi»<sup>1</sup>.

Bozor iqtisodiyotida daromad manbalaridan biri mulk hisoblanadi. Mulk egalari o'z mulklarini daromad topish maqsadida ishlata ekan, u o'z navbatida mulkdan asrab-avaylab foydalanishga, eng samarali variantlarini topib ishlatishga undaydi.

Bozor iqtisodiyotining afzalliklaridan biri resurslarni samarali taqsimlanishini ta'minlashdir.

Bozor iqtisodiyoti cheklangan resurslarni taqsimlash va ishlatishda almashuvga asoslanar ekan, eng avvalo zarur tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni yuqori darajada samarali bo'lishini ta'minlaydi. Kuchli raqobat kurashi sharoitida har bir iqtisodiy faoliyat yurituvchi o'z mavqeini saqlab qolishga harakat qiladi. Ishlab chiqaruvchilar esa bunday sharoitda iloji boricha ko'proq harakat qilishadi. Buning asosiy yo'li ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirishdir.

Faqat bozorgina tejimli xo'jalik yuritishning kuchli oqilona jihatlarini yaratadi, xarajatlarni kamaytiradi, talon-toroj va lapashanglikka qarshi kurashadi<sup>1</sup>.

Xarajatlarni pasaytirishga esa mehnat unumdorligini oshirish, fan-texnika yangiliklarini ishlab chiqarishga joriy qilish orqali erishiladi. Har bir ishlab chiqaruvchining resurslarni tejashga intilishi, ularni samarali taqsimlanishini ta'minlaydi.

O'zgarayotgan sharoitga yuqori darajada tezda moslashuvchanlik ham bozorning ustunligi hisoblanadi.

Bozor mexanizmi yuqori darajada samarali tarzda zarur tovarlar ishlab chiqarishi va xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yadi. Chunki, jamiyat talabiga mos bo'lmagan tovarlar realizatsiya qilinmaydi. Natijada uning egalari sarflangan xarajatlarini qoplay olmaydilar, zarar ko'radilar. Ana shu xatar har bir ishlab chiqaruvchini bozordagi talabga tezda moslashishga majbur qiladi.

Natijada ana shu ishlab chiqarish tarkibi va hajmi talab asosida shakllanadi va unga binoan resurslar ham taqsimlanadi.

«Faqat bozorgina ishlab chiqarishni iste'molchining manfaatlariga bo'ysundirish, mahsulotga bo'lgan talabni aniq hisobga olish, kon'yunktura o'zgarishlariga qarab tezlikda ish tutish imkoniyatini beradi»<sup>2</sup>.

Fan-texnika yutuqlaridan maksimal darajada foydalanish novatsiyaga moyilligi bozor iqtisodiyotining yana bir ustunligidir.

Raqobat kurashi natijada bankrot bo'lmaslik, sinmaslik uchun har bir ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi boshqalarga nisbatan kamroq xarajat qilishga, sifatliroq mahsulot ishlab chiqarishga, yangi turdagi tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishga intiladi. Bu maqsadlarga erishishda asosiy rolni fan-texnika yangiliklari o'ynaydi. Shuning uchun bozor mexanizmi yangiliklar qidirish, ixtirolar qilish, ularni ishlab chiqarishga joriy qilishga doimiy amal qiluvchi stimulyat yaratadi.

«Faqat bozorgina yangiliklarga sezgir qiladi, fan va texnikaning eng so'nggi yutuqlarini dadil va g'ayrat bilan joriy etadi, o'z ishining ustasiga, kasb-mahoratiga munosib baho beradi»<sup>3</sup>.

Bozor iqtisodiyoti turli-tuman ehtiyojlarni qondirish tovar va xizmatlar sifatini yaxshilash imkoniyati kengligi bilan ham ajralib turadi. Bozor iqtisodiyotini yuqorida va boshqa boblarda sanab o'tilgan belgilari tovarlar va xizmatlar to'kinchiligini yuzaga keltiradi. Bu o'z navbatida xaridorlarni tanlab olish imkoniyatini kengaytiradi. Bozor iqtisodiyotining boshqa boblarda ham ko'rilgan ijobiy tomonlari iqtisodiyotning jadal rivojlanishini ta'minlaydi. Uni umuminsoniy iqtisodiyotga aylantiradi.

Bozor iqtisodiyoti shubhasiz afzallikka ega, lekin uni har qanday kamchilik va qarama-qarshiliklardan holi ideal mexanizm deb qarash xato, bozor iqtisodiyotini xolisona baholashdan yiroq. Uning o'ziga xos kamchiliklari, zaif tomonlari mavjud:

1. Bozor iqtisodiyoti qayta tiklanmaydigan resurslarni asrash, tabiatni muhofaza qilish, atrof-muhitni talab darajasida saqlashni, ekologik muvozanatni ta'minlashni yuzaga chiqarmaydi.

2. Ish bilan va narxlar darajasi stabiligini kafolatlamaydi.



3. Fanda fundamental tadqiqotlar olib borish imkoniyati cheklanadi. Tezda foyda keltirmaydigan, lekin ilm-ma'rifat, kelajak uchun muhim bo'lgan tadqiqot, nazariy izlanishlar rag'batlantirilmaydi.

4. Foyda keltirmaydigan yoki zarar keltiradigan, jamiyat uchun zarur bo'lgan, lekin sarflangan xarajatlar tezda qoplanmaydigan, katta mablag'lar talab qiladigan, jamoa birgalikda foydalanadigan tovar va xizmatlar ishlab chiqarish rag'batlantirilmaydi.

5. Aholini tabaqalanishini kuchayishiga olib keladi.

6. Narxlar pariteti (qaychisi) sanoat foydasiga hal bo'ladi.

Yuksak rivojlangan bozor iqtisodiyotida ana shu kamchiliklarni cheklash uchun davlat tomonidan chora-tadbirlar belgilanadi.

Bozor iqtisodiyoti va bozor munosabatlarining buyuk kuchi shundaki, u kishilar mehnat faoliyati aktivligini uzluksiz tarzda ta'minlaydi. Mavjud resurslardan asrab-avaylab foydalanishga, novatsiyaga intilishga, har bir ishga qo'l urishdan avval natijasi qanday bo'lishini puxta o'ylashga, oqilona tavakkalchilikka undaydi. Natijada uning eng asosiy afzalligi bozorning to'kinligini ta'minlashi namoyon bo'ladi.

### 3-§. Noaniqlik bozor iqtisodiyotining yo'ldoshi

Bozor iqtisodiyotini nazariy jihatdan o'rganar ekanmiz, biz uni shartli ravishdagi abstrakt modelini yaratamiz. Jumladan bozor iqtisodiyoti sharoitida axborot simmetrik tarzda taqsimlanadi, ya'ni bozorda qatnashuvchi sub'ektlarning barchasi axborot olishda teng imkoniyatga ega. Noaniqlik yo'q, shuning uchun resurslar va mablag'lar eng samarali tarzda ishlatiladi deymiz.

Lekin real hayotda mukammal raqobat modeli buziladi, axborotni asimmetrik tarqalishi yuz beradi. Axborotni asimmetrik tarqalishi deganda bozorda qatnashuvchi sub'ektlarning axborot olishdagi teng imkoniyatini buzilishi, shu axborotdan manfaatdor ayrim sub'ektlarning boshqalarga nisbatan ustun mavqega ega bo'lishlari tushuniladi.

Axborotni asimmetrik tarqalishining ob'ektiv asoslari mavjud:

1. Bozor aloqalarida o'z mulki doirasida iqtisodiy alohidalashgan, o'z manfaatiga ega xo'jalik yurituvchi sub'ektlar qatnashadilar. Ular tabiiy zarar ko'rib, mulklaridan ajrab qolmaslik uchun harakat qilishadi. O'z-o'zini saqlash instinkti odamga tabiatan berilgan. Uni hech Kim, xech qanday cheklovlar yo'q qila olmaydi. Yashash uchun kurash raqobatda engilmaslikka undaydi. Buning uchun esa ko'proq foyda olish zarur.
2. Insonning ehtiyojlari cheksiz. Ehtiyojlarni qondirish uchun zarur bo'lgan ne'matlarni ishlab chiqarish uchun zarur resurslar esa cheklangan. Inson yana o'z manfaatidan kelib chiqib, ko'proq ne'matlarga ega bo'lgisi keladi. Ayniqsa bozor iqtisodiyoti sharoitida insonning jamiyatdagi o'rni, mavqei, obro'si, imkoniyatlari ko'p jihatdan mulkchilik nuqtai nazaridan nazaridan baholanar ekan, o'z-o'zidan kishilar o'z mulklarini yo'qotmaslik, iloji boricha ko'paytirish harakatida bo'lishlariga olib keladi.

Bu maqsadlarni qay darajada amalga oshishi esa ko'p jihatdan axborotga ega bo'lishga bog'liq. Shuning uchun har bir kishi iloji boricha axborotga boshqalarga qaraganda avvalroq ega bo'lish., olgan axborotini sir saqlashga,

undan imkoni boricha o'z manfaatini ko'zlab foydalanishga intiladi. Mana shu harakat axborotni assimetrik tarqalishiga olib keladi.

Axborotni assimetrik tarqalishi tufayli **noaniqlik** – yuz berishi mumkin bo'lgan o'zgarishlar haqida axborot etishmovchiligi yuz beradi.

Iqtisodiy nazariyada iqtisodiyotdagi **noaniqlik** haqida turlicha qarashlar mavjud.

Bir guruh neoklassik yo'nalishdagi iqtisodchilar fikricha, noaniqlik iqtisodiy sub'ektlarga ratsional tarzda tanlash, qaror qabul qilishga to'siq bo'ladi. Resurslardan samarali foydalanishga yo'l bermaydi.

Ikkinchi guruh iqtisodchilar fikricha esa aksincha bozorning qudrati ham shundaki, axborotni dastlab tor doiradagi kishilargagina nasib qilishi undan to'g'ri foydalana bilishni o'rganishda namoyon bo'ladi. Ana shunday qarash tarafdorlaridan F.A. Xayek fikricha foyda, naf faqat shunday, axborotga xamma ham birday ega bo'lmagan holatdagina vujudga keladi.<sup>1</sup> Boshqalar xam to shu axborotga ega bo'lgunga qadar foyda olish imkoniga ega bo'ladi.

Har ikki guruh iqtisodchilar fikrida ham jon bor. Bozordagi noaniqlik, axborotni assimetrik tarqalishi bu bozor (bozor iqtisodiyoti)ning kamchiliklaridan biri. Ana shu kamchilik nima bilan bog'liq? degan savol tug'iladi.

Birinchilan, zarur axborotga ega bo'lganlar, boshqalarga qaraganda ustun mavqega, qo'shimcha naf, foyda olish imkoniga ega bo'ladi. Shuning uchun ham hozirgi paytda N. Vinerning «Kimki axborotga ega bo'lsa, dunyoni tebratadi», degan iborasi mashhur bo'lib, tez-tez ishlatilmoqda.

Ikkinchidan, axborot asimmetriyasi tufayli internal (ichki) effekt, ya'ni shartnoma qatnashchilari tomonidan tuzilgan bitimlarda aks etmagan olinadigan foyda yoki xarajatlar yuzaga keladi. Unga ko'plab misollar keltirish mumkin. Masalan, iste'molchi tovar sotib oldi, lekin u sifatsiz ekan. Repititor ingliz tilini ikki oyda o'rgataman deb, xizmat haqqini oldi, lekin va'dasini ustidan chiqmadi, Ishga yollovchi o'z malakasini o'zi mustaqil oshirgan ishchini ishi natijasidan bahramand bo'layapti, lekin unga ish haqqini oshirgani yo'q.

Misollardan ko'rinib turibdiki, bitim shartlari buzulmoqda, yoki ular bitimda aks etmagan. Ana shu internal effektini vujudga kelishiga sabab nima? Nima sababdan odamlar aldanishgani yoki iste'molchilik huquqi buzilganini bilgach, aybdorni jazolashga harakat qilishmaydi? Hamma gap shundaki, buning uchun ham axborot kerak. 100% axborot to'plash uchun transaksion<sup>2</sup> xarajatlar juda yuqori bo'lishi mumkin. Olingan naf, ko'rilgan foyda esa bu xarajatlarni qoplay olmaydi.

Sotib olinayotgan tovarni sifatini oldindan qanday bilishimiz mumkin? Sifat sertifikatini oldindan so'rash mumkin. Agar sertifikat noqonuniy yo'l bilan olingan bo'lib, qalbaki bo'lsa-chi?

Tovarni ishlab chiqargan firmaga telefon qilib yoki xat bilan murojaat qilish, iste'molchi xuquqini buzgani uchun sudga murojaat qilishi va boshqa yo'llarni tanlash mumkin. Lekin bunday tadbirlar uchun sarflangan vaqtga olingan natija arzimastligi mumkin, ya'ni vaqt nisbatan yuqori muqobil qiymatga

<sup>1</sup> Xayek F. Pagubnaya samonadeyannost'. M. «Novosti» 1992, s. 156-157

<sup>2</sup> Transaksion xarajatlar-umumiy tarzda shartnoma, bitimlar tuzish uchun sarflanadigan vaqt, mehnat, vositalar uchun xarajatlardir.

ega bo'lishi mumkin. Shuning uchun odamlar ko'pincha aldanishganini bilishsa ham indamay qo'yaqolishadi. Har birimiz «Olgan puling osh bo'lmasin» yoki «Egin, ichgin, to'ymagin!» deya noroziligimizni bildirib qo'ya qolamiz.

Shunday qilib, axborot asimmetrikligi tufayli bozor mexanizmini amal qilish printsipti buziladi. Sababi, narx haqidagi signal real ahvolni ifodalamay qo'yadi, real vaziyatni ko'rsatmaydi. Klassik misol tariqasida g'arbda juda ko'p iqtisodiy darsliklarda amerikalik iqtisodchi Jorj Akerlofning ishlatilgan avtomobillar bozorida vaziyatni bayon qiluvchi «Limonlar bozori» (1970y) nomli maqolasida keltirilgan holat ko'rsatiladi.

Bozorda ishlatilgan, lekin ahvoli yaxshi avtomobillar mavjud. Bunday avtomobillarga xaridor 6000 doll. to'lashga tayyor. Sotuvchi esa 5000 dollardan yuqori har qanday narxga rozi.

Lekin bozorda boshqa sotuvchilar deffektli avtomobillar – «limonlar» (amerikaliklar jargonida)ni sotishga xarakat qilishayapti. Ularga xaridorlar 2000 dollardan ortiq pul berishsa bo'ldi. Xaridorlar esa 3000 dollardan ortiq haq to'lamoqchi emas. Agar axborot simmetrik tarzda tarqalganda edi, birinchi guruxlar uchun ham, ikkinchi guruxlar uchun ham bozor, hamda o'z guruhi uchun bozor bahosi amal qilgan bo'lardi. Hamma gap shundaki, simmetriya yo'q.

Faqat sotuvchigina o'z mashinasi haqida hamma narsani biladi. Xaridor esa hech narsani bilmaydi. Natijada o'rtacha baho 4500 doll. o'rnatiladi:  $(6000+3000):2=4500$ doll. Bunday baho bilan yaxshi mashina egalari o'z mashinalarini sotishmaydi, «Limonlar» esa real bahosidan yuqori narx bilan sotiladi. «Limonlar» bozordan sifatli tovarni siqib chiqarishadi. Bu xolat iqtisodiy nazariyada «nobop tanlov» deb yuritiladi. Aynan ana shunday tanlovni amalga oshishidan manfaatdor shaxslar axborotni assimetrik tarqalishidan manfaatdor.

Xuddi shunday holatni sug'urta jarayonida ham ko'rish mumkin. Bunda ham sug'urta qildirayotganlar nimani sug'urta qildirishsa uni holatini boshqalardan yaxshi bilishadi. Sug'urta qildirishda esa har bir sug'urta qildiruvchi o'z manfaatidan kelib chiqib ko'proq sug'urta puli olishni ko'zlaydi.

Ikkinchi tomondan, sug'urta qildirganlar ko'pincha sug'urta qilingan ob'ektga nisbatan befarqliklarini kuchaytirishlari mumkin. Masalan, avtomobilini sug'urta qildirganlar endi avvalgidek ehtiyot choralarini ko'rishga urinmaydi. Sug'urta kompaniyalari ehtiyot choralari ko'rishga rag'batni yo'qolishi bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlar qilishlariga to'g'ri keladi.

Oxir oqibat shunday holat kelib chiqishi mumkin-ki, sug'urta faoliyati xarajatlarni qoplay olmay qoladi. Lekin sug'urta faoliyati jamiyat uchun zarur.

Axborot asimmetriyasi doimo mavjud bo'ladi. Chunki bozor iqtisodiyoti raqobatga tayanar ekan, raqobatda g'olib chiqish yoki hech bo'lmaganda yutqazmaslik bu insonning tabiat tomonidan berilgan muhim xislati - o'zini saqlash instinkti bilan bog'liq.

Bozorda hamma aldanishdan, zarar ko'rishdan qo'rqadi. Sotuvchi mahsulotini iloji boricha qimmatroqqa sotishga, xaridor esa arzonroqqa olishni istaydi.

Tovar ishlab chiqaruvchi kelajakda talabni qanday o'zgarishini oldindan sezish, payqashga harakat qilib, tovarga talab yuqorilik paytida ko'proq ishchilab chiqarib yuqori narxga sotish uchun harakat qiladi. Shu bilan birga raqobatchilar

ham shunday tovarlarni ishab chiqarayotgan bo'lib, u orqada qolgan bo'lishi o'z tovarlarini arzimagan pulga sotishi mumkin. Raqobatni kimni foydasiga hal bo'lishi aynan axborotni kimni qo'lida bo'lishi va unlan qay darajada mohirlik bilan foydalagishiga bog'liq. Shuning uchun natijasi noaniq. Noaniqlik esa odamlarni o'z iqtisodiy faoliyatlarida tavakkal qilishga majbur qiladi. Uning natijasi ham noaniq.

Shunday qilib axborot asimmetriyasi nobop tanlov bilan birga yana bir salbiy oqibat **tavakkalchilik xatari** kelib chiqishiga ham sabab bo'ladi. **Tabiiy xavf-xatar doimo bo'lganidek**, noaniqlik bozor iqtisodiyotining doimiy yo'ldoshi ekan, **iqtisodiy xavf-xatar ham doimo u** yoki bu darajada majud bo'ladi. Bozor munosabatlari rivojlanishi bilan esa uning sub'ektlari faoliyatida noaniqlik, iqtisodiy muhitni o'rtib boradi.

Bozor sub'ektlari iqtisodiy erkin faodiyat yuritish imkoniga ega. Dunyoda hamma narsaning to'lovi bo'lganidek, iqtisodiy erkinlik ham shunday to'lovni talab qiladi. Bunday to'lov iqtisodiy xatarni mavjudligi, faoliyat yuritish uchun bozor sub'ektlari iqtisodiy risk qilishga majbur bo'lishlarida ifodalanadi. Bu yerda shuni qayd etish kerak-ki, bozor iqtisodiyotida ham to'la erkinlik bo'lishi mumkin emas, chunki faoliyat yuritish uchun boshqa bozor sub'ektlari bilan aloqada bo'lar ekan, ilojiy ularning ham fikri, manfaati, talabi bilan hisoblashishga majbur. Lekin bozor iqtisodiyotida xo'jalik yuritish uchun etarli darajada erkinlik mavjud bo'ladi. Bu erkinlik esa tavakkalchilik xatari bilan bog'liq. Chunki bozordagi vaziyat doimo ehtimollik xarakteriga ega. Shchuning uchun ham iqtisodiy risk bozor mexanizmining amal qilishidan kelib chiqadi.

Risk, tavakkalchilik bu - noaniqlik vaziyatidan o'tib, qo'yilgan maqsad uchun, kutilayotgan natija qanday yakunlanishidan qat'iy nazar, faoliyat boshlashga muqobil variaantlardan birini tanlab qaror qabul qilish va uni amalga oshirishni ifodalaydi.

Rejali iqtisodiyotda risk muammosiga etarli ahamiyat berilmagan. Bu termin juda kam ishlatilgan. Hozirgi paytda ko'rib o'tganimizdek, bozor iqtisodiyoti sharoitida noaniqlik uning yo'ldoshi bo'lar ekan, muvofiq ravishda risk so'zi ham tez-tez ishlatilmoqda.

Risk so'zi murakkab ma'noga ega bo'lib, mashhur rus olimi, Peterburg Fanlar akademiyasining faxriy a'zosi (1863) V.I. Dalning riskni tadbirkorlik bilan bog'lab, oxiri yaxshilik bilan tugashiga umid bilan tavakkal qilib ish yuritish tarzida talqin qiladi. Tilshunos olim Ojegov S. I. esa yuz berishi mumkin bo'lgan xavf, muvaffaqiyatli natijaga xavf soluvchi xatar sifatida ta'riflaydi. Risk so'zi o'zbek tilida 1) xavf, xavf-xatar, tahluka, qaltis ish; 2) tavakkal, tavakkalchilik tarzida tarjima qilinadi. Birinchisi bo'yicha falokat, halokat, baxtsiz hodisaning yuz berish xavfi ma'nolari ustun darajada bo'lib, ikkinchisida uzoq mulohaza qilib o'ltirmay, nima bo'lsa bo'ldi qabilida ish yuritish, yoki butun umidni xudoga bog'lab, har ish xudodan deb, yaxshilik bilan tugashiga umid qilib, xudoga ishonib ish yuritish ma'nosida qo'llaniladi. Lekin bir so'z bilan natijasi noaniq faoliyat, yaxshilik bilan tugashiga umid qilingan tavakkalchilik, muvaffaqiyatli natijaga xavf soluvchi xatar, zarar keltirishi mumkin bo'dgan faoliyat sifatida aynan zarur tarzda ifodalash imkoniyati bo'lmagan hollarda iqtisodiy adabiyotlarda ifodalanayotgan fikrning ma'nosiga ko'ra o'zbek tilida ham risk so'zi ishlatilmoqda.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida axborot assimetriyasi doimo mavjud bo'lar ekan, uning salbiy oqibatlarini oldini olish yoki yumshatish uchun chora-tadbirlar belgilash zarur.

Birinchidvn, respublikamizda, ayniqsa viloyatlarda xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni axborot bilan ta'minlanishini yaxshilash lozim. Hozirgi paytda axborotlar turli-tuman manbalardan olinadi. Ularning manbalari rasmiy va norasmiy bo'lishi mumkin. Axborotga bo'lgan talabni rasmiy kanallar bilan ta'minlash uchun respublikada, ayniqsa viloyatlarda hali ko'p ishlar qilinishi kerak.

Rasmiy axborotlar fond birjalari, tovar, xom ashyo birjalari gazeta, jurnal, radio, telkvidenie, turli maxsus reklama nashrlari, global kompyuter tarmog'i internet, O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi, O'zbekiston axborotlashtirish va aloqa agentligi chop etadigan maxsus ma'lumotlar to'plami va boshqalardan olish mumkin. Hozirgi kunda ayniqsa internetdan foydalanishga katta ahamiyat berilayapti. Internet tarmog'idan foydalanayotganlar 2003 yili avvalgi yilga nisbatan 2 baravar o'sib, 0,5 mln kishiga etdi. Lekin hali respublikamizda axborot bozori to'la shakllanib ulgurgani yo'q. Shuning uchun tumanlarda xizmat ko'rsatishning shakli sifatida axborot markazlari tashkil qilish kerakki, ular murojaat qiluvchilarni qiziqtirgan barcha axborot bilan ta'minlash imkoniga ega bo'lsinlar.

Ikkinchidan, tavakkalchilik natijasida katta zarar, tang ahvoldan chiqishga yordam olish chorasini ko'rish zarur. Bu tavakkalchilik xatari boshqacha aytganda riskni sug'urtalash orqali amalga oshiriladi.

Bu sug'urta turi xo'jalik sub'ektlari qiyin ahvolga tushib qolgan taqdirda ularni zararlarini qoplashga yordam beradi. Shu bilan birga sug'urta faoliyatida yuz beradigan axborot assimetriyasi davlatni sug'urta faoliyatini tashkil etish va amalga oshirishga aralashuvini taqozo etadi.

Uchinchidan, respublikamizda axborot assimetriyasi tufayli kelib chiqadigan salbiy oqibatlarni kamaytirish uchun antimonopol, iste'molchilarni huquqini himoya qiluvchi qonunlar qabul qilingan. Lekin olinadigan foyda, nafdan ko'ra transaksion xarajatlarni yuqoriligi ana shu qonunlar asosida iste'molchilarni o'z huquqlarini himoya qilishga undamaydi. Shuning uchun bu sohada faoliyatni tashkil etish va amalga oshirishda Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining faol aralashuvini talab etadi.

#### 4-§. Bozor iqtisodiyotida chayqovchilik

Bozor iqtisodiyotiga xos axborot assimetriyasi noaniqlik u o'z navbatida olib-sotarlik va chayqovchilik mavjudligiga sabab bo'ladi.

Olib-sotarlik – bu shunday faoliyatki, maqsad biron-bir tovarni bir bozordan olib boshqasida yoki bozorning boshqa sigmentida nisbatan yuqori narx bilan sotish orqali foyda olishdir. Olib sotarlik bozorda muvozanat yo'qligi, talab va taklif o'rtasida disbalans sharoitida yuz berishi mumkin. Iqtisodiy faoliyatning bu turi rangli metallar, qimmatli qogozlar, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida eng ko'p yuz beradi. Olib-sotarlik hududiy miqyosida baholarni farqi tufayli kelib chiqadi.

Olib sotarlikdan farqli ravishda chayqovchilik bir tovarni sotib olib shu bozorni o'zida ma'lum vaqtdan so'ng yuqori bahoda sotib foyda olishni

bildiradi, ya'ni chayqovchilik baholarni vaqt oralig'idagi farqiga asoslanadi. Olib sotarlik va chayqovchilik bilan shugullanadiganlar tavakkalchilik xatarini bila turib riskka borishadi. Real hayotda har ikki faoliyat birlashib, ko'pincha umumiy nom "chayqovchilik" deb ataladi. Chayqovchilik faoliyatini tahlil qilganda muhim ahamiyatga ega uch usuliga e'tibor qaratiladi.

Birinchi usul – bu tovarni sotib olish, uni saqlash, ma'lum bir vaqtdan so'ng sotish. Chayqovchi tovarni sotib olar ekan, uni ma'lum bir vaqtdan so'ng narxini ko'tarilishini taxmin qiladi. Agar narx ko'tarilmasa u zarar ko'radi.

Ikkinchi usul - fyuchers kontraktlari tuzish. Bunda kelgusida bitim tuzilgan kundagi narx bo'yicha oldi-sotdi qilish majburiyati ko'zda tutiladi. Tovar etkazib berilgan muddatdagi narxga ko'ra broker yoki xaridor foyda ko'rish mumkin. Qimmatli qogozlarda ham xuddi shunday.

Uchinchi usul - opsiyon kontraktlari tuzish. Opsion shunday kontraktki – unga asoslanib, investor kelajakda ma'lum miqdorda tovarni shu kungi baho bo'yicha sotib olish huquqini sotib oladi. Uning o'ziga xos xususiyati shundaki, u o'z xuquqini amalga oshirishi yoki yo'qligi vaziyatga bog'lik holda yuz beradi. Masalan, siz "O'zavtotranstexnika" OAJ aksiyalari kelajakda qimmatlashadi deb, 1050 so'mdan 630 dona aksiya sotib olish uchun 15 iyul 2004 yili bir yilga kontrakt tuzdingiz. Sizga birja vositachisi ko'rsatilgan muddatga qadar aksiyalarni shu narxda sotishi kerak. Siz agar bozorda aksiya narxlari oshsa sotib olib, bozordagi shu kungi real bahoda sotib foyda olasiz. Aksincha bo'lsa siz o'z huquqingizni realizatsiya qilmaysiz. Lekin shartnoma tuzgandagi vositachiga gonorar sifatida bergan pulingizdan ayrilasiz.

Opsion kontrakti fyuchers kontraktiga nisbatan kamroq xatarli, sababi, yo'qotadigan mablag' faqat vositachining gonorari miqyosida bo'ladi. Bu jihatdan uni ma'lum bir darajada sug'urta elementi deb ko'rish mumkin.

Muddatli kontraktlar (fyuchers, opsiyon) ni xedjirlash orqali oldi-sotti jarayonida baholarni o'zgarishidan sug'urtalash amalga oshiriladi. Investorning moliyaviy aktivlari qimmatini maksimal darajada saqlab qolish yoki sotishiga bir yoki bir necha muddatli kontraktlar tuzish orqali amalga oshiriladi.

Masalan, xedjer biron bir aktiv, aytaylik uni qiziktirgan "Toshkent otchopari" OAJ ning aksiyalarini bahosini tushishidan qo'rqadi. Uni bir aksiyani 2,8 dollar bahosi qoniqtiradi. U aktivlarini qiymati uch oydan keyin ham pasayishini hohlamaydi. Buning uchun u qarama-qarshi 2 fyuchers shartnomalari tuzadi. Bitta shartnoma aksiyalarni 3 oydan so'ng 3 dollardan sotishga, ikkinchisi sotib olishga. Uch oydan keyin aksiya 3,2 dollar bo'lsin. U 3 dollardan sotib olib yutadi, sotib yutqazadi. Natijada unda yutuq ham foyda ham yo'q. Agar narx tushsa ham xuddi shunday tarzda ham yutadi, ham yutqazadi.

Shunday tarzda opsiyon kontraktlarni xam xedjirlash amalga oshiriladi. Xedjirlashda tavakkalchilik xatari yo'qolmaydi, lekin unda xatarga yo'l qo'yuvchilar o'zgaradi. Ishlab chiqaruvchi xatarni birja chayqovchisi zimmasiga yuklaydi. Chunki u risk qilishni yoqtirmaydi. Chayqovchi esa tavakkalchilik xatarini o'z zimmasiga oladi. Sababi u risk qilish ishqibozi. Chayqovchilik yuzaki qaraganda osongina boyish yo'li. Lekin u moliya bozorida o'ziga xos vazifani bajaradi:

1. Qimmatli qog'ozlar bilan chayqovchilik potentsial xaridorlarni ularga qiziqishini kuchaytiradi. Xaridorlarning bo'sh pul mablag'larini jalb etadi.

2. Chayqovchilik qimmatli qog'ozlarni likvidligini ta'minlaydi va saqlaydi, bu o'z navbatida investorlarni o'ziga jalb etadi.

3. Qimmatli qog'ozlar kursini barqarorlashtirishga ta'sir etadi. Ya'ni ko'pchilik olayotganda sotadi, sotayotganda oladi. Qog'ozlar kursini qattiq o'zgarishi ko'proq chayqovchilik operatsiyalariga xos. Shu bilan birga shuni qayd etish kerakki, mamlakat iqtisodiyoti uchun u katta zarar etkazishi mumkin. Shuning uchun maxsus komitetlar va birjalar tashkil etilib, davlat tomonidan ta'sir ko'rsatiladi.

"Chayqovchilik" so'zi juda ko'p hollarda salbiy ma'noda ishlatiladi. "Chayqovchi" deganda ko'z o'ngimizga doimo odamlarni turli yo'llar bilan aldashga urinuvchi uddaburon kishini keltiramiz. Shuning uchun bozor iqtisodiyotida «chayqovchi» emas, «vositachi», «menejer» bo'ladi degan fikrdagilar ham talaygina. Lekin biz ularni qanday atamaylik, yuritayotgan faoliyati, qo'ygan maqsadi tom ma'nosi bilan chayqovchilik. Hamma narsani o'z nomi bilan aytgan ma'qul. Albatta jamiyatni qoralovchi fikri to'g'ri, lekin u qachonki norasmiy, noqonuniy bo'lsa.

Masalan, inqirozga yuz tutgan AKO'Shlik yirik chayqovchilar: eng yirik birja firmalaridan birining baland martabali menejrlari A. Boyski va M. Millekenlar nomi butun dunyoga taraldi. M. Milleken past darajadagi aktsiyalar junk fonds ixtirochisi, qaysiki ular yordamida kompaniyalarni qo'shilishi va birini ikkinchisi tomonidan "yutilishi" amalga oshirilgan. Uning uchun u noinsoflikda ayblangan, A. Boyski bo'lsa, "sinish, yutilish," arafasida turgan korporatsiyalarning aktsiyalari bilan chayqovchilik qilgan

Umuman olganda chayqovchilik nafaqat qimmatli qog'ozlar bilan (ular bilan ko'prok) balki hamma sohada, qayerda imkoniyat bo'lsa shu yerda bo'ladi. Noqonuniy, nolegal chayqovchilik, yolg'on axborot tarqatish, noqonuniy bitimlar tuzish kabilarda ifodalanadi.

Davlat shuning uchun bunday hodisalarga qarshi chora-tadbirlar ko'radi, qonun-qoidalar qabul qiladi. Bordi-yu davlat bozorda qayd qilingan narxlar o'rnatma chayqovchilik yashirin tus oladi. Chayqovchilik taqchil tovar oldi-sottisi tufayli yuz berib, disbalansni chuqurlashuvini keltirib chiqarishi mumkin. Lekin normal, legal chayqovchilik bozor iqtisodiyotini rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi.

Buning birinchi ijobiy tomoni tavakkalchilik xatarini sug'urta qilish haqida to'xtaganda ko'rdik. Chayqovchilik xedjerlash operatsiyalari yordamida bozorning boshqa qatnashchilarini o'zini himoyalash, sug'urta qilish imkonini beradi.

Ikkinchi muhim funktsiyasi bozordagi hukmron tendentsiya haqida axborotlar berish. Bunday qarasak chayqovchilik axborot tarqatish manfaatlariga zid. Haqiqatdan ham shunday. Lekin axborotni ular o'z hohish-istaklaridan qat'iy nazar tarqatishadi. Biron-bir resursga baholar o'sishini kutgan holda uni qazib chiqaradigan kompaniyalar aktsiyalarini sotib olishni boshlashadi. Aktsiyalarni ko'plab sotib olinishi uning narxini o'sishiga olib keladi. Baho hamma uchun axborot manbasi. Jamiyat miqyosida mazkur resursning qimmatlashuvi kutiladi. Endi axborot hamma uchun ochiq.

Chayqovchilikning yana bir funktsiyasi-konservatsiya qilish, yoki taqchil resurslarni (masalan foydali qazilmalarni) ishlatishni kamaytirish. Chayqovchi taqchillikni kutib, resursni sotib oladi, uni qazib chiqarishni vaqtincha to'xtatib qo'yadi. Maqsad resursni keyinchalik baxo ko'tarilganda sotadi. Resurs kam

bo'lganda baho ko'tariladi. Bu signal boshqalar tomonidan ham qabul qilinadi va yoppasiga shu tایی resursni qazib chiqarish qisqartiriladi. Resurs qimmat bo'lgach undan tejab-tergab foydalanish yo'llari qidiriladi. Albatta chayqovchilar ham xato qilishadi. Ularni vaziyatni noto'g'ri baholashi noto'g'ri axborot tarqatishiga olib kelib, boshqa iqtisodiy ob'ektlarni ham adashtiradi. Lekin oxir-okibat ular yutqazadilar, bozorni tark etadilar. Jamiyat uchun haqiqiy foydali funktsiyalarni bajaradigan chayqovchilargina qolishadi.

Respublikamizda metallar bilan savdo qilish davlat monopoliyasida. Qimmatli qog'ozlar bozori endi rivojlanib borayapti. Shuning uchun hali bu bozorda chayqovchilik keng ma'noda avj olganicha yo'q. Lekin ilgari dan iste'mol mollari bilan chayqovchilik mavjud bo'lgan. Ayniqsa qishloq xo'jalik mahsulotlari bilan. Lekin chayqovchilik tavakkalchilik xatari yuqori faoliyat. U faqat foyda emas, katta zarar ko'rishi ham mumkin. Respublikamizda bu faoliyat bilan asosan dehqon bozorida shug'ullanuvchilar o'z faoliyatlari bilan ishlab chiqaruvchilarga yordam berishadi deyish mumkin.

Shunday qilib, tarixiy tajriba shuni ko'rsatdiki, bozor iqtisodiyoti so'zsiz afzallikka ega, lekin kamchiliklardan ham xoli emas. Ammo bu kamchiliklarni davlatning funktsiyalari yordamida bartaraf qilish yoki minimal darajaga keltirish mumkin.

### Xulosa

\*Tovar ishlab chiqarishni vujudga kelishi bilan bozor iqtisodiyotining dastlabki tamal toshi qo'yildi. Bozor iqtisodiyot o'zining mohiyati, o'ziga xos belgilari, xususiyatlari bilan kishilik jamiyati erishgan avvalgi tizimlardan afzal ekanligini ko'rsatdi. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyotini umuminsoniy iqtisodiyot, barcha mamlakatlar tanlagan yo'l sifatida umumbashariy iqtisodiyot deymiz.

\*Bozor iqtisodiyoti boshqa tizimlardan so'zsiz afzallikka ega bo'lishi bilan birgalikda qator kamchiliklari mavjud. Ulardan eng muhimi bozor iqtisodiyotiga noaniqlik xosligi. Bozor iqtisodiyotida iqtisodiy faoliyat risk bilan bog'liq. Risk bozor mexanizmining ishlash tarzi.

\* Bozor iqtisodiyotida axborot asimmetriyasi nafaqat noaniqlik, riskni, balki chayqovchilikni ham mavjud bo'lishiga olib keladi. Risk va chayqovchilikni mavjud bo'lishi odamlarni yangilikka, tinim bilmay izlanishga, yangi g'oyalarni amalga oshirishga chorlaydi.

### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

1. Tub belgilar.
2. Bozor (aralash) iqtisodiyoti.
3. Dastlabki bozor iqtisodiyoti.
4. Erkin(klassik) bozor iqtisodiyoti.
5. Deformatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti.
6. Bozor iqtisodiyoti belgilari.
7. Bozor iqtisodiyoti ob'ekti.
8. Bozor iqtisodiyoti sub'ektlari.

a) Davlatning mulk monopoliyasi, ma'muriy buyriqbozlikka asoslangan markaziy rejalashtirilgan iqtisod.

b) Xar bir xodisa, jarayon, tizimning boshqalardan ajratib turuvchi, uning safat jixatdan farqlanishiga sabab bo'lgan xususiyatlarga aytiladi.



v) turli – tuman mulkchilik va iqtisodiy faoliyat erkinligiga, aralash tarzda tartibga solishga asoslangan, xar bir insonni o'z faoliyat natijasini o'ylab, oqilona xo'jalik yuritishga undovchi demokratik iqtisodiyot.

g) munosabatlar va aloqalar nimaga qaratilganligini, nimaga nisbatan yuz berishini ifodalaydi. Bozor iqtisodiyotining ob'ekti tovar va pul (pul massasi)dir.

d) tovar ishlab chiqarish vujudga kelishi bilan shakillana boshlagan, oddiy tovar ishlab chiqarish xukmron iqtisodiyot.

e) yakka xususiy mulkchilik, erkin raqobatchilik, bozorga xos munosabatlar xukmron iqtisod. Uning dastlabki bosqichi bilan keyingi bosqichlari farqlanadi.

yo) munosabatlar, aloqalar kimlar o'rtasida yuz berishini ifodalaydi. Bozor iqtisodiyoti sub'ektlari uy xo'jaligi, firma (korxonalar), davlat.

j) bozor iqtisodiyotining boshqa sotsial-iqtisodiy tizimlardan farqlanishiga sabab bo'luvchi xususiyatlari.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Etuklik darajasiga ko'ra bozor iqtisodiyoti qanday bosqichlarga bo'linadi va ular qanday jihatlari bilan farqlanadi?

2. Bozor iqtisodiyotining modeli va asosiy belgilarini ko'rsating.

3. Bozor iqtisodiyotining ob'ekti va sub'ekti deganda nimani tushuniladi?

4. Qiymat nazariyasi va me'yoriy nafillik nazariyasining bosh maqsadi nima? Har ikki nazariya tovar qiymatini o'lchashni qanday uddaladi?

5. Bozor iqtisodiyoti qanday afzalliklarga ega?

6. Bozor iqtisodiyotining kamchiliklari nimalardan iborat?

7. Nima sababdan bozor iqtisodiyotini umuminsoniy iqtisodiyot deb tan olindi?

### Masala va mashqlar

1. Ma'muriy buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyotda barcha ishlar yuqoridan beriladigan buyruq bilan amalga oshiriladi. Bu qanday oqibatlariga olib kelishini quyidagi masala yordamida ko'rib chiqamiz.

Shaharda bo'yi 64 m va eni 64 m avtomobil to'xtash joyi bor. Mamlakatda 3 xil avtomobil bo'lib, engil avtomobil eni 2 m va bo'yi 4 m joy egallasin. O'rtacha avtomobillar esa eni 3 m va bo'yi 6 m, katta avtomobillar eni 4 m va bo'yi 8 m li joyni egallasin deylik. Mashinasini to'xtash joyiga qo'ymoqchi bo'lgan uchala turdagi avtomobil shofyorlari juda ko'p. Aytaylik,

a) avtomobil to'xtash joyini eng qisqa muddat davomida to'ldirishi zarur degan buyruq olindi. U xolda avtomobillar qanday tarzda joylashtirilgan bo'lardi? Nima sababdan, izoxlang.

b) avtomobil to'xtash joyiga eng ko'p mashina sig'dirishiga ko'ra musobaqa g'olibiga mukofot beriladi degan buyruq olindi. Unday buyruq nimaga olib keladi, izoxlang.

v) barcha avtomobil turlari teng miqdorda joylashtirilsin, degan buyruq olindi. U xolda nechtadan avtomobil sig'ishi mumkin, izoxlang.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu masala qanday hal etilgan bo'lar edi? Fikringizni bildiring.

2. Korxonada har bir kattalar paltosini tikish uchun moddiy xarajatlar 70 ming so'mni tashkil qiladi. Agarda yoqasiga mo'yna o'rnatilsa 140 ming so'mga etadi. Bolalar paltosi uchun esa 30 ming so'm xarajat qilinadi. Mexnat sarfi bir xil bo'lib, o'rtacha 30 ming so'mga to'g'ri keladi. Agar har bir paltodan olinadigan foyda xarajatlarga nisbatan 10% ni tashkil qilsa, korxonada rejani tezda bajarish uchun qanday palto va qancha tikkan bo'lar edi. Korxonada quvvati kuniga 50 ta paltoga teng. Ish kuni 24 kun va bir smenali deb hisoblang.

1. Agar mo'yna yoqali, oddiy yoqali va bolalar paltolariga talab teng desak, talab bo'yicha palto tikkanda korxonada rejani necha foizga bajargan bo'lar edi?

2. Qanday paltolarni tikish bilan korxonada rejani bajarishi mumkin? a) U qanday oqibatga olib keladi? b) Bozor iqtisodiyotida bu masala qanday hal etiladi?

3. Ishlatilgan kompyuterlar bozorida ikki guruh sotuvchilar mavjud. Bir guruh sotuvchilar kam ishlatilgan, hali ancha-muncha foydalansa bo'ladigan, texnik jihatdan yaxshi kompyuterlar bilan savdo qilishadi. Sotuvchilar ularni 400 ming so'mdan kamiga berishmaydi. Potentsial xaridorlar esa 450 ming so'mgacha to'lashga tayyor.

Ikkinchi guruh sotuvchilar o'z resursini deyarli to'la ishlatib bo'lgan kompyuterlarni sotishadi. Ular 150 ming so'mdan yuqori har qanday narxga sotishga tayyor. Iste'molchilar bunday kompyuterlarga 180 ming so'mdan ortiq pul to'lashmaydi. Axborot asimmetriyasi tufayli bozorda kompyuterlarni sotish bahosi qancha bo'ladi? U qanday oqibatlarga olib keladi?

4. Siz «Panasonic» firma magazinidan videomagnitafonni 500 ming so'mga sotib olishingiz mumkin. Xuddi shunday magnitafonni «Ippodrom» bozoridagi audio-video texnika rastasidan 400 ming so'mga olishingiz mumkin. Boshqa sharoitlar teng. Bu farqni sababi nimada deb o'ylaysiz?

#### T/N

1. Ma'muriy buyruqbozlik tizimi sotsialistikdoktrinaga asoslangan bo'lib, uning o'ziga tortadigan jixati kishilik jamiyatini doimo diqqatini qaratgan 2 muammoni echishni zimmasiga olishi bo'lib, bu

a) notinchlikni yo'q qilish;

b) jamiyat xayot iva xar bir kishini xayotini jamiyatning yuqori organlari tomonidan tartibga solish iqtisodiyot va jamiyatni boshqasferalarini ratsional va ilmiy boshqarish orqali insonni baxtiyor yashashni ta'minlash.

2. Ma'muriy buyruqbozlikka tayangan sotsializm kishi o'ziga tortadigan g'oyani ilgari surishga qaramay, inqirozga yuz tutdi. XX asr tarixida markaziy o'rinni real sotsialistik jamiyatni vujudga kelish, rivojlanish, inqiroz egallaydi.

3. Ma'muriy buyruqbozlikka tayangan sotsializmi inqirozga uchrashiga sabab, uning xususiy mulkni, bozorni, raqobatni tan olish, jamiyatni demokratizyalashuvi printsiplariga amal qilish bo'ldi.

4. Markazdan rejalashtirishga asoslang. Xo'jalik yuritish sotsializmiga, balanslashmizimi, muvozanat uzilgani, hayot kechirish pastligioxirgi o'n yillikda bo'lsa fan – texnika taraqqiyotini qabul qilmasligi bilan ajralib turgan.
5. Bozor iqtisodiyoti hozirgi davrga qadar o'z rivojlanishida bosqichlarni bosib o'tdi.
6. Bozor (aralash) iqtisodiyot mukammal iqtisodiyot bo'lgani uchun ham umuminsoniy iqtisodiyot deb ataladi.
7. Bozor iqtisodiyotida erkin iqtisodiy faoliyat yuritishining asosini mulkning turli – tumanligi va uning xususiy jixatdan bir xolda muxofaza qilinishdir.
8. Bozor iqtisodiyotining zaif tomonlarini davlatning ko'rgan chora tadbirlariorqali yo'qotiladi.
9. Iqtisodiy nazariyada odamlarni tavakkalchilik xatariga munosabatlarini xisobga olib, uch guruxga: tavakkalchilikka kontrol, tavakkalchilikka o'ch, ishqivoz; tavakkalchilikni yoqtirmaydigan yoki unga qarashlarga bo'linadi.
10. Odiljon uyining yonidagi magazindan 70 ming so'mga kostyum – shim olmay, bozorga borib kelish uchun 1000 so'm sarflab, bozordan xudi shunday kostyum – shimni 68 ming so'mga sotib oldi. U to'g'ri qildi. Bunda sanoq nuqtasi effekti hech qanday rol o'ynamaydi.
11. Bozorda "Nobop tanlov"ni yuz berishidan manfaatdor shaxslar axborotni asimmetrik tarqalishiga harakat qilishadi.
12. Bozor iqtisodiyotida olib – sotarlik va chayqovchilik bo'lmaydi.

#### Testlar

1. Sotsialistlar inson tengligi deganda eng avvalo birinchi o'ringa ... ni qo'yishgan.
  - a) Moddiy tenglik;
  - b) Xuquqiy tenglik;
  - v) Konunlar olididagi tenglik;
  - g) Siyosiy xuquqda tenglik;
  - d) Hududiy tenglik;
2. Davlat mulk monopoliyasi va majburiy rejalashtirishni tekischilik g'oyasi bilan qo'shilib ketishi:
  - a) Moddiy ne'matlarni adolatli taqsimoti;
  - b) Moddiy ne'matlarni noiqtisodiy taqsimoti;
  - v) Nomoddiy ne'matlarni adolatli taqsimoti;
  - g) Nomoddiy ne'matlarni iqtisodiy taqsimoti;
  - d) Jamiyatda adolat o'rnatilishiga olib keldi;
3. Bozor (aralash) iqtisodiyoti asosini ... tashkil etadi.
  - a) Mulkchilikning turli – tumanligi va ularning tengligi, qonun tomonidan birday muxofaza qilish;
  - b) Xususiy mulkchilikniqonun asosida aloxida qo'llab – quvatlanishi;
  - v) Xamkorlikdagi mulk aloxida qo'llab – quvatlanishi;
  - g) Jamoa mulkiga aloxida e'tibor berilishi;
  - d) Davlat mulkining asosiy o'rin tutishini ta'minlanishi;

4. Bozor iqtisodiyotini harakatlantiruvchi kuch ...
- Iqtisodiy faoliyati erkinligi, xususiy mulkning ustunligi, daromadlarni cheklanmaganligi;
  - Iqtisodiy faoliyati erkinligi, raqobat, daromadlarni cheklanmaganligi;
  - Raqobat, davlatning qullab quvvatlashi, daromadlarni cheklanmaganligi;
  - Iqtisodiy faoliyati erkinligi, davlatning qullab quvvatlashi, daromadlarni cheklanmaganligi;
  - Raqobat, iqtisodiy faoliyati erkinligi, xususiy mulk ustunligi;
5. Bozor iqtisodiyotining ob'ekti bu ...
- Tovar, korxonaga;
  - Tovar, jamoa xo'jaligi;
  - Tovar, pul (agregati)
  - Pul, korxonaga;
  - Pul, pul kompleksi;
6. 6. Bozor iqtisodiyotining sub'ekti bu ...
- Firma, korxonaga, uy xo'jaligi, tovar;
  - Firma, korxonaga, uy xo'jaligi, davlat, pul;
  - Firma, korxonaga, uy xo'jaligi, moliyaviy institutlar;
  - Firma, korxonaga, davlat, moliyaviy institutlar;
  - Firma, korxonaga, uy xo'jaligi, davlat, moliyaviy institutlar;
7. Bozor iqtisodiyotining muhim afzalliklaridan biri cheklangan resurslar sharoitida:
- Iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlash;
  - Resurslarni qimmatga sotish;
  - Resurslarni arzon sotib olish;
  - Resurslarni qimmatga sotib olish;
  - Resurslarni arzon sotishni ta'minlash;
8. Faoliyat natijasi qanday bo'lishi ehtimolini bilgan holda, bari-bir oqibati qanday tugashini aniq, aytib bo'lmaydigan vaziyat, ya'ni noaniqlik ... ni ifodalaydi.
- Tavakkalchilik yutug'i;
  - Risk mardlik belgisi;
  - Xatarning namoyon bo'lishi;
  - Tavakkalchilik xatari;
  - Tavakkalchilik natijasi;
9. Biz ko'pincha sifatsiz tovar sotib olganimizda aldagan sotuvchini jazolashga urunmaymiz. Sababi ...
- Yuz - xatir qilamiz;
  - Raxmimiz keladi;
  - Asabimizni buzishni xoxlamaymiz;
  - Olgan nafimiz, qilgan transaksion xarajatlarimizni qoplaymaydi;
  - Sifatsiz bo'lsa xam zarur;

#### 10. Chayqovchilik faoliyati ...

- a) qonun asosida ish yurituvchi tadbirkorlar uchun riskni orttiradi;
- \*b) narxlarni beqarorligi tendentsiyasini kuchaytiradi;
- v) iqtisodiy bum va retsessiyaga olib keladi;
- g) doimo foyda olishga olib keladi;
- d) tadbirkorlar uchun riskni kamaytiradi.

#### Tarqatma materiallardan namunalar:

##### 1-tarqatma material

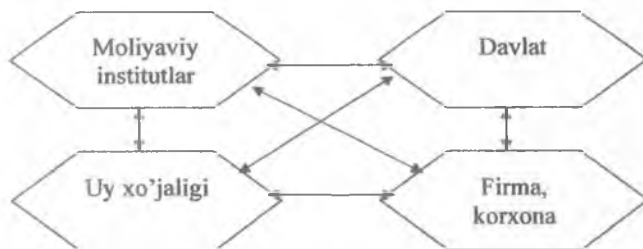
##### Bozor iqtisodiyoti afzalliklari va kamchiliklari.

- 
- 
- resurslarni samarali taqsimlaydi;
  - Iqtisodiy erkinlikni ta'minaydi;
  - Bozorning moslashuvchanligi va safarbarligining yuqoriligi;
  - Tejamli xo'jalik yuritishni rag'batlantiradi va isrofgarchilikka barxam beradi;
  - Mulkdan asrab avaylab foydalaniladi;
  - Fan – texnikalarni tezda joriy qilinishga imkon yaratadi;
  - Tashabbuskorlik va ishbilarmonlikni rag'batlantiradi;
  - Raqobat asosiy o'rinda turadi.
  - Ishlab chiqarish iste'molchi manfaatlariga, xaridor izmiga bo'ysinadi
  - Daromad topishning cheklanmaganligi

#### KAMCHILIKLARI:

- Ish bilan va narxlar barqarorligini kafolatlamaydi;
- Axolini tabaqalanishini kuchaytiradi;
- Fanda fundamental tadqiqotlar olib borish imkoniyatlarini cheklaydi;
- Foyda keltirmaydigan yoki zarar keltiradigan ijtimoiy tovar va xizmatlar barqarorlikni yo'qligi va ishlab chiqarishni rag'batlantirmaydi;
- Qayta tiklanmaydigan resurslarni asrash, tabiatni, ekologiyani muhofaza qilishni ta'minlamaydi;
- Monopolistik tendentsiya mavjudligi;
- Doimo noaniqlik va riskning mavjudligi.

2-TARQATMA MATERIAL  
Bozor iqtisodiyotining sub'ektlari.



Uy xo'jaligi: bir yoki bir necha kishidan iborat oila. U mexnat resurslari etkazib beradi. Boshqa resurslarni egasi xisoblanadi. Yaratilgan maxsulotlar iste'molchisi.

Firma. Korxonona: iqtisodiy faoliyat yurituvchi xo'jalik sub'ektlari bo'lib, iqtisodiy resurslarni sotib olib, ishlab chiqarish omillariga aylantiradi. Ulardan maxsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishda foydalaniladilar. Foyda olish uchun xarakat qiladilar.

Moliyaviy institutlar: bozorning firma (korxonona)larning normal faoliyat yuritishini ta'minlaydilar.

Davlat: uning barcha idora, maxkama va tashkilotlari mamlakatning o'z oldiga qo'ygan maqsadiga erishish uchun xuquqiy, siyosiy xokimiyat orqali xo'jalik sub'ektlari, bozori zarur darajada nazorat qiladi. Shu bilan birga ishlab chiqarish va iste'mol bilan xam shug'ullanadilar.

**Javoblar:**

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

1b), 2v), 3d), 4e), 5a), 6j), 7g), 8yo);

**Masala va mashqlar:**

1.

a) 128 ta katta avtomobil joylashtiriladi. Kichik va o'rtacha avtomobil egalari norozi bo'ladilar.

b) 512 ta kichik avtomobil joylashtiriladi. Katta va o'rtacha mashina egalari to'xtash joyiga qo'yilmagani uchun norozi bo'ladilar.

v) Har biridan 70 tadan avtomobil joylashtiriladi, lekin 32 kv. metr joy bo'sh qoladi. Bozor iqtisodietida sharoitga ko'ra talab va taklif nisbatiga qarab qaror qabul qilinadi.

2.) 24 ish kunida o'rtacha 1200 ta palto

1. teng miqdorda tikilsa reja 67,3% bajariladi.

2. korxonada eng qimmat mo'yna yoqali paltoni tikib, rejani 104,1% ga bajaradi.

a) Natijada nisbatan arzon palto va bolalar paltosi etishmaydi yoki umuman yo'q.

b) Bozor iqtisodiyoti sharoitida palto bozorning talabiga ko'ra ishlab chiqariladi. Etishmasa ishni 2 smenada tashkil qilish mumkin yoki aksincha ortiqcha bo'lsa, palto tikishni kamaytirish mumkin, ya'ni bozor talabiga moslashgan holda ishlab chiqariladi.

3. Sotish narxi 315 ming so'm bo'lib o'rnatiladi. Bu o'z navbatida sifatli tovarni sifati past tovarlar qisib chiqarishiga olib keladi.

4. Magnitafonning sifati haqida axborot etarli emasligi katta risk bilan bog'liq.

### T/N

1T, 2T, 3N, 4T, 5T, 6N, 7T, 8N, 9T, 10N, 11T, 12N

### Testlar

1a, 2b, 3a, 4b, 5v, 6d, 7a, 8g, 9g

## VIII BOB. BOZOR IQTISODIYOTI MODELLARI VA UNING O'ZBEKISTONDAGI XUSUSIYATLARI

Bozor iqtisodiyotining umuminsoniy iqtisodiyot ekanligini, uning afzalliklari, kamchiliklarini, uning ijobiy tomonlari salbiy jihatlariga nisbatan ustunligini, bozor iqtisodiyotining umuminsoniy iqtisodiyot ekanligini ko'rib chiqdik. Shu sababdan barcha mamlakatlar insoniyatning maqsadiga erishishning eng to'g'ri yo'li, sotsial-iqtisodiy tizimi sifatida bozor (aralash) iqtisodiyotini tanlashdi.

Hozirgi davrda bozor iqtisodiyotiga o'tish umumiqtisodiy jarayon bo'lib, uning umumiy va o'ziga xos tomonlari mavjud.

Navbatdagi bob bozor iqtisodiyotiga o'tishning asosiy modellari, O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasini o'rganishga bag'ishlangan.

### 1-§. Bozor iqtisodiyotiga o'tish umumiqtisodiy jarayon

Kishilik jamiyati tarixiy taraqqiyoti tovar xo'jaligi bag'rida bozor iqtisodiyoti vujudga kelib, borgan sari rivojlanib borishini ko'rsatdi. XVII—XVIII asrlarga kelib, insoniyat xususiy mulkchilikka asoslangan bozor iqtisodiyotiga o'tdi. Iqtisodiyotda unga xos bo'lgan tub belgilar sekin-asta shakllanib, pirovard natijada qator afzalliklar hamda ayrim kamchiliklar bo'lgan hozirgi zamon bozor iqtisodiyotiga xos yaxlit iqtisodiy tizim tashkil topdi.

Dastlab, yakka xususiy mulk monopoliyasi hukmron bo'lib, kapitalistik jamiyatga xos ziddiyatlar kuchaygan XIX asr o'rtalarida marksistik g'oya vujudga keldi. Bu g'oyaga binoan jamiyat a'zolarining farovon yashashi, adolat o'rnatilishi uchun adolatsizlikning bosh manbai — xususiy mulkchilik yo'qotilishi lozim edi. Shu g'oyaga binoan sobiq Ittifoq va boshqa ayrim mamlakatlarda xo'jalik yuritishning alternativ varianti tarzida ma'muriy-buyruqbozlik, markaziy rejalashtirishga asoslangan xo'jalik yuritish vujudga keldi.

Bu xo'jalik yuritish shaklida:

- a) xususiy mulkchilikni yo'qotish;
- b) bozor — tovar — pul munosabatlarini tugatish;
- v) ne'matlar va resurslarni taqsimlashning bozor mexanizmi o'rniga ijtimoiy mulkchilikka asoslangan davlat taqsimoti va nazoratini o'rnatish;
- g) har bir kishining yaratilgan ne'matlardagi ulushini qilgan mehnatiga qarab belgilash, mehnat miqdorini esa ish vaqti asosida aniqlash ko'zda tutildi.

Tarixiy paradoks shundaki, marksizmning asosiy kontseptsiyasi — insonni nurl kelajakka olib borishning nazariy jihatdan ilgari surilgan g'oyasi bilan tarixiy tajribada erishilgan natija keskin farq qildi. Tarixiy tajriba ijtimoiy mulkchilikka bir markazdan, reja asosida boshqarishga asoslangan iqtisodiyot sarob ekanligini ko'rsatdi. Shunday bo'lishi muqarrar edi. Sababi, xususiy mulkchilikka barham berib, ijtimoiy, ya'ni davlat mulki monopoliyasini o'rnatilishi bozor munosabatlarini cheklash, monopolizmni vujudga keltirish va bozor iqtisodiyotini harakatga keltiruvchi asosiy kuch bo'lgan raqobatni yo'qolishiga olib keladi.

Bozor iqtisodiyotida yuqori darajada bajarilgan ishni rag'batlantirish mehnat bozoridagi raqobat orqali hal etiladi. Aynan mehnat bozoridagi raqobat



mehnatning yuqori unumdorligi va ish sifatini ta'minlaydi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat esa xarajatlarni pasaytirish, mahsulot sifatini yaxshilashga olib keladi. Narxlarining erkinligi esa zarur tovar va xizmatlar mo'l-ko'lligini ta'minlaydi.

Ma'muriy buyruqbozlikka asoslangan xo'jalik yuritishda ish haqi markazlashgan tarzda stavkalar asosida reja bo'yicha belgilangan.

Iqtisodiy rag'batlantirishdan ko'ra mehnatga majbur qilish ko'proq rol o'ynagan.

Korxonalarda mablag'larni muqobil ishlatishning iloji yo'q, chunki butun faoliyat rejadani chiqmasligi kerak edi.

Zarar keltiradigan korxonalarining bankrot bo'lish xavfi yo'qligi ularning samarali ishlash zaruratini yo'qqa chiqardi. Zarar keltiradigan korxonalar dotatsiya olar, foyda keltiradiganlar mablag'i byudjetga o'tkazilardi. Foydani rag'batlantiruvchi roli yo'qqa chiqarildi. Asosiy maqsad direktiv reja topshiriqlarini bajarishga qaratildi. Har bir korxonaning ish faoliyatiga rejani bajarishga qarab baho berildi.

Belgilangan narxlarning qat'yiligi ham samarasiz xarajatlar ko'payishiga olib keldi. Ikkinchi tomondan, taqchilikning asosiy sabablaridan biriga aylandi.

Bozor iqtisodiyoti esa demokratiyaga asoslangan. Iqtisodiy demokratiyaning asosi — bozor. U iqtisodiyotdan tortib jamiyat hayotining siyosiy, huquqiy-ma'naviy tomonlarigacha demokratlashuviga olib keladi.

Bozor munosabatlari tizimida shunday rag'batlantiruvchi kuch jamlanganki, u muttasil iqtisodiy o'sish va sotsial rivojlanishni ta'minlaydi.

Bozor tizimining afzalligini Tailand, Taybey, Janubiy Koreya, Singapur kabi Osiyo mamlakatlari ham namoyish etdi. Hozirgi paytda Xitoy, Sharqiy Germaniya (sobiq GDR), Vetnam ham uning ustunligini ko'rsatmoqda.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish tarixiy ob'ektiv zarurat bo'lib, kelajakda ravnaq topishning, oqilona xo'jalik yuritishga erishishning yagona yo'li sifatida O'zbekiston ham bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'lini tanladi.

## 2-§. Bozor iqtisodiyotiga o'tish modellari

XX asrga kelib bozor iqtisodiyotiga o'tish global, ya'ni umumjahon voqeligiga aylandi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish murakkab jarayon, shuning uchun u uzoq vaqt davom etadi. Undan tashqari, har bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlari mavjud bo'lib, bozor iqtisodiyotiga o'tishning turli modellari, yo'nalishlari asosida amalga oshadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'ziga xos yo'li quyidagi omillarga bog'liq:

- 1) geografik o'rin;
- 2) tabiiy resurslarning mavjudligi va ularning zaxirasi;
- 3) tarixiy taraqqiyot darajasi;
- 4) aholining an'analari va urf-odatlarini;
- 5) ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasi;
- 6) jamiyatning ijtimoiy yo'nalishi.

Shu bilan birga bozor iqtisodiyoti modellarining umumiy tomonlari bo'lib, bular:

- a) bozor iqtisodiyotining turli-tuman mulkchilikka asoslanganligi;
- b) tovarlar va xizmatlarga erkin narxlar ustunligi;
- v) raqobat kurashiga asoslanishi;

g) iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solishning ma'lum tizimi mavjudligi va boshqalardan iborat.

Bozor iqtisodiyoti barcha mamlakatlarda o'z xususiyatlari va umumiy tomonlarining o'ziga xos qorishmasidan iborat bo'lib, ilmiy iqtisodiyotda har xil model (andaza) tarzida ifodalanadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish modellarini tarixiy nuqtai nazardan 3 guruhga bo'lish mumkin.

Ana shunday guruhlarga bo'lishning mezonini qilib,

a) davlat dasturlarining maqsadi, yo'nalishi;

b) iqtisodiyotni tartibga solish usullari;

v) iqtisodiyotda davlat sektorining ulushi;

g) ish haqidagi farq kabilar olinadi.

I. **G'arbiy Evropa mamlakatlari va boshqa rivojlangan mamlakatlar yo'li.** Bunda bozor iqtisodiyotiga evolyutsion o'zgarishlar orqali o'tib boriladi. XX asrning 30- yillariga kelib, ayniqsa 50- yillardan bu jarayon yanada tezlashdi. Bu modelni iqtisodchilar klassik model deb atashadi. U bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlar uchun namuna bo'lib xizmat qilishi mumkin. Chunki, klassik modelda bozor iqtisodiyotining qonun-qoidalari, hayotiyligi sinab ko'rilgan. Klassik modelning o'zi ham 3 ga bo'linadi.

1. **Sotsial bozor iqtisodiyoti modeli** ko'proq fuqarolar manfaatini himoya qilish, uzoq muddatli dasturlar ishlab chiqish, aholining haddan ziyod tabaqalanishiga yo'l qo'ymaslik, davlat mulkining ulushining boshqa modellarga qaraganda ko'pligi (25—30%) bilan ajralib turadi. Bu model Germaniya, Avstriya, Skandinaviya mamlakatlariga xos.

2. **Aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modelida** esa davlat tadbirkorlikni rivojlantirish uchun sharoit yaratishi, iqtisodiyotni tartiblashda ustun darajada taktik usullardan foydalanishi, iqtisodiyotda davlat mulkining hissasi (10% atrofida) kamligi, aholining tabaqalanishi, kuchli ish haqidagi farqning kattaligi bilan ajralib turadi. Bu modelni qo'llagan eng tipik mamlakat sifatida AQSHni ko'rsatish mumkin.

3. **Korporativ iqtisodiyot modeli** davlatning yirik biznes manfaatini himoya qilish, asosiy ustuvor tarmoqlarni aniqlab, ularning rivojlanishiga yordam berish, davlat mulki hissasi kamligi, lekin ish haqidagi farq haddan tashqari katta emasligi bilan farqlanadi. Bu muhim muvaffaqiyat bilan Yaponiyada va uning izdoshlari bo'lgan mamlakatlarda qo'llangan.

II. **Mustamlakachilikdan ozod bo'lib, mustaqil taraqqiyot yo'liga o'tib rivojlanayotgan Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasi mamlakatlari yo'li.**

Bu yo'l mustamlakachilikdan qolgan qoloq, an'anaviy iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'lidir. Bunda bozor iqtisodiyotiga xos belgilar turli xo'jaliklar: azaliy natural xo'jalik, rivojlanish darajasi, bozor munosabatlariga tortilishi jihatidan farq qilishiga qaramay, transformatsiya (aylana borishi) orqali yuz beradi.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda bozor iqtisodiyotiga o'tish:

a) bozor infrastrukturasi yaratish; b) iqtisodiyotni barqarorlashtirish; v) sanoat tarmoqlarini (ayniqsa, qayta ishlovchi) vujudga keltirish orqali yuz beradi.

Bu mamlakatlar uchun bozor iqtisodiyotiga kirib borish mustaqillik garovi hisoblanadi. Sababi bozor iqtisodiyotiga o'tish ishlab chiqarishni jadal o'sishiga olib keladi.

III. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning sobiq sotsialistik mamlakatlar yo'li. Bu mamlakatlarda davlat mulki hukmron mavqega ega bo'lib, iqtisodiyot davlat tomonidan markazlashgan tarzda tuzilgan rejalar asosida boshqarilgan. Yaratilgan mahsulot ham davlat tomonidan taqsimlangan.

Totalitar iqtisodiyotning bozor bilan umumiyliги yo'q, ular bir-biriga zid, tabiatan har xil. Shuning uchun ham bu modelda aholiga bozor munosabatlari g'oyalari singdirmay, ularga yangicha ko'nikma hosil etmay turib, bozor iqtisodiyotiga o'tib bo'lmaydi, lekin bu tizimning afzalligi shundaki, u o'ziga xos usullar bilan kuchli ishlab chiqarish va ilmiy-texnikaviy kadrlar potentsialini yaratgan. Ularga tayangan holda bozor iqtisodiyotiga o'tish nisbatan engil kechishi mumkin.

Bu tizimga kirgan mamlakatlarda xususiy mulk tamomila yo'qotilgan yoki qisman mavjud. Tadbirkorlikka intilish, iqtisodiy taraqqiyot darajasi turlicha, masalan, Polsha, Vengriya, Germaniya Demokratik Respublikasida xususiy mulkchilik ancha saqlangan. Sobiq Ittifoqda esa aksincha, xususiy mulk tamomila yo'qotilgan.

Bularning hammasi albatta, bozor iqtisodiyotiga o'tishda o'z ta'sirini o'tkazadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun islohotlar ikki yo'l: a) bozor iqtisodiyotiga tezlik bilan o'tish; b) bozor iqtisodiyotiga bosqichma-bosqich o'tish yo'li bilan amalga oshiriladi.

GDR (GFR bilan qo'shib yagona davlat vujudga kelishi tufayli), Polshada qisqa muddatda bozor iqtisodiyotiga o'tish amalga oshirildi.

Boshqa mamlakatlarda o'z xususiyatlaridan kelib chiqib, bozor iqtisodiyotiga o'tish bosqichma-bosqich amalga oshirilib, turli muddatlarni talab etadi.

O'tkaziladigan islohotlar, ko'riladigan chora-tadbirlar ham farq qiladi. Lekin sobiq sotsialistik mamlakatlarning bozor iqtisodiga o'tish modellarining umumiy tomonlari mavjud bo'lib: a) bozor iqtisodiyotiga o'tishning huquqiy asoslarini yaratish;

b) bozor infrastrukturasi shakllantirish; v) davlat mulk monopoliyasini sindirib, mulkchilikning, xo'jalik yuritishning turli shakllarini vujudga keltirish; g) narx ustidan davlat nazoratini minimallashtirish, narx-navoni erkinlashtirish va bosh-qalardan iborat.

Umuman olganda o'zining yorqinligi, samaradorligi, erishgan yutuqlari bilan jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti tarixiga kirgan modellar «Amerika», «Yaponiya», «Germaniya», «Shvetsiya», «Janubiy Koreya», «Xitoy» modeli va boshqalar hisoblanadi.

«AQSH modeli» liberal model sifatida xarakterlanadi. Amerikacha andazaning o'ziga xos xususiyati uning tadbirkorlikni aholi orasida keng yoyishga, ommaviylikka erishishni ta'minlashga asoslanganligidir. U jamiyat a'zolaridan har birining ishbilarmonlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash, iqtisodiy faoliyatni, xususiy manfaatdorlikni oshirish uchun keng shart-sharoit yaratishga qaratilgan. Mamlakat iqtisodiy rivojlanishidagi ayrim ziddiyatlar, pasayish va inflyatsiya singari salbiy holatlar ko'plab sug'urta, xayriya jamg'armalari, qolaversa, davlat yordamida hal etiladi. Bunda davlat qonunlar (ular hamma sohani qamrab olgan) to'la va to'g'ri bajarilishini kuzatib boradi.

U boshqa modellardan quyidagi xususiyatlari bilan farq qiladi:

— davlat mulki ulushining kamligi (sanoatda, aksionerlik kapitalida davlat kapitalining hissasi 10%. Buyuk Britaniyada esa 24%, Frantsiyada 34%, Italiyada 38%);

— tadbirkorlikni keng ravishda qo'llab-quvvatlash. Kichik biznes 90- yillarda yangi ish o'rinlarining 90% ini tashkil etgan;

— iqtisodiyotni tartibga solishda davlatning minimal darajada aralashuvi (iqtisodiyotda chuqur inqiroz ro'y berib, tanglikdan olib chiqish jarayonida (60-yillarda), qashshoqlik bilan kurash yillarida davlat aralashuvi yuqori bo'lgan, 70- yillardan boshlab davlat aralashuvi qisqarib borgan);

— aholining tabaqalanishi kuchli, kam ta'minlangan aholining hayot kechirish darajasi past;

— ish haqida katta farq mavjud (firma boshliqlari bilan ishchi-xizmatchilar o'rtasidagi tafovut 110 martadan ortib ketadi).

Hozirgi paytda AQSHda aholi jon boshiga ishlab chiqariladigan yalpi milliy mahsulot 28 ming dollarga teng.

**«Yaponcha model».** U ikkinchi jahon urushida vayronaga aylangan mamlakat aholisining qattiq mehnati hisobiga, hokimiyatni har tomonlama va so'zsiz qo'llab-quvvatlashi, vatanparvarlik tuyg'usi asosida yaratilgan. Yaponiya harbiy xarajatlardan voz kechgach, tinch-lik maqsadida barcha resurslarni to'plash va ishlash hamda sanoatda iqtisodiy potentsialni o'stirish imkoni yaratildi. Eng avvalo, ishlab chiqarish eksportga mo'ljallab, moslashtirilib valyuta ishlab topildi, uning evaziga xorijiy mamlakatlardan, ayniqsa Amerika va o'arbiy Evropadan eng yangi texnika, texnologiya, litsenziya, patent, «nou-xau» sotib olinib, yuqori mehnat umumdorligiga erishildi. Tadbirkorlik qo'llab-quvvatlandi. Jahon bozorida xom ashyo va yoqilg'ining arzonlashuvi, nisbatan arzon ish kuchi, katta harbiy xarajatlarning yo'qligi Yaponiya eksportining ortib borishiga olib keldi. Bu borada yirik kompaniyalarni qo'llab-quvvatlash, mamlakatda ilmiy-texnikaviy taraqqiyotga alohida ahamiyat berilishi katta rol o'ynadi. Aholining tabaqalanishi dastlab kuchaygan bo'lsa, maqsadga erishilgach, aholining ehtiyojmand qismiga davlat va firmalar yordami kuchaytirildi, umumiy farovonlikka erishildi.

#### **«Yapon modeli»ning asosiy xususiyatlari.**

— Milliy iqtisodiyotning asosiy yo'nalishlariga davlatning yuqori darajada ta'sir ko'rsatishi. Davlat avval tankerlar ishlab chiqarishni, so'ngra avtomobil, 70- yillardan esa elektronika va kompyuterlar ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatladi. Bunday yondashuv Yaponiyaga 70- yillarning o'rtasidagi chuqur krizislardan xoli bo'lib, iqtisodiyotni dinamik tarzda rivojlanishini ta'minladi.

— 1957 yildan boshlab iqtisodiyotni tanglik holatidan olib chiqish hamda ishlab chiqarishda yuqori samaraga erishish strategiyasi aniqlanib, energetikani rivojlantirish rejasi ishlab chiqildi. Kadrlarning intellektual salohiyatini oshirishga ahamiyat berildi. Uni amalga oshirishda firmalar ham qatnashdi, lekin asosan umumiy jarayonga davlat rahbarlik qildi. Bu investitsiya va undan foydalanish, soliq, narx, ish haqi siyosati orqali amalga oshirildi.

— Ish haqidagi farq uncha katta emas. Firma boshlig'i bilan xodimlar o'rtasida farq 17 marta atrofida.

— Model sotsial yo'naltirilgan. Davlat ijtimoiy notenglikka qarshi kurashadi. Aholining sotsial huquqlarini himoya qiladi. Ijtimoiy masalalarni hal etishni

ma'lum darajada korporatsiya va birlashmalar zimmasiga yuklaydi. Aholi jon boshiga yaratilgan YaMM 40,9 ming dollar bo'lib, dunyoda 3-o'rinda turadi.

«Shvedcha model». Uning boshqa modellardan farq qiluvchi xususiyati ijtimoiy yo'naltirilgani, mulkdagi notenglikni qisqartirishga qaratilganligidir. Aholining kam ta'minlangan qatlami himoya qilinadi. Ishsizlikni kamaytirish chora-tadbirlari ko'riladi. Shvetsiyada davlat sektori hissasi yuqori. Yalpi milliy mahsulotda davlat xarajatlari 60% atrofida, uning yarmidan ko'pini uy xo'jaligi, korxonalariga dotatsiya tashkil etadi. Xizmatlarning ko'pi davlat sektori zimmasida, aksariyati bepul. Davlat narxlarga ham aralashadi.

Shvetsiya aholi farovonligi jihatidan jahonda etakchi o'rinni egallaydi.

Davlat iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va daromadlarni qayta taqsimlashda faol qatnashadi. Shvetsiya oxirgi 110 yil davomida aholi jon boshiga yiliga o'rtacha 2,5% miqdorida yalpi milliy mahsulot o'sishiga erishgan.

Bu andazaning shakllanishida Shvetsiyaning tarixan iqtisodiy jihatdan yuksak rivojlanganligi va mehnatkashlar kasaba tashkilotlarining jamiyatda, ayniqsa ishlab chiqarishda katta o'rin tutishi alohida ahamiyatga ega bo'ldi.

Aholi jon boshiga ishlab chiqarilgan YaMM 25,7 ming dollarga teng bo'lib, jahonda 14-o'rinni egallaydi.

«Frantsuz modeli». Bu model alohida ajralib turadigan xususiyatga ega emas. U «amerikacha» va «nemischa» model o'rtasida bo'lib, davlatning tartibga soluvchilik roli yuqori.

Frantsiyada 1947 yildan besh yillik indikativ reja tuziladi.

Hatto iqtisodiyotning xususiy sektori ham umummilliy rejalarga kiritilgan. Lekin ko'p ukladli iqtisodiyot xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning bu rejada qatnashishi ixtiyoriy. Davlatning qo'llab-quvvatlashidan umidvor firmalar, albatta ana shu rejalarni ko'zda tutib, faoliyat yuritishga harakat qiladi.

«Frantsuz modeli»da davlat tadbirkorligi katta o'rin tutadi. Kapital jamg'arilishiga, investitsiyaga davlat keng miqyosda aralashadi. Frantsiya aholi jon boshiga ishlab chiqarilgan YaMM mahsulot bo'yicha jahonda 12-o'rinda turadi. Bu 26,3 ming dollarga teng.

«Nemischa model». Bu model ijtimoiy yo'naltirilganligi bilan ajralib turadi. Ijtimoiy bozor iqtisodiyotining bosh g'oyasi Lyudvig Erxardga (1897—1977) tegishli. U 1949—1963 yillar davomida Germaniya Federativ Respublikasi Iqtisodiyot vaziri, 1963—1966 yillarda esa Federal kantsler bo'lib ishlagan.

Dastlab Erxard industrilashtirish rejasini ishlab chiqdi. Unda sanoat mahsulotini 1936 yilga nisbatan 65%, 1938 yilga nisbatan esa 50—55% ga ko'paytirish rejalashtirilgan. Bundan tashqari, pul islohoti, narx-navo islohoti o'tkazish, davlatning iqtisodiyotdagi rolini belgilab, qay darajada aralashuvi ko'rsatilgan.

Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti kontseptsiyasi zaminida faqat iqtisodiyotga tegishligina emas, balki insonning erkinligi masalalari ham ilgari surilgan.

Shaxs erkinligi haqidagi fikrlar Germaniya Konstitutsiyasida o'z ifodasini topgan.

«Nemis modeli» quyidagi xususiyatlari bilan ajralib turadi:

— Iqtisodiyotga davlatning katta ta'siri. Bu ayniqsa, sotsial muammolarni hal etishda namoyon bo'ladi. Germaniya o'zining an'anaviy, davlatning ijtimoiy himoya qilishga asoslanganligi bilan ajralib turgan.

— Germaniya birinchilardan bo'lib 70- yillardan boshlab asosiy mikroiqtisodiy ko'rsatkichlarni targetlashtirish (rejalashtirish)ga kirishgan.

— Ijtimoiy sherikchilik tamoyili amalga oshirildi. Korxonada ishlovchilarga mulkka ega bo'lishda qatnashish imkoni yaratildi.

— «Nemis modeli»da ham «yapon modeli»ga o'xshab hal qiluvchi rol banklarga berilgan. Markaziy bankka to'la mustaqillik berilgan.

— Ish haqi darajasi o'rtasidagi farq ham uncha katta emas. Firma boshlig'i bilan xodimlar ish haqi o'rtasidagi farq 23 ga teng. Mehnat ta'tili dunyoda eng uzun — 31 kunni tashkil etadi. Shu bilan birga ish haftasi eng qisqa — yillik ish vaqti 1500 soat (AQSH da 1850, Yaponiyada 2140 soat).

— Bandlikning o'sishiga qaratilgan dasturlar ishlab chiqish, ish vaqtining qisqaruvchan grafisini qo'llash, boylikni adolatli taqsimlash va boshqalar muhim o'rin tutadi. Aholi jon boshiga yaratilgan YaMM 28,9 ming dollar bo'lib, jahonda 7- o'rinda turadi.

«Janubiy Koreya modeli». Bu model shunisi bilan qiziqarliki, u Janubiy Koreyani qisqa muddat ichida qoloq mamlakatlar safidan rivojlangan mamlakatlar qatoriga olib chiqdi. 1962 yili iqtisodiy islohotlar boshlanayotgan paytda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromad 82 dollarga teng bo'lgan bo'lsa, 1988 yilga kelib 4,04 ming dollarga, 1996 yilga kelib 10,6 ming dollarga etdi yoki 129 martadan ortiq ko'paydi.

Janubiy Koreya modelining farqlanuvchi xususiyati shundaki, davlatning iqtisodiyotni tartibga soluvchi ta'siri nihoyatda kuchli. U quyidagi dastaklarni o'z ichiga oladi:

— Iqtisodiy o'sishni rejalashtirish. U bilan davlat organi — iqtisodiy rejalashtirish Kengashi shug'ullanadi. 1962 yildan buyon 5 yillik rejalarni ishlab chiqadi, yirik investitsion loyihalarni ma'qullash huquqiga ega, byudjet mablag'larini moliyalashtirish masalalarini hal qiladi. 70- yillarga qadar rejalashtirish direktiv xarakterga ega bo'lgan. Xususiy biznes rivojlanishiga qarab indikativ rejalashtirishga o'tildi. Ayrim yirik investitsion loyi-halar ba'zan XVF va Jahon banki tavsiyalariga rioya qilmay amalga oshirilgan. Xususan, shunday tarzda yirik po'lat quyish kompaniyasi yaratildiki, hozirgi paytda yiliga 200 mln tonnadan ortiq po'lat tayyorlaydi.

— Janubiy Koreyada uzoq vaqt kredit-moliya sohasida davlat monopoliyasi hukm surgan. Xususiy bank-kredit institutlari 80- yillarning birinchi yarmidan boshlab vujudga kela boshladi. Bunday siyosat davlatga o'z qo'lida moliya va valyuta resurslarini to'plash va undan ustun tarmoqlarni rivojlantirish uchun samarali foydalanish imkonini beradi.

— Tashqi iqtisodiy aloqalarni tartibga solish eksportni rag'batlantirish, importni cheklashga qaratilgan bo'lib, bu bilan milliy ishlab chiqarishni rivojlantirish qo'llab-quvvatlanadi.

Eksport muammosi alohida nazorat ostida bo'lib, Prezident har oy eng yirik eksportchilar ishtirokida kengash o'tkazgan. Alohida tarmoqlar bo'yicha eksport vazifalari rejalashtirilgan. Bu reja yillik bo'lib, kvartal va oylarga bo'lingan, zarur bo'lganda tuzatishlar kiritilgan.

Besh yillikda (1987—1991 yillar) iqtisodiyotni «jonlantirilgach» hukumat ijtimoiy dasturlarni amalga oshirishga kirishdi. Narxlarni barqarorlashtirish fondi tashkil qilindi. Yangi ish o'rinlari yaratildi. Ishsizlik qisqardi, ish haqi yiliga 29% ga o'sdi. Ish haqining o'sishi kasaba uyushmalari talabi bilan yuz berdi.

Natijada inflyatsiya o'sdi. Navbatdagi besh yillikda (1992—1996 yillar) hukumat inflyatsiyani jilovlashga harakat qildi. Daromad soliqlari oshirildi, davlat xarajatlari kamaytirildi.

Markazlashtirilgan tarzda o'rta va uzoq muddatli rejalar, maqsadli dasturlar tuzish, ularda ishlab chiqarish topshiriqlari hamda bajarish muddatlarining belgilanishi, xo'jalik yuritishda bozor uslublarini qo'shib olib borish Janubiy Koreyaga qisqa muddatlarda rivojlangan mamlakatlar safiga qo'shilib, jahon tsivilizatsiyasida o'ziga xos munosib o'rin egallash imkonini berdi.

«Xitoy modeli». Iqtisodiyotni qayta qurish qishloq xo'jaligini isloh qilishdan boshlandi. Qishloq xo'jaligida xalq kommunalari asosiy xo'jalik yurituvchi sub'ekt bo'lib, oilaviy pudrat tizimi barpo qilindi. Bu ish 1984 yil oxiriga kelib yakunlandi. Oilaviy pudrat dehqon xo'jaligini bir oila a'zolari tashkil etib, foydalanish uchun yer 15—20, ba'zi joylarda 30 yilga berilgan. Yerga oila yoki bir necha oila qo'lidagi o'zi egalik qilayotgan texnika, asbob-uskuna va boshqalar yordamida ishlov beriladi. Dehqonlar ishlab chiqargan mahsulotlarining bir qismini davlatga shartnoma asosida topshiradilar, bir qismini soliq o'rnida, yana bir qismini mahalliy fondga, qolganini o'z ixtiyorlariga ko'ra yuqori narxda davlatga yoki bozorda sotishlari mumkin edi.

Mayda xo'jaliklarning jamg'arna hosil qilish, texnikadan foydalanish, mahsulotning tovarlilik darajasini ko'tarish imkoniyati cheklangan.

Buni hisobga olib, hozirgi paytda dehqon birlashmalari, turli shakldagi kooperatsiyalar tashkil etish yoki yerni eng kuchli — samarali dehqon xo'jaliklariga berib, yollanma ish kuchini jalb etish yo'lidan borilmoqda.

1984 yilda islohot shaharda ham boshlandi. XXRning iqtisodiy rivojlanish modelini tanlash jarayonida Xitoy olimlari «aralash model» variantini ishlab chiqishdi. Shunday modelning 1968 yilda Vengriyada, 60- yillarning o'rtalarida Chexoslovakiyada o'ziga xos variantlari ishlab chiqilib, amalda qo'llash boshlangan edi. Bu modelning mohiyati shundaki, bozor mexanizmi davlatning iqtisodiyotni tartibga solish darajasining yuqoriligi sharoitida vujudga keltiriladi. Bu model rejali iqtisodiyotni takomillashtiradi hamda uch tomon — davlat, korxonalar va alohida ishlovchi manfaatlarini uyg'unlashtiradi. U makrodarajada rejali boshqarish, mikrodarajada bozor orqali boshqarishni davlat tomonidan tartibga solinadigan turli bozorlar amal qilishini ko'zda tutadi. Natijada Xitoyda «markazlashgan rejali iqtisod» modelidan «sotsialistik rejali tovar iqtisodi» modeliga o'tildi. Bu modelning mohiyati: sotsialistik ishlab chiqarish tovar ishlab chiqarishga asoslanadi. Tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar tovar-pul munosabatlariga va ularning rivojlanishiga asoslanadi. Bunda eng muhim ishlab chiqarish vositalariga ijtimoiy mulkchilik va makrodarajada markazlashgan rejalashtirishning hal qiluvchi roli uni boshqa modellardan ajratib turadi.

Xitoy rahbariyati ishlab chiqilgan nazariy qoidalarga tayanib, iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning asosi va tamoyillarini ishlab chiqdi.

Davlat sektorida mulk egaligi huquqi bilan xo'jalik yuritish huquqining ajratilishi korxonalar xo'jalik faoliyatini jonlantirishga olib keldi. Ularning ajratilishi korxonalarini mehnat jamoalariga yoki alohida shaxslarga pudratga berish, erkin sotuvga korxonalar aksiyalarini chiqarib sotish va boshqa xo'jalik yuritish shakllaridan foydalanish imkonini berdi. Korxonalariga o'zaro to'g'ridan-to'g'ri xo'jaliklararo aloqalarni faol rivojlantirish tavsiya etildi. Fond

bozorlari, xizmat, axborot, texnika, texnologiya bozorlarini ham o'z ichiga olgan bozor tizimini yaratishga katta ahamiyat berildi. Shu bilan birga iqtisodiyotni makrodarajada tartibga solishni kuchaytirish va takomillashtirishni ham amalga oshirish tavsiya qilindi.

Xitoyda o'tkazilgan islohotlar qishloqda sanoat o'sishiga olib keldi. Islohotlar boshlangach, 10 yil davomida 80 mln ishchi o'rmi yaratildi.

Sanoatda iqtisodiy qayta qurishlar natijasida turli mulk shakllaridan va xo'jalik yuritish uslublaridan foydalanishga asoslangan yangi xo'jalik mexanizmi vujudga keldi.

Lekin ijtimoiy mulkning etakchilik roli saqlanib qoldi. Davlat sektori sanoat mahsulotlari 56%ni tashkil etdi. Korxonalariga rejadan tashqari mahsulot ishlab chiqarish, sotish-sotib olish imkoni berildi. Natijada rejadan ortiq mahsulot ishlab chiqarish keskin ko'paydi. Korxonalar ochiq bozorda rejadan ortiq ishlab chiqargan mahsulotlarini davlat tomonidan belgilanganidan 20% yuqori narxda sotishlari mumkin bo'ladi. Bularning hammasi iqtisodiyotni jonlantirishga hamda jahonda sanoat ishlab chiqarishning eng yuqori sur'atda bo'lishini ta'minladi.

Shunday qilib, bozor iqtisodiyotiga o'tishda har bir mamlakatning boshqa mamlakatlardan bilan o'xshashlik tomonlariga qarab, ularni bozor iqtisodiyotiga o'tishning u yoki bu guruhiga kiritish mumkin. Shu bilan birga har bir mamlakat o'ziga xos xususiyatlari bilan boshqalardan farq qilar ekan, haqli ravishda har bir mamlakat bozor iqtisodiyotiga o'tishda o'z yo'liga ega, u o'z modelini yaratadi deb ayta olamiz.

### 3-§. O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasi

O'zbekiston o'z mustaqilligini e'lon qilgach, ijtimoiy yo'naltirilgan, bozor iqtisodiyotiga asoslangan, ochiq demokratik davlat barpo etishni maqsad qilib qo'ydi. «Pirovard maqsadimiz ijtimoiy yo'naltirilgan barqaror bozor iqtisodiyotiga, ochiq tashqi siyosatga ega bo'lgan kuchli demokratik huquqiy davlatni va fuqarolik jamiyatini barpo etishdan iboratdir»<sup>1</sup>.

Bozor iqtisodiyotiga o'tishning jahon miqyosidagi tarixiy tajribasi o'rganilib, bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasi<sup>2</sup> yaratildi. O'zbekistonning mavjud sharoitlari, xususiyatlarini hisobga olgan holda o'ziga xos yo'li ishlab chiqildi. Ular:

1. O'zbekistonda qadimdan taraqqiyot uzoq yillar evolyutsion tarzda rivojlangan «Osiyocha ishlab chiqarish usuli» va uning an'analari saqlanib qolishi bilan bog'liq. Bular dehqonchilikni sug'oriladigan yerda olib borilishi, yerni hosilbay ijaraga olib ishlov berish, ko'pgina ishlarni jamoa bilan bajarish (hashar), jamoa bo'lib yashash, mahalla kabi o'z-o'zini boshqarish tizimining saqlanishi, mahalla mulkning mavjudligi, mayda ishlab chiqarish va mayda savdo-sotiqqa moyillik, mayda dehqon xo'jaligining yuksak darajada tovar

<sup>1</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 9-bet

<sup>2</sup> Kontseptsiya (lotincha conception-tushunish, tizim) bosh g'oya, etakchi fikr, konstruktiv printsiplni talqin etish usuli. Bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasida bozor iqtisodiyotiga o'tish qonun-qoidalari va uning O'zbekistondagi xususiyatlariga oid ilmiy qarashlar majmui bayon qilinadi.



xo'jaligi bo'lishi va hokazolardan iborat. Tomorqa xo'jaligining saqlanishi mayda tovar xo'jaligi an'analari g'oyat kuchli ekanligidan dalolat beradi.

2. O'zbekistonning qator o'ziga xos xususiyatlari bir tomondan, sotsialistik iqtisodiy tizim asosida, ikkinchi tomondan, Sovet imperiyasi tarkibida rivojlanishi bilan bog'liq.

3. O'ziga xos sotsial-demografik vaziyatning mavjudligi. Respublika aholisi tarkibida yoshlar juda ko'p. Aholining 60% i qishloqlarda yashaydi. Aholi o'troq, ish kuchining siljishi (migratsiya-si) g'oyat sust. Aholi milliy urf-odat, an'analarni hurmat qiladi, ular hayot tarziga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

4. Aholining asosiy qismi musulmon bo'lib, diniy dunyoqarash ham aholining turmush tarziga ta'sir ko'rsatadi. O'zbekistonning mehnatsevar, saxiy, mehmondo'st xalqi — uning haqiqiy boyligidir.

5. O'zbekiston tuprog'i turli-tuman tabiiy resurslarga boy. Respublikamizda mashhur Mendelev davriy sistemasidagi deyarli barcha elementlar bor. Hozirga qadar 2,7 mingdan ortiq turli foydali qazilma konlari va ma'dan bor istiqbolli joylar aniqlangan bo'lib, ular 100 ga yaqin mineral xom ashyo turlarini o'z ichiga oladi. Umumiy xom ashyo potentsiali 3,3 trillion AQSh dollardan ortiq baholangan, 900 dan ortiq topilgan kon zaxiralari esa 970 milliard AQSh dollariga teng. Bu esa investitsiya uchun juda katta imkoniyat, faoliyat doirasi yaratadi. Bulardan tashqari, respublikamizning yana bir qancha o'ziga xos jihatlari borki, ular ham albatta uning o'ziga xos xususiyatlari shakllanishida katta rol o'ynaydi.

O'zbekistonning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, uning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasi ishlab chiqildi.

Bu kontseptsiya Prezidentimiz I. A. Karimovning qator asarlarida, Oliy Majlis qabul qilgan qonunlar va qararlarda o'z ifodasini topgan.

«O'zbekiston modeli»ning o'ziga xos tomoni, boshqa mamlakatlarning bozor iqtisodiyotiga o'tish modellaridan farqi bozor iqtisodiyotiga o'tish tamoyillarida o'z aksini topgan. Bu tamoyillarning asosiy mazmuni quyidagilardan iborat:

1. **Iqtisodiyotning siyosatdan ustuvorligi.** Bu tamoyilga binoan iqtisodiyotni mafkuradan batamom xoli qilish, uning siyosatdan yuqori turishi ta'kidlanadi.

Lekin shuni eslatish kerakki, mafkuradan batamom xoli qilish, bu umuman mafkuradan voz kechishni anglatmaydi, chunki birorta ham jamiyat ijtimoiy ongning san'at, din, siyosat, axloq kabi turli shakllarda mujassamlashgan muayyan g'oyalar, tasavvurlar, tushunchalardan tashqari rivojlana olmaydi.

Iqtisodiyotning siyosatdan ustun turishi uning ichki mazmunini tashkil qilmog'i lozim. Aynan iqtisodiyot uni yanada rivojlantirish, dolzarb muammolarni hal qilishi hozirgi yuritilayotgan siyosatning asosiy mazmunidir.

Bu tamoyil iqtisodiy faoliyatning, ijtimoiy hayotning birlamchi asosi ekanligidan kelib chiqadi. Tarixiy taraqqiyot shuni ko'rsatadiki, iqtisodiyot qanday bo'lsa, jamiyat hayotining boshqa hamma tomonlari ham shunga qarab tarkib topadi, rivojlanadi.

Ma'lumki, davlatlarning rivojlanish darajasi iqtisodiy ko'rsatkichlarga, eng avvalo, aholi jon boshiga ishlab chiqarilgan yalpi milliy mahsulot, ishlab chiqarilgan va iste'mol qilingan milliy daromad asosida aniqlanadi. Bu bejiz emas. Chunki aholining turmush darajasi bevosita ana shu ko'rsatkichlarga bog'liq. Xalq farovon yashashi uchun yuksak rivojlangan iqtisodiyot zarur.

Mamlakatimiz milliy mustaqillikni qo'lga kiritdi. Siyosiy mustaqillik iqtisodiy jihatdan ta'minlanmasa, to'laqonli mustaqillik bo'lolmaydi. Qoloq iqtisodiyot va past turmush darajasi bilan haqiqiy mustaqillikni ta'minlab bo'lmaydi. Buni nazarda tutgan holda iqtisodiyotni rivojlantirishga alohida ahamiyat beriladi. O'zbekiston kelajagi buyuk davlat. Buyuk kelajakning mustahkam poydevori — bu muttasil rivojlanib boruvchi iqtisodiyotdir. Iqtisodiyot barqaror o'sishi uchun ijtimoiy-siyosiy barqarorlik, xalqimizning tili bilan aytganda, tinchlik-totuvlik, xotirjamlik bo'lishi zarur. Undan tashqari, iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi, rag'bat beruvchi kuch zarur. Ana shunday kuch bozor iqtisodiyotida mavjud bo'lib, buni yuksak darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi tasdiqlab turibdi.

Iqtisodiyotning siyosatdan ustunligi iqtisodiy taraqqiyotda mafkuraning, siyosiy omilning ahamiyatini, uning maqsadlarini, umumiy ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot strategiyasini belgilashdagi rolini aslo inkor etmaydi. Iqtisodiyotning siyosatga nisbatan ustun ahamiyatga ega bo'lishi bu iqtisodiyotni ichki taraqqiyot qonunlariga zid bo'lgan o'zboshimchalikdan, siyosiy boshqaruv usulidan ozod qilishdir.

**2. Davlat — bosh islohotchi.** Yangi jamiyat qurish davrida, ayniqsa o'tish bosqichida davlat iqtisodiyotni boshqarish jilovini qo'ldan bermasligi zarur. Davlatning boshqaruvchilik roli iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning yana bir g'oyat muhim shartidir.

O'tish davrida davlatning iqtisodiyotdagi rolga yangicha yondashib, islohotlarni keng jamoatchilik ishtirokida davlat ishlab chiqqan dasturlar asosida, uning bevosita ishtiroki va rahbarligida amalga oshirish zarur. Bozor islohotlari umumiy iqtisodiy, umummilliy o'zgarishlar bo'lganidan uni ayrim jamoa, siyosiy partiya, jamoat tashkilotlari amalga oshira olmaydi, chunki ular shu guruh manfaatlarini himoya qilish bilan cheklanib qolishlari mumkin. Davlat esa jamiyat barcha a'zolari manfaatlarini ifodalaydi, shu manfaatlarni amalga oshirishni ko'zlaydi.

Iqtisodiyot sohasida amalga oshirilayotgan o'zgarishlar, hal qilinayotgan vazifalarning serqirraligi, bozorni shakllantirishga qaratilgan aniq chora-tadbirlarning murakkabligi bilan ajralib turadi. Bu jarayon iqtisodiyotni boshqarishni tashkil etish, bozor infrastrukturasi yaratish, jahon iqtisodiyotiga qo'shilish bilan bog'liqdir.

Boshqarishni qayta tashkil etish sohasida markazlashtirilgan tartibda ish ko'ruvchi davlat tuzilmalarini tugatib, bozor iqtisodiyotiga xos tuzilmalar barpo qilishga kirishildi. Davlat reja qo'mitasi tugatilib o'rniga Davlat istiqbolni belgilash va statis-tika qo'mitasi tuzildi. Keyinchalik, u Makroiqtisodiyot vazirligiga aylantirildi. Davlat ta'minot qo'mitasi Respublika ulgurji va birsa savdosi aktsiyadorlik jamiyati bilan almashtirildi. Davlat narx qo'mitasini batamom tugatish asosida Moliya vazirligi tizimida maxsus Demonopoliyalash va monopol narxlar ustidan nazorat qilish Bosh boshqarmasi tashkil etilib, u 1996 yilda Antimonopol qo'mitaga aylantirildi. Bank tizimida ham katta o'zgarishlar yuz berdi. Qisqa muddat ichida Davlat soliq qo'mitasi va davlat bojxona qo'mitasi tashkil etildi.

Ko'p ukladli iqtisodiyotni rivojlantirishda tashkil etilgan Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash Davlat qo'mitasining rag'batlantiruvchi ahamiyati katta. Davlat bozor iqtisodiyotining qaror topishiga

zarur sharoit yaratar ekan, mulkchilikning turli shakllari, raqobatchilikni vujudga keltirilishiga alohida ahamiyat beradi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida jamiyatda yuz berayotgan tabaqalanish natijasida odamlarning hayot kechirishida katta farq bo'lishining oldini oladi.

3. **Qonunlarning ustuvorligi.** Butun yangilanish va taraqqiyot jarayoni qonunlarga asoslanmog'i zarur. Iqtisodiy o'zgarishlar sinalgan, amaliy kuchga ega bo'lgan qonunlarga tayangandagina muqarrar bo'lishi, sezilarli natijalar berishi mumkin. Qonun hamma narsadan ustun bo'lishi kerak.

Bu tamoyil qonun oldida barchaning baravarligini ko'rsatadi. Jamiyatning har bir a'zosi kim bo'lishi, qanday lavozimda ishlashidan qat'i nazar, qonunlarga rioya qilishi shart. «O'zbekiston modeli»da bozor iqtisodiyoti qonunchilikka tayanib, unga xos bo'lgan faoliyat, iqtisodiy munosabatlar qabul qilingan qonunlar asosida olib borilishiga alohida ahamiyat beriladi. Buning uchun esa avvalo ko'zlangan maqsadni amalga oshirishni ta'minlovchi, har jihatdan puxta qonunlar qabul qilinishi lozim. Respublikada amalga oshirilayotgan huquqiy islohot O'zbekistonda amalga oshirilayotgan umumiy islohotlarning tarkibiy qismidir.

Ma'lumki, huquqiy islohot faqat huquqiy doira bilan chegaralanmaydi, chunki huquqiy islohotning o'zgartiruvchi kuchi ijtimoiy hayotning barcha sohalarini qamrab oladi. Huquqiy islohot bo'lmas ekan, siyosiy tizimni, iqtisodiy hayotni isloh qilishga, uni samarali amalga oshirishga umid bog'lab bo'lmaydi.

Shuning uchun ham islohotlar, eng avvalo O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasini qabul qilishdan boshlangani bejiz emas. Chinakam demokratik qonun oliy yuridik kuchga ega. Shuning uchun ham u oliy hokimiyat organi tomonidan yaratiladi. Qabul qilingan qonun boshqa barcha yuridik hujjatlardan ustun turadi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiya va qonunlar ustuvorligi asosida o'zining huquqiy, demokratik davlat tuzishga intilayotganini e'lon qildi.

Qonun ustuvorligini ta'minlash jamiyat uchun muhim ahamiyatga ega, chunki u fuqarolarga, davlatning o'ziga, uning organlari va mansabdor shaxslarga qonunlarga muvofiq ish olib borish majburiyatini yuklaydi va bu bilan odamlarning yuz berishi mumkin bo'lgan zo'raonliklardan himoyalanihini kafolatlaydi.

Qonunni hurmat qilish, unga rioya qilish — huquqiy davlat, erkin fuqarolar jamiyatini shakllantirishning zarur shartidir.

Qonunlar nazar-pisand qilinmagan, buzilgan joyda tartibsizlik, iqtisodiy parokandalik kelib chiqadi. Madaniylashgan bozor iqtisodiyoti qonunchilikka, qonunga tayanadi.

Yaxlit bozor tizimi vujudga kelishi uchun uning turli tomonlariga oid barcha qonunlar o'zaro muvofiqlashgan bo'lishi zarur. Bozor munosabatlarini tartiblashda iqtisodiy hayotga oid qonunlar alohida o'rin tutadi. Bular: mulkchilik, tadbirkorlik, moliya-kredit tizimi, raqobat, antimonopol faoliyat, tashqi iqtisodiy faoliyat, ijara, yerga egalik qilish, soliqlar, sanatsiya, milliy iqtisodiyotni himoya qilish, kapital bozori, sug'urta, garov, dehqon xo'jaligi va boshqalar to'g'risidagi qonunlardir.

«Isloh qilishning birinchi bosqichida, biz huquqiy asoslarni yaratishda o'zimizga xos yondashuvlarni, qonun hujjatlarini ishlab chiqarish va qabul qilish bo'yicha o'z mexanizimimizni vujudga keltirdik.»<sup>3</sup>

Qonunlarning o'zi qabul qilinganicha turib qolmaydi, u davr talabi bilan o'zgaradi. Yangilari qabul qilinadi, eskilariga tuzatishlar kiritiladi.

4. Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosat yuritish. Respublikaning nufuzi, tarixiy-madaniy xususiyatlarini albatta hisobga olgan holda kuchli ijtimoiy siyosat o'tkazish, aholining kam ta'minlangan tabaqalarini, qariyalar va bolalarni himoya qilish lozim.

«Demografiya sohasidagi real ahvolni, aholining mavjud turmush darajasini hisobga olgan holda bozor munosabatlariga o'tish bilan bir qatorda odamlarni ijtimoiy himoyalash sohasida kuchli chora-tadbirlarni oldindan amalga oshirish kerak. Ijtimoiy himoya-lash va kafolatlarning kuchli, ta'sirchan mexanizmi mavjud bo'lgandagina, ijtimoiy-siyosiy barqarorlikni saqlagan holda bozor iqtisodiyoti sari tinimsiz rivojlanib borishni ta'minlash mumkin.»<sup>4</sup>

«O'zbekiston modeli»ning eng muhim jihatlardan biri unda aholini ijtimoiy himoya qilishga alohida ahamiyat berilishidir. Bozor iqtisodiyotiga o'tishdan asl maqsad insonlarning hayoti farovon bo'lishini ta'minlash uchun sharoit yaratishdir. Lekin bozor iqtisodiyotiga o'tish bir qator ijtimoiy muammolarning vujudga kelishi bilan — jamiyatning tabaqalashuvi, inflyatsiya, ishsizlik, turmush darajasining pasayishi, ijtimoiy ziddiyatlarning keskinlashuvi bilan birga yuz beradi. Shunday sharoitda aholi turmush darajasining haddan tashqari pasayib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun uni ijtimoiy himoya qilishga alohida e'tibor qaratiladi. Ijtimoiy siyosat har bir jamiyatning o'ziga xos ijtimoiy himoya qilish mexanizimiga asoslanadi. O'tish davrida ijtimoiy himoyalashning o'tkinchi mexanizmi amal qiladi. Davlat va nodavlat mexanizm-lari birikib, aholining ijtimoiy himoyasini birgalikda amalga oshiradilar. Himoya byudjet va byudjetdan tashqari moliyaviy manbalar hisobidan ta'minlanadi.

Kuchli ijtimoiy yo'naltirilgan siyosatning mohiyati shundaki, davlat butun jamiyatni aniq ishlab chiqilgan, ya'ni bozor munosabatlariga o'tishdagi qiyinchiliklarni yumshatadigan ijtimoiy himoya tizimi bilan qamrab olishga harakat qiladi.

**Aholini ijtimoiy himoya qilish** — bu aholining normal hayot kechirishini ta'minlash uchun davlat tomonidan belgilangan kafolatlar tizimidir.

«O'zbekiston modeli»ga binoan ijtimoiy siyosat ta'sirchan, sharoitga tez moslashadigan, ustuvor chora-tadbirlarni aniq belgilashni ko'zda tutadi. **Dastlab aholini yoppasiga himoya qilish amalga oshirilgan bo'lsa, bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida aholining tabaqalanishi kuchaygan sari adresli yordam ko'rsatish asosiy o'ringa chiqdi.**

Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida O'zbekistondagi ijtimoiy siyosatning asosiy yo'nalishlari quyidagicha:

— aholi daromadlarini tartibga solish, katta moddiy-ijtimoiy farqlarga yo'l qo'ymaslik;

— aholi ijtimoiy himoyasini ta'minlash;

— ish bilan ta'minlanganlik muammosini hal etish;

— ekologik zararli ishlab chiqarishni tugatish;

<sup>3</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 32-bet

<sup>4</sup> O'sha asar, 11-bet

— sog'liqni saqlash, madaniyat, ta'lim sohalarini moliyalashtirishni qayta tashkil etish.

Aholini ijtimoiy himoya qilish uchun belgilangan chora-tadbirlar bizning aholi uchun odat tusiga kirmagan xususiyatlardan kelib chiqadigan kishilardagi ruhiy taranglikni yo'qotishga yordam berishi kerak. Bozorning rivojlanishi odamlarning ish bilan bandligi muammosini tubdan o'zgartirib yuboradi. Borgan sari xususiy sektorning ahamiyati ortib boradi.

Ishsizlik muammosi — bozor iqtisodiyotining muqarrar yo'ldoshi. Shuning uchun ishsizlik bo'yicha nafaqalar joriy etish, ish bilan bandlik xizmatini va ish bilan bandlik fondini tashkil etishga qaratilgan ijtimoiy siyosat olib boradi. Hozirgi paytda ish bilan bandlik fondiga har bir firma, korxonaga ish haqi fondining ikki foizini ajratishi shart.

Aholini ijtimoiy himoya qilish quyidagi ijtimoiy yordam ko'rsatish turlari orqali amalga oshiriladi. Bular — nafaqalar, turli imtiyozlar, uzluksiz bo'lmagan moddiy yordamlar berish va hokazolar.

Aholining quyidagi qatlamlari: nafaqa yoshidagi kishilar, nogironlar, boquvchisini yo'qotgan bolalar; kam ta'minlangan oilalar; ishsizlar; homilador ayollar va ishlamayotgan, yosh bolasini boqish bilan band bo'lgan onalar; kasalligi tufayli vaqtincha ishlamayotganlar; o'qiyotgan yoshlar; mehnatga layoqatli bo'lib nogironlarga qarayotgan kishilar ijtimoiy himoya qilinadi.

Aholiga ijtimoiy yordam ko'rsatishda mahalliy hokimiyat va boshqaruv organlarining — xususan mahallaning huquqlari kengaytirilishi va mas'uliyatining oshirilishi muhim rol o'ynaydi.

Aholiga ijtimoiy yordam ko'rsatish uchun manba sifatida davlat mablag'lari bilan bir qatorda mehnat jamoalari va xayriya tashkilotlari jang'armalarining mablag'larini ham keng jalb qilish amalga oshirilmoqda.

Mamlakatimizda qashshoqlikka qarshi kurashga alohida ahamiyat berilishi nochor ahvolga tushib qolgan va tushib qolishi mumkin bo'lgan oilalarni ijtimoiy qo'llab-quvvatlashga qaratilgan ijtimoiy siyosatning tamal toshidir.

Hozirgi paytda turli ijtimoiy ehtiyojlarga sarflanadigan xarajatlar davlat chiqimlarining deyarli 40% ini tashkil etmoqda.

Respublikada vujudga keltirilgan ijtimoiy himoya tizimi borgan sari takomillashib bormoqda. «Bugungi kunda aholining moddiy farovonligiga salbiy ta'sir ko'rsata oladigan omillar deyarli yo'q. Aksincha, barqarorlashuvchi, aholining turmush darajasi o'sishi uchun shart-sharoit va kafolatlar yaratib beruvchi omillar tobora ortib bormoqda».<sup>5</sup>

**5. Bozor iqtisodiyotiga asta-sekin, bosqichma-bosqich o'tish.** Bozor iqtisodiyotiga o'tish bu o'zini oqlamagan totalitar rejali iqtisodiy tizimdan istiqboli amalda tasdiqlangan erkin rivojlanuvchi bozor tizimiga o'tishdir. Bu tizimlarning negizlari xilma-xil, rivojlanish qonun va qoidalari ham bir-biridan tubdan farq qiladi. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyotiga o'tishda shoshilish yaramaydi. Yangi iqtisodiy, bozor munosabatlariga puxta o'ylab, bosqichma-bosqich o'tish zarur.

Bozor iqtisodiyotiga evolyutsion yo'l bilan o'tish muhim ahamiyatga ega. Bozor munosabatlarining mamlakatimiz hayotiga tabiiq etishning

<sup>5</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 22-bet topish

«jadallashtirilgan», «shok holatiga tushirib davolash» g'oyasi bizning respublikamiz uchun nomaqbul yo'ldir. Chunki, ko'nikib qolgan turmush tarzidan, qaror topgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardan yangisiga o'tish, kishilarning unga moslashishi mashaqqatli bo'lib, qiyin kechadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish mavjud ma'muriy-rejalashtirishga asoslangan totalitar iqtisodiyotni ta'mirlash, davr talabiga moslashtirish «qayta qurish» emas. Aksincha, iqtisodiyotning tamomila yangilanishi, o'zini oqlamagan totalitar, markaziy rejalashtiriladigan iqtisodiy tizimdan istiqboli rivojlangan va shu yo'lni tanlagan mamlakatlar tajribasida sinalgan bozor iqtisodiyoti tizimiga o'tishdir. Bu tizimlar bir-biridan tubdan farq qiladi (II bob). Shuning uchun totalitar tizim o'z-o'zidan bozor tizimiga aylana olmaydi. Tarixda hech qachon bir iqtisodiy tizimdan ikkinchisiga qisqa vaqt ichida o'tilmagan.

Bozor iqtisodiyoti murakkab tizim. Uning tarkibi ketma-ket shakllanadigan unsurlardan iborat bo'lib, ularni birdan yaratib bo'lmaydi. Rivojlangan mamlakatlarda bozor iqtisodiyoti uzoq yillar davomida shakllangan. U tegishli infrastrukturani, huquqiy asoslar bo'lishini, qonunlarni amal qilishini ta'minlovchi mexanizmni vujudga keltirishni talab qiladi. Vujudga keltirilgan mexanizm ham birdaniga ishga tushib ketmaydi, u asta-sekin izga tushadi, takomillashib boradi.

Mamlakatimizda ham avvalo tegishli huquqiy asosni, bozor infrastrukturasi, yangi sharoitda ishlay oladigan kadrlarni tayyorlash uchun vaqt kerak. Odamlarning fikri, dunyoqarashining o'zgarishini yangicha fikrlashga o'rgatish kerak. Eskicha fikrlashdan xoli bo'lmay isloh qilish yo'lidan olg'a borish, tamomila yangicha munosabatlarni joriy etish mumkin emas.

«O'zbek modeli» bozor iqtisodiyotiga katta sakrashlar, tubdan vayron qilish yo'li bilan emas, balki bir bosqichdan ikkinchi bosqichga ketma-ket o'tishga asoslanadi. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning har bir bosqichi amalga oshirilayotgan islohotlar strategiyasining bir halqasi bo'lib, unga strategik jihatdan ustuvor yo'nalishlar belgilanadi.

«Islohotni amalga oshirishda uning bosqichlari izchil bo'lishi muvaffaqiyat garovidir. Erkin bozor iqtisodiyotiga ega bo'lgan demokratik jamiyat barpo etishdan iborat pirovard maqsad unga olib boruvchi har bir bosqichda o'z ifodasini topmog'i kerak.»<sup>6</sup>

Har bir bosqichda aniq maqsad qo'yilib, uni amalga oshirish uchun vazifalar belgilanadi. Belgilangan vazifalarni hal etish uchun puxta ishlab chiqilgan real mexanizmni shakllantirish zarur.

Bir bosqichni tamomlagandan keyingina zarur sharoitlarni yaratib, yangi bosqichga o'tish mumkin.

Shu bilan birga, shuni ta'kidlab o'tish lozimki, «Besh tamoyilning hammasi ham demokratik va iqtisodiy o'zgarishlarni muvaffaqiyatli isloh qilib borishda birday muhim ahamiyatga egadir. Shu bilan birga bozorga bosqichma-bosqich o'tish tamoyili alohida ahamiyatga ega. Bu etakchi tamoyillardan biridir. U iqtisodiy islohotlarning butun ichki mantiqini, rivojlanib borishi va xarakterini belgilab beradi»<sup>7</sup>.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish, totalitar tizimning vayron bo'lishi iqtisodiy tushkunliklar bilan birga yuz berdi. Natijada xalqning turmush darajasi

<sup>6</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 13-bet

<sup>7</sup> O'sha asar, 11-bet

pasayishiga olib keldi. Tarixchi N. Verneka Sodre reformalar davrida jamiyatning rivojlanishini kvadrat shaklidagi g'ildirakning aylanishiga qiyoslagan. Bunday g'ildirak nihoyatda qiyinchilik bilan aylanadi, har bir siljishi uchun nihoyatda ko'p kuch talab etiladi. Jamiyatning barcha a'zolari birgalikda g'ildirakni joyidan siljitishga harakat qilsa, uning yurishi engillashadi va borgan sari silliqlashib, aylana shaklini oladi.

«Birinchii bosqich — totalitar o'tmishdan hozirgi, zamonaviy bozor munosabatlariga o'tishga qaratilgan chora-tadbirlar zanjiridagi boshlang'ich bo'g'indir. Mazkur davrning xususiyati ham, murakkabligi ham ana shunda.»

Birinchii bosqichda ikkita hal qiluvchi vazifani birdaniga amalga oshirildi. Birinchisi, ma'muriy-buyruqbozlik tizimi oqibatlarini engish, tanglikka barham berish, iqtisodiyotni bar-qarorlashtirish; ikkinchisi, respublikaning o'ziga xos sharoitlari va xususiyatlarini hisobga olgan holda bozor munosabatlarining negizini shakllantirish.

Bu vazifalarni bajarish uchun avvalo bozor iqtisodiyotiga o'tishning huquqiy asoslarini vujudga keltirish, so'ngra kichik privatizatsiyani amalga oshirish iqtisodiyotni barqarorlashtirish va qisman liberallashtirish, bozor infrastrukturasiining poydevorini, xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoit yaratish, moliya va soliq, pul-kredit, narx-navo va pulning qadr-sizlanishiga qarshi siyosat sohasida ustuvor yo'nalishlar belgilandi.

Bugungi bosqichda belgilangan vazifalar umuman muvaffaqiyatli hal etildi. Etakchi, tarkibiy jihatdan hal qiluvchi tarmoqlarda ishlab chiqarishning hajmi kamayishi to'xtashiga erishildi. Vaholanki, 1991—1992 yillar respublikamiz uchun og'ir sinov yili bo'lgan edi. Sobiq Ittifoqning parchalanishi, an'anaviy xo'jalik aloqalarini buzilishi bilan respublika moliyaviy va strategik jihatdan muhim xom ashyo resurslarining taqchilligi iskanjasida qoldi. Bunda butun diqqat-e'tibor ichki resurslarni safarbar etishga qaratildi. O'tkir ijtimoiy va iqtisodiy muammolarni hal qilishning eng qulay yo'llari izlandi. Natijada yalpi ichki mahsulotni haddan tashqari pasayib ketishiga yo'l qo'yilmadi, O'zbekiston aholisining turmush darajasini keskin pasayishi ro'y bermadi.

Iqtisodiy islohotni amalga oshirishning asosiy shartlaridan biri bozor iqtisodiyotining huquqiy negizi yaratildi. Huquqiy asoslarni yaratishda respublikaga xos yondashuvlarni, qonun hujjatlarini ishlab chiqish va qabul qilish bo'yicha o'z mexanizimimizni vujudga keltirdik. Qonun iqtisodiy hayotni, ijtimoiy munosabatlarni tartibga solishning asosiy vositasi bo'lib qolishi kerak. Buning uchun puxta, chuqur o'ylab ishlangan, har tomonlama mukammal, uzoq muddat davomida amal qiladigan qonunlarga ega bo'lish kerakligini nazarda tutgan holda, islohotlar jarayonini davlat huquqiy jihatdan boshqarishining yaxlit tizimi tarkib topdi. Eng avvalo asosiy qonun — O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, hamda iqtisodiy mustaqillikni ta'minlashning huquqiy negizini barpo etadigan 100 dan ortiq asosiy qonun hujjatlari qabul qilindi. «O'zbekiston Respublikasi Davlat mustaqilligining asoslari to'g'risida», «O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi to'g'risida», «Joylarda davlat hokimiyati to'g'risida», «Fuqarolarni o'zini o'zi boshqarish organlari to'g'risida» va boshqa tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan qonunlar qabul qilindi.

<sup>3</sup> O'sha asar, 19-bet

Sifat jihatdan yangi iqtisodiy munosabatlarga, avvalo yangi mulkchilik munosabatlariga asos soladigan qonunlar majmui yaratildi. Mulchilik to'g'risida, yer to'g'risida, davlat tasarrufidan chiqarish va xususiyashtirish to'g'risida, ijara to'g'risida, davlat uy-joy fondini xususiyashtirish to'g'risida va boshqa qonunlar shu jumlagi kiradi.

Bundan tashqari, xo'jalik yuritish va institutsional o'zgarishlarni bozor iqtisodiyoti talablariga mos ravishda amalga oshirishni huquqiy asoslari yaratildi. Xo'jalik yuritish faoliyatini tartibga soluvchi korxonalar to'g'risida, kooperatsiya to'g'risida, xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari to'g'risida, bozor infrastrukturasi yaratish va uning faoliyatiga xos jarayonlarni tartibga solishni ta'minlaydigan banklar va bank faoliyati to'g'risida, tadbirkorlik to'g'risida, sug'urta to'g'risida, birjalalar va birja faoliyati to'g'risida, auditorlik faoliyati to'g'risida qimmatli qog'ozlar va fond birjalari to'g'risida va boshqa qonunlar qabul qilindi. Iqtisodiy jihatdan erkin bo'lgan korxonalar va fuqarolarning davlat bilan o'zaro munosabatlari mexanizmi soliqlar tizimi orqali belgilab beriladigan qonun va me'yoriy hujjatlarda o'z aksini topdi. Monopolistik faoliyat cheklab qo'yilgan, garov huquqi joriy qilindi. Korxonalarining bankrot bo'lishi qonun yo'li bilan e'tirof etildi.

Shu bilan birga, O'zbekistonning xalqaro munosabatlarda teng huquqli sub'ekt sifatida qatnashishini ta'minlovchi huquqiy normalar yaratildi. Tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risida O'zbekiston Respublikasining etakchi xalqaro tashkilotlarga a'zoligi to'g'risida, asosiy xalqaro paktlar va bitimlarning O'zbekiston tomonidan imzolinishi respublikamizning jahon miqyosida tashqi aloqalarini rivojlantirish uchun sifat jihatdan yangi sahifalar ochdi.

Insonning ishonchli konstitutsion va yuridik huquqlarini, ijtimoiy kafolatlarini, aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashni ta'minlaydigan qonunlar: jumladan, ish bilan bandlik to'g'risida, nogironlarni ijtimoiy himoyalash to'g'risida, fuqarolarning pensiya ta'minoti to'g'risida, vijdon erkinligi va diniy tashkilotlar to'g'risidagi qonunlar, bozorga o'tishning murakkab sharoitida aholining eng muhtoj tabaqalari manfaatlarini qonun kuchi bilan himoya qilishgagina emas, balki odamlarning ma'naviy, iqtisodiy imkoniyatlarini namoyon qilishga, islohotlar uchun mustahkam ijtimoiy zamin yaratishga ham imkon berdi. Natijada davlat mulkini xususiyashtirish va ko'p ukladli iqtisodiyot asoslarini shakllantirish imkoni yaratildi. Birinchi bosqichda «Kichik xususiyashtirish» dasturi amalga oshirildi. Savdo, aholiga maishiy xizmat ko'rsatish, mahalliy sanoat korxonalarini xususiy va jamoa (shirkat) mulkiga aylantirildi. Uy-joylar xususiyashtirildi.

Xususiyashtirish jarayonida ilgari davlat ixtiyorida bo'lgan bir milliondan ortiq kvartira yoki davlat uy-joy fondining 95% idan ortig'i aholining xususiy mulki bo'ldi. Bunda har 3 kvartiraning bittasi egalariga imtiyozli shartlar bilan yoki bepul berildi. Urush faxriylari, o'qituvchilar, tibbiyot xodimlari va ilmiy xodimlar, ijodiy ziyolilar kvartiralarining bepul egalari bo'lishdi.

Kam daromadli, mehnatga layoqatsiz va yolg'iz keksa shaxslar, birinchi marta qurilgan yosh oilalar hamda fuqarolarning ijtimoiy himoyalanganmagan, kam ta'minlangan boshqa toifalari, uy-joyga muhtojlar uchun aniq maqsadli maxsus kommunal uy-joy zaxiralari tashkil etildi. Ular boshqaruv organlari huzurida bo'lib, xususiyashtirilmaydi. Ulardan shartnoma asosida foydalaniladi.



Korxonalar va tashkilotlarga o'z xodimlari va nafaqadagilarning uy-joy qurish yoki kvartiralarini xususiy lashtirish uchun olgan ssudalari yo bo'lmasa kreditlarini batamom yoki qisman to'lab yuborish huquqi berildi.

Uy-joy fondi xususiy lashtirilishi kommunal xizmat ko'rsatish tizimida tub o'zgarishlarga olib keldi. Bu tizim butunlay mahalliy boshqaruv organlari ixtiyoriga o'tdi.

Kichik xususiy lashtirishning amalga oshirilishi hamda boshqaruv va xo'jalik tizimlarida tegishli tajriba orttirilishi 1994 yil o'rtalaridan ommaviy xususiy lashtirish bosqichini boshlashga imkon berdi.

Birinchi bosqichda qishloq xo'jaligini isloh qilish, agrar munosabatlarning yangi turini yaratishga ustunlik berildi.

Institsutsional (muassasalar sohasidagi) o'zgarishlar amalga oshirilib, boshqarishning yangi strukturasi yaratildi.

Eng chuqur tarkibiy o'zgarishlar respublika iqtisodiyotining tarmoqlari va ayrim sohalarni boshqarish tizimida yuz berdi. Endi iqtisodiyotni tartibga solishning davlat mexanizmi bilan yonma-yon bozor mexanizmi ham ishlay boshladi.

Respublikada bozor iqtisodiyotiga o'tishning birinchi bosqichida ayniqsa narxlarni erkin lashtirish masalasiga alohida e'tibor berildi. Chunki, u iqtisodiy islohotlarning eng asosiy muammolaridan biri bo'lib, uni hal etishga qarab, ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlariga olib kelishi namoyon bo'ladi. Shuning uchun narxlarni birdaniga erkin qo'yib yuborish bizning sharoitimizda salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkinligi hisobga olindi. Bosqichma-bosqich o'tish tamoyili narxlarni erkin lashtirish, uning strategiyasi va taktikasini aniqlashda namoyon bo'ldi. Narxlar 1992 yil yanvardan boshlab bosqichma-bosqich, ohistalik bilan aholini ijtimoiy himoyalashga qaratilgan kuchli choralarni oldindan ko'rgan holda erkin lashtirildi.

Narxlar liberallashtirilalar ekan, aholini himoyalash maqsadida cheklangan doiradagi oziq-ovqat va sanoat tovarlari narxlarining chegarasi belgilab qo'yildi. Aholiga ko'rsatiladigan ayrim turdagi xizmatlarning ham eng yuqori ta'riflari joriy etildi.

Don, bug'doy etishtirish uchun, un, boshqa oziq-ovqat mollarni ishlab chiqarishga qilinadigan xarajatlarning bir qismi respublika byudjetidan to'landi. Maktab o'quvchilari va talabalarga bepul nonushta va imtiyozli ovqat berishdan ko'rilgan zarar ham davlat hisobidan qoplandi. Bolalarga mo'ljallangan ayrim turdagi tovarlarni, dori-darmonlarni ishlab chiqarishga ham dotatsiya berildi.

1993 yilda qat'iy belgilangan va tartibga solib turiladigan narxlarda sotiladigan tovarlar va xizmatlarning ro'yxati ancha qisqardi. Ulgurji narxlarni davlat tomonidan tartibga solish batamom to'xtatildi. 1994 yil oktyabr-noyabr oylari narxlarni erkin lashtirish jarayonida muhim bosqich bo'ldi. Bu davrda xalq iste'moli mollari asosiy turlarining narxlari erkin qo'yib yuborildi, transport va kommunal xizmatlarning tariflari oshirildi. Non va uning narxlari, uy-joy-kommunal xo'jaligi hamda shahar umumiy transporti xizmatlarining tariflarigagina qisman dotatsiya beriladigan bo'ldi.

Davlat turli kompensatsiya jang'armalari tuzdi, bolalar uchun nafaqalar joriy etdi, eng kam ish haqi, pensiya, stipendiya, nafaqalarni muntazam suratda oshirib bordi. Muhtojlarga mahalla qo'mitalari orqali yordam berdi, imtiyozli soliq stavkalari joriy etdi. Shu tufayli korxonalar kompensatsiya qiladigan sarfining

50% i byudjetga ajratmalar ulushini kamaytirish hisobiga qoplanib, aholi manfaatlarini ishonchli tarzda himoyalaniishi ta'minlandi.

Iqtisodiyotni isloh qilishning birinchi bosqichi bosqichi narxlarni to'la erkinlashtirish bilan tugadi. U ijtimoiy larzalarsiz o'tdi.

Birinchi bosqichda bozor infrastrukturasi shakllantirish sari dastlabki qadamlar tashlanib, borgan sari jadallashib bordi. Tovar xom ashyo birjasi, moliya bozori vujudga keldi. Milliy pul tizimi shakllantirilib, «So'm» 1994 yil 1 iyuldan boshlab muomalaga kiritildi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni erkinlashtirish va jahon iqtisodiy hamjamiyatiga qo'shilish borasida ham arzirli muvaffaqiyatlarga erishildi. O'zbekistonni 150 dan ortiq davlat tan oldi, 74 tasi bilan diplomatik aloqalar o'rnatildi. O'zbekiston poytaxti Toshkentda 30 dan ortiq davlatlarning elchixonalari ish boshladi. Dunyoning 20 dan ortiq, ya'ni AQSh, Germaniya, Frantsiya, Turkiya, Hindiston, Rossiya va boshqa davlatlarida O'zbekistonning diplomatik elchixonalari tashkil qilindi. Qator xalqaro iqtisodiy hamkorlik tashkilotlari faoliyatida qatnashishni boshladi, Birlashgan Millatlar Tashkilotining iqtisodiy muassasalari, Jahon banki, Xalqaro Valyuta fondi, Xalqaro Moliya korporatsiyasi, Iqtisodiy taraqqiyotga ko'maklashuvchi tashkilot, Xalqaro mehnat tashkiloti, Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti kabi obro'-e'tiborli xalqaro moliyaviy-iqtisodiy tashkilotlarga a'zo bo'lib kirdi. Ko'pgina xalqaro tashkilotlar — BMT, XVf, Jahon banki, Evropa tiklanish va taraqqiyot banki, Evropa Ittifoq Komissiyasi va boshqa tashkilotlar respublikada o'zlarini mintaqaviy vakolatxonalarini ochdilar.

Xalqaro Valyuta fondi mutaxassislari ishtirokida O'zbekiston iqtisodiyotini isloh qilish maqsadida muntazam o'zgartirishlar dasturi, XVf va Jahon Banki, Xalqaro Moliya korporatsiyasi ishtirokida qator loyihalar: jumladan kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga ko'maklashish loyihalari ishlab chiqib, uni hayotga tatbiq etishni amalga oshirishga kirishildi. O'zbekiston Markaziy Osiyo davlatlari bilan birgalikda Turkiya, Eron va Pokiston tomonidan tuzilgan Iqtisodiy hamkorlik tashkilotiga a'zo bo'lib kirdi.

1994 yilning iyun oyida O'zbekiston Tariflar va savdo Bosh Bitimi (GATT)da kuzatuvchi maqomini oldi. MDHga kirgan mamlakatlar bilan bevosita va ko'p tomonlama munosabatlarni rivojlantirish tashqi siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib, O'zbekiston hamdo'stlik g'oyasini qo'llab-quvvatladi, yaqinlashuv va kooperatsiya aloqalarini mustahkamlash o'zaro tenglik, manfaat asosida ish olib borish tarafdori.

«Barcha islohotlarning — iqtisodiy, demokratik, siyosiy islohotlarning asl maqsadi insonga munosib turmush va faoliyat sharoitlarini vujudga keltirishdan iborat.»<sup>9</sup>

Aholining eng himoyasiz va muhtoj tabaqalarini o'z vaqtida qo'llab-quvvatlash islohotlarni muvaffaqiyatli o'tkazish garovidir.

Iqtisodiy ahvol murakkab bo'lishiga qaramay, moddiy va moliyaviy imkoniyatlar cheklangan sharoitda ham doimo ijtimoiy ahamiyatga loyiq bo'lgan eng muhim vazifalarni hal etish uchun zarur vositalar qidirib topildi. «Islohotlarning butun birinchi bosqichi davomida ijtimoiy himoyalash xarajatlari respublika byudjetining salkam uchdan bir qismini tashkil etdi.»<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 119-bet

<sup>10</sup> O'sha asar 121-122, 175-betlar

Birinchi bosqichda xalqning ma'naviyati va madaniyati, tarixi va o'ziga xosligini qayta tiklashga alohida ahamiyat berildi.

Iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy barqarorlikning ta'minlanishi islohotlar birinchi bosqichining eng asosiy yakuni bo'ldi.

Iqtisodiyot va ijtimoiy sohada yuz bergan tub o'zgarishlar uning o'z taraqqiyotida keyingi, sifat jihatdan yangi bosqichga o'tishi uchun mustahkam sharoit tayyorladi.

Respublikamiz isloh qilishning birinchi bosqichini yakunlab, ikkinchi bosqichiga o'tdi. Iqtisodiy islohotlarning ikkinchi bosqichi maqsadi va muddaolaridan kelib chiqqan holda kuch-g'ayrat va resurslarimizni safarbar etishimiz kerak bo'lgan asosiy to'rt vazifa qo'yildi:

«**Birinchi** va ehtimolki, **asosiy vazifa** davlat mulklarini xususiyashtirish sohasida boshlangan ishni oxiriga etkazishdan iborat.»<sup>11</sup>

**Ikkinchi eng muhim vazifa** — ishlab chiqarishning pasayishiga barham berish va makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash ham korxonalar, tarmoqlarning, ham umuman davlatning iqtisodiy va moliyaviy barqarorligiga erishish.

**Uchinchi muhim vazifa** — milliy valyuta — so'mni yana ham mustahkamlashdan iborat.

**To'rtinchi strategik vazifa** — iqtisodiyotimiz strukturasi tubdan o'zgartirish, xom ashyo etkazib berishdan *tayyor mahsulot ishlab chiqarishga o'tish*.

Hozirgi paytda bu qo'yilgan vazifalar muvaffaqiyatli ravishda amalga oshirilmoqda.

Mulkni chinakam mulkdorlar qo'liga topshirish tezlashtirilib, ularning egalarida haqiqiy xo'jayinlik tuyg'usi shakllanib bormoqda. Davlat mulkini xususiyashtirish, tadbirkorlik faoliyatini keng qo'llab-quvvatlash, kichik korxonalar tashkil qilishni rag'batlantirish uchun zaruriy huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilinib chora-tadbirlar belgilanmoqda. Natijada davlatga qarashli bo'lmagan sektorning ulushi tobora ortib borib, hozirgi paytda mamlakat miqyosida yaratilgan milliy daromadning 70%, sanoat mahsulotining 53,5%, qishloq xo'jalik mahsulotining 97,7% ini tashkil etmoqda.

Diqqat-e'tibor iqtisodiyotda ishlab chiqarishni pasaytirishga barham berish, barqarorlashtirish va yuksaltirish uchun qaratilgani tufayli O'zbekiston iqtisodiyotning barcha ko'rsatkichlari bo'yicha hamdo'stlik davlatlari orasida eng kam pasayishi yuz berdi. Ular orasida birinchi bo'lib, 1996 yildan boshlab asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar bo'yicha barqaror o'sish ta'minlanmoqda.

«O'zbekiston modeli»da e'tibor respublikada ishlab chiqarishni tiklamay, iqtisodiyotni yuksaltirmay, tsivilizatsiyalashgan bozor sari amalda ilgari lab borish, mustaqillikni, suverenitetni iqtisodiy jihatdan himoya qilish, aholi uchun ishonchli ijtimoiy kafolatlarni vujudga keltirish, munosib turmush darajasini ta'minlash mumkin emasligiga qaratilgan. Bu jihati bilan barqarorlashtirish siyosatini amalga oshirishda printsip jihatdan bir-biridan farq qiluvchi boshqa yondashuvlardan ajralib turadi.

Iqtisodiyot barqarorligini o'ziga xos ko'rsatkichi, belgilangan islohotlarni muvaffaqiyatli amalga oshirishning mezonini bo'lgan milliy valyutani mustahkamlashga qaratilgan to'rtta yo'nalishda alohida dastur ishlab chiqildi:

1. So'mni tovar bilan barqaror ta'minlashni amalga oshirish.

<sup>11</sup> Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T., «O'zbekiston» 1995y., 175-bet

2. So'mni barqaror amal qilishi, erkin almashinuvini ta'minlash, buning uchun etarli valyuta zaxirasiga ega bo'lish.

3. Har bir kishi, har bir tashkilotni ishlab topgan so'mini qadrlashga o'rgatish, milliy valyutani aniq to'lov vositasiga aylantirish.

4. Milliy valyutani mustahkamlash uchun inflyatsiyaga qarshi baquvvat, paxta o'ylangan siyosat o'tkazish.

Hozirgi paytda bu dasturlarni izchillik bilan hayotga tatbiq etish, butun milliy iqtisodiyotda strukturaviy o'zgarishlarni amalga oshirish bilan birgalikda olib borilyapti.

Sobiq Ittifoq davrida sanoat tizimida engil sanoatning, aniqrog'i paxta tozalash sanoatining mavqei juda yuqori bo'lgan. Ayrim regionlar sanoatida uning salmog'i 70—80 % gacha etgan. Katta xom ashyo resurslariga ega bo'lgan hududlarda tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish yo'lga qo'yilmagan edi.

Og'ir sanoat korxonalarining hammasi sobiq markazga bo'ysungandi. Ishlab chiqarilgan sanoat mahsuloti tarkibida xalq iste'mol mollarining hissasi atigi 37,1% bo'lgan.

Shunday og'ir vaziyatda sanoatni tiklash, tarkibiy o'zgarishlari bo'yicha chora-tadbirlar ko'rilmaganda ishlab chiqarishni keskin tushib ketishi, sanoatda band aholining katta qismi ishsiz qolishi mumkin edi. O'z navbatida u boshqa salbiy oqibatlarni keltirib chiqarishi mumkin edi. Ushbu salbiy jarayonni oldini olish maqsadida chet el sarmoyalari jalb qilish orqali raqobatbardosh, import o'rni bosadigan, eksportga mo'ljallangan mahsulotlar ishlab chiqariladigan yangi korxonalar tashkil qilish, eskilarini yangi zamonaviy texnologik jihozlar o'rnatish yo'li bilan xaridorgir mollar ishlab chiqarishga ixtisoslashuviga alohida e'tibor berildi.

Qulay investitsion muhit yaratilganligi xorijiy sarmoyalarning kirib kelishiga keng yo'l ochilgani iqtisodiyotda tub strukturaviy o'zgarishlar sodir bo'lishining muhim omillaridan biri bo'ldi.

Islohotlarning dastlabki bosqichidanoq yoqilg'i-energetika majmuasini yuqori sur'atlar bilan rivojlanishini ta'minlash, neft va tabiiy gaz ishlab chiqarish hamda ularni qayta ishlash hajmlarini ortib borishi hisobiga energetika mustaqilligiga erishildi. Agarda 80- yillarda har yili 6 mln. tonna atrofida chetdan neft tashib kelingan bo'lsa, endilikda yoqilg'i mahsulotlarini eksport qilinayapti. Qisqa muddat ichida Buxoro neftni qayta ishlash zavodi ishga tushirildi. 1998 yilda eksport qilingan mahsulotlarning 7,9% ini elektr-energiya manbalari tashkil qildi.

Mamlakatimiz sanoatida mashinasozlik va metallni qayta ishlash tarmog'ining mavqei kun sayin ortib boryapti. Ayniqsa, avtomobilsozlikning tashkil topishi jiddiy tarkibiy o'zgarishlar sodir bo'lishiga olib keldi. U sanoatda barqaror o'sishni ta'minlashning muhim omili bo'lmoqda. O'zbekiston O'rta Osiyo davlatlari orasida birinchi, dunyoda 28- bo'lib avtomobil ishlab chiqaradigan mamlakatga aylandi.

Hozir yangi tarmoq tizimida quvvati 200000 engil avtomobil bo'lgan «UzDEUAvto», avtobus va yuk mashinalari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan «SamKochAvto» qo'shma korxonalari faoliyat ko'rsatmoqda.

Xalq iste'moli mollari ishlab chiqarishga alohida ahamiyat berilib, qator qo'shma korxonalar vujudga keltirildi. Hozirgi kunda oziq-ovqat va nooziq-

ovqat tovarlari ishlab chiqarish kundan-kunga sifati va miqdori jihatdan aholi talabini qondiradigan darajaga etmoqda.

Xizmat ko'rsatish sohasiga diqqat qaratilishi bu sohaga uzoq yillardan beri e'tibor berilmaganini tufayli rivojlangan mamlakatlardan nihoyatda orqada qolib ketilgani, o'rtadagi katta farqni borgan sari yo'qotib borishga qaratilgan. Hozirgi paytda iqtisodiy faol aholining bu sohada band bo'lishi milliy iqtisodiyotdagi muhim o'zgarishlar yuz berayotganidan dalolat beradi.

Ikkinchi bosqichda narxlarni ustidan davlat nazoratini minimallashtirish, ommaviy privatizatsiya tufayli davlat mulki hissasi kamayib, bozor sektori ulushi tez o'sib bordi. Qishloq xo'jaligi isloh qilinib xo'jalik yuritishning turli shakllari vujudga keldi. Fermer xo'jaligi tobora rivojlanib bormoqda.

Bank tizimida ham katta o'zgarishlar yuz berdi. Markaziy bank umummilliy rezerv tizimi sifatida davlat ixtiyorida qolib, boshqa banklar nodavlat tijorat banklariga aylantirildi. Buning natijasida davlatning bevosita xo'jalik yuritish vazifasi iqtisodiyotni tartibga solishga aylanib ketdi.

«O'zbekiston modeli»ning diqqatga sazovor tomoni shundaki, jamiyatni isloh qilish va yangilash bo'yicha ko'p qirrali faoliyatning markazida inson turadi. Islohotlarning mazmuni aynan har bir fuqaro o'z qobiliyatini, iste'dodini namoyon etishiga, shaxs sifatida o'zini ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lishiga qaratilgan. Siyosiy, ijtimoiy hayotdagi barcha o'zgarishlar oliy maqsadga erishish — har bir kishining hayotini yaxshiroq, munosibroq, ma'naviy jihatdan boyroq qilishga qaratilgan.

Boshqa tomondan qaraganda, isloh qilishning natijasi shu insonlarning o'ziga bog'liq. Shuni hisobga olib, birinchi navbatda ajdodlarimiz tomonidan ko'p asrlar mobaynida yaratilib kelingan g'oyat ulkan, bebaho ma'naviy va madaniy merosni tiklashga qaratildi.

Bir vaqtlar asrimizning buyuk iqtisodchisi J. M. Keyns iqtisodiyot tanazzulga yuz tutgan paytda ishsizlikni kamaytirish uchun davlat ehrom quradimi, chuqur kavlab ko'mdiradimi, nima qilsa ham ishsiz aholini band bo'lishini ta'minlashi zarur deb ko'rsatgan edi.

Mamlakatimizning aynan ana shunday o'tish davrining qiyinchiliklari mavjud paytda ma'naviyat ehromlari barpo qilindi. Qadimiy obidalarini ta'mirlash, Imom at-Termiziy, Imom al-Buxoriy kabi allomalarimiz, Bobur, al-Farg'oniy, Mashrab va boshqa ajdodlarimiz sharafiga bunyod qilingan bog'lar, Xotira xiyobonlari yosh avlodni ma'naviy barkamol qilib tarbiyalashga yordam beribgina qolmay, mamlakatimiz tarixi bilan qiziqadigan, obidalarini ko'rmoqchi bo'lgan sayyohlarni ko'payishiga olib keladi.

Inson omilining kuchi va ta'siri, uning ma'naviyati, jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishi darajasi bilan belgilanadi. U aholining bilimdonlik darajasi, ish bilan bandlikning kasbiy-malaka tuzilmasi va boshqa ko'pgina shart-sharoitlar orqali shakllanadi.

Shuning uchun ham mamlakatda amalga oshirilayotgan demokratik va iqtisodiy o'zgarishlarni hisobga olgan holda kadrlar tayyorlashni isloh qilishning «Milliy dasturi» ishlab chiqildi. U «Ta'lim to'g'risida» va «Kadrlar tayyorlash Milliy dasturi» to'g'risidagi qo'nunlarning qabul qilinishi va amalga oshirilishida xalqimizning qudratli salohiyatini yuzaga chiqarishga xizmat qiladi.

«O'zbekiston modeli» bozor iqtisodiyotiga o'tishda xorij yordamiga ko'z tikib o'tirmay, ko'proq mamlakat iqtisodiy potentsialiga tayanishga qaratilgan

bo'lib, bu chetdan beriladigan madadni rad etish emas, balki unga iqtisodiy taraqqiyotning yordamchi manbai sifatida qarashni ifodalaydi.

Xullas, O'zbekiston bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'ziga xos xususiyatlariga mos yo'lni tanladi.

Bu modelning yana bir o'ziga xos tomoni shundaki, boshqa mamlakatlarda bozor iqtisodiyoti modellari nazariy jihatdan olimlar tomonidan ishlab chiqilib, davlat arboblari tomonidan hayotga tatbiq qilingan bo'lsa, «O'zbekiston modeli» esa Prezidentimiz I. A. Karimov olim sifatida nazariy jihatdan ishlab chiqib, davlat arbobi, prezident sifatida hayotda amalga oshirilishiga rahbarlik qilish, ya'ni ham nazariyotchi, ham amaliyotchining yagona shaxs bo'lishi jihatidan ham boshqa modellardan ajralib turadi.

Albatta, demokratik islohotlarni amalga oshirishda kamchilik va nuqsonlar ham bor. Lekin ularni chuqur tahlil qilib, tugatish yo'llari ishlab chiqilib, islohotlarni chuqurlashtirish orqali ko'zlangan maqsad sari olg'a qadam tashlanadi. Buni Prezidentimizning birinchi chaqiriq Oliy Majlisning XIV sessiyasida, 1999 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2000 yilda iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirishni ustuvor yo'nalishlariga, 2000 yilning birinchi yarim yilligida respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va iqtisodiy islohotlarning borishiga bag'ishlangan majlislaridagi nutqi ham tasdiqlab turibdi.

### Xulosa

\*Bozor iqtisodiyotining afzalligi barcha mamlakatlarni bozor iqtisodiyotini tanlashga olib keldi va unga o'tishni umumiy iqtisodiy jarayonga aylantirdi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish murakkab jarayon. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning barcha mamlakatlar uchun umumiy jihatlari bo'lishi bilan birga har bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chikib, o'ziga xos o'tish yo'li bor.

\*Bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlarga xos bo'lgan ayrim jihatlarni umumiy ekanligi ni hisobga olib, ularni 3 guruhga bo'linadi:

1. Rivojlangan mamlakatlar yo'li. yoki klassik yo'li.
2. Mustamlakachilikdan ozod bo'lgan, rivojlanayotgan yosh mamlakatlar yo'li.
3. Sobiq sotsialistik mamlakatlar yoki rejali iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'li.

\*Klassik yo'l evolyutsion yo'l bo'lib, aralash iqtisodiyotga transformatsiyalashuvni aks ettirsa, rivojlanayotgan mamlakatlar mustamlakachilikdan qutilib, qoloq an'anaviy iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tishdir. Uchinchi yo'l bozor iqtisodiyotiyo'lidan borayotgan mamlakatlarni revolyutsiya(inqilob) tufayli bu yo'ldan to'xtatib, bozor munosabatlarini cheklashdan bozor iqtisodiyotiga qaytish yo'li.

\*Shu bilan birga bozor iqtisodiyotiga o'tishning har bir mamlakat uchun o'ziga xos tomonlari borki, ular shu mamlakatga tegishli xususiyatlardan kelib chiqadi va mamlakatning bozor iqtisodiyotiga o'tishida hisobga olinishi zarur. Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tar ekan, yurtimizning o'ziga xos xususiyatlari «O'zbek modeli»da o'z aksini topgan.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALARI

1. Uklad
  2. Ijtimoiy – iqtisodiy ukklad
  3. Ko'p ukladli iqtisodiyot
  4. Tamoyil
  5. Kontseptsiya
  6. Iqtisodiy islohotlar.
  7. O'tish davri
  8. O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasi
- a) mamlakatning iqtisodiy sektorida ishlab chiqarish omillariga mulkchilikning biron – bir shakli, tartibga solish mexanizmiga muvofiq vujudga kelgan iqtisodiy munosabatlar xo'jalik yuritish shakli.
- b) Faoliyat uchun asos qilib olinadigan qonun – qoida, nuqtai nazar qarashlar
- v) kishining xayot kechirishi, xo'jalik yuritish printsipida o'rnatilgan yoki joriy qilinadigan tartib.
- g) Turli mulk shakillari va xar xil xo'jalik turlari yaxlitligidan tashkil topgan iqtisodiyot.
- d) Iqtisodiyotda o'tkazilgan, amalga oshirilgan tub o'zgartirishlar
- e) Qarashlar, fikr yuritish, dunyoni anglash usuli.
- yo) Markaziy rejalashtiriladigan ma'muriy – buyruqbozlikka asoslangan totalitar iqtisodiy tizimdan bozor iqtisodiyotiga o'tishning qonun – qoidalari va uning O'zbekistondagi o'ziga xos xususiyatlariga oid ilmiy qarashlar majmui.
- j) Ma'muriy buyruqbozlik tizimi o'rniga bozor iqtisodiyotiga xos mexanizmni shakllantirish uchun zarur vaqt yoki postsotsializm, postkommunizmning bozor iqtisodiyotiga transformatsiyasi davri.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Bozor iqtisodiyotiga o'tish nima sababdan umumiy iqtisodiy jarayonga aylanadi?
2. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'ziga xos yo'li qanday omillarga bog'liq. Turli modellarning umumiy tomoni-chi?
3. Bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun islohotlar o'tkazishning ikki yo'li qanday farqlanadi?
4. Jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti tarixiga kirgan qanday modellarni bilasiz?
5. Bozor iqtisodiyotiga o'tishda e'tiborga olish zarur bo'lgan O'zbekistonning qanday o'ziga xos xususiyatlari bor?
6. O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasining boshqa modellaridan farqini ko'rsating?
7. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning birinchi bosqichi yakunlari va ikkinchi bosqichda amalga oshirilayotgan iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirish jarayonini izohlang.

### Masala va mashqlar

Quyidagilarni o'qing, diqqat qiling: bu o'zgarishlar iqtisodiy islohotlarning qaysi sohalariga xos.

1. Mahalladagi sataroshxona, do'koncha, poyafzal tuzatish ustaxonasi xususiy lashtirildi.

2. Moliya Vazirligi va Markaziy bankning tizumi va vazifalari o'zgartirildi.
3. Kiyim – kechaklarga qat'iy narx belgilash bekor qilindi.
4. Yilni zarar bilan yakunlagan "Besh buloq" shirkati asosida fermer xo'jaliklari tashkil etildi.
5. Respublikamizda 1995 yilga kelib shaxsiy tomorqa uchun ajratilgan yer 700 ming gektarga etdi.
6. Respublika tovar, xom ashyo birjasi tashkil etildi.
7. Xom ashyo narxlarini davlat tomonidan tartibga solish to'xtatildi.
8. Toshkent to'qimachilik kombinati aksionerlik jamiyatiga aylantirildi.
9. Respublika fond birjasi tashkil etildi.
10. Uy – joy fondi xususiylashtirildi.
11. Bojxona tarmoqlari ishlab chiqildi.
12. Ruxsatnoma asosida chetga chiqariladigan maxsulot turlari 1994 yilning o'zidayoq 74 tadan 11 taga kamaytirildi.
13. Ish haqi va pensiyalarning eng kam miqdori bir necha marta oshirildi.
14. 2000 yili O'zbekiston Respublikasi monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi tashkil qilindi.
15. Respublikamizda non va non maxsulotlariga dotatsiyalar saqlab qolindi.
16. Valyuta birjasi tashkil etildi.
17. O'zbekiston 1994 yili "Tarmoqlar va savdo" bosh bitimi (GATT)da kuzatuvchi maqomini oldi
18. Ayollarga 54 yoshdan pensiyaga chiqish joriy qilindi.
19. Respublika ko'chmas mulk birjasi tashkil etildi.

#### T/H

1. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning klassik modelining o'zi 3 guruhga bo'linib, uning mezonlari qilib:

- a) davlat dasturlarining maqsadi;
- b) iqtisodiyotni tartibgasolish usullari;
- v) iqtisodiyotda davlat sektorining ulushi;
- g) ish haqidagi farqlar olingan;

2. Sotsial bozor iqtisodiyoti modeli guruxiga kiruvchi mamlakatlarda mulkda davlat ulushi nisbatan pastligi jamiyatning tabaqalanishini kuchayishi;

3. Aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modeli davlat tadbirkorlikni rivojlantirishga aloxida axamiyat berishi; iqtisodiyotda davlat mulki xissasining kamligi, ish haqi farqi kattaligi va axolii tabaqalanishi kuchliligi bilan ajralib turadi.

4. Korporativ iqtisodiyot modeli davlatning yirik biznesmanfaatini ximoya qilish, asosiy ustuvor tarmoqlarni aniqlab, ularning rivojlanishiga yordam berishi, davlat mulki xissasi pastligi ish haqidagi farq katta emasligi bilan xarakterlanadi

5. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning tarixiy nuqtai nazardan iqtisodchilar ikki guruxga bo'ladilar:

- 1) G'arbiy Evropa va boshqa rivojlangan mamlakatlar yo'li;
- 2) Sobiq sotsialistik mamlakatlar yo'li;



6. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning Janubiy Korea modelining boshqa modellardan davlatning iqtisodiyotni tartibga soluvchi sa'sirining nixoyatda kuchliligi bilan ajralib turadi.

7. Xitoy modeli iqtisodiy qurishni qishloq xo'jaligini islox qilishdan boshlanishi bilan xarakterlanadi.

8. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'zbek modeli xam bir tomondan bozor iqtisodiyoti modellarining umumiy jixatlariga asoslanadi, shu bilan birga boshqa mamlakatlardan ajratib turuvchi o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi.

9. O'zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarishda boshqa mamlakatlar yo'lidan borildi.

10. Iqtisodiy isloxlarning ikkinchi bosqichidagi amalga oshirilishi. Shu lozim bo'lgan birinchi va extimolni asosiy vazifa davlat mulklarini xususiylashtirish yo'lida boshlangan ishni oxiriga etkazishdir.

### Testlar

1. O'zbekiston modelining o'ziga xos tomonlari bozor iqtisodiyotiga o'tishning quyidagi tomoyillarida o'z aksini topgan.

a) Iqtisodiyotning mafkuradan xoli, siyosatdan ustivorligi; Davlat – bosh isloxatchi; Qonunlar ustivorligi; Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosati yuritish; Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

b) Iqtisodiyotning mafkuradan xoli siyosatdan ustivorligi; Davlat – bosh isloxatchi; Erkin narxlar ustivorligi; Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosati yuritish; Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

v) Iqtisodni siyosatdan ustivorligi; Davlat – bosh islohotchi; Qonunlar ustivorligi; Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida erkin narxlar siyosatini yuritish; Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

g) Siyosatning iqtisodiyotdan ustivorligi; Qonunlar ustivorligi; Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosati yuritish; Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

d) Siyosatning iqtisodiyotdan ustivorligi; Qonunlar qabul qilish ustivorligi; Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosati yuritish; Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

2. Iqtisodiy faoliyatni ijtimoiy xayotning birlamchi asosi ekanligi qaysi tamoyilda o'z aksini topgan ?

a) Iqtisodni siyosatdan ustivorligi;

b) Davlat – bosh isloxatchi;

v) Qonunlar ustivorligi;

g) Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosati yuritish;

d) Bozor iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

3. Nima sababdan O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida aholini ijtimoiy himoya qilishga alohida ahamiyat beriladi ?

a) Ishsiz qolgan axolini daromad bilan ta'minlash maqsadida;  
b) Ko'p bolali oilalarga yordam berish maqsadida;  
v) Axolii turmushi darajasini xaddan tashqari pasayib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun;

g) Bozor iqtisodiyotiga o'tishda kuchli ijtimoiy siyosat yuritish tamoyilini amalga oshirish uchun;

d) Qariyalarni inflyatsiya oqibatlaridan himoya qilish uchun;

4. Bozor iqtisodiyotiga o'tishni amalga oshiruvchi bosh islohotchi.

a) Jamoat tashkilotlari;

b) Siyosiy partiyalar;

v) Kasaba uyushmalari;

g) Davlat

d) Xotin – qizlar tashkiloti.

5. Prezidentimiz I.A.Karimov "Besh tamoyilning hammasi ham demokratik va iqtisodiy o'zgarishlarni muvoffaqiyatli isloh qilib borishda birday muhim ahamiyatga egadir, shu bilan birga ...

a) Iqtisodiyotning siyosatdan ustivorligi;

b) Davlatning bosh islohotchi bo'lishi;

v) Iqtisodiyotni mafkuradan batamom holi qilish ustivorligi;

g) Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida kuchli ijtimoiy siyosat yuritishi;

d) Bozorga bosqichma – bosqich o'tish;

tamoyili alohida e'tiborga loyiq. Bu etakchi tamoyillardan biridir. U iqtisodiy islohotlarning butun ichki mantiqini rivojlanib borishi va harakatlarni belgilab beradi", – deb ta'kidlaydi.

6. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning birinchi bosqichida ikkita xal qiluvchi vazifani birdaniga amalga oshirildi. Birinchisi, ma'muriy buyruqbozlik tizimi oqibatlarini engish; tanglikka barxam berish; iqtisodiyotni barqarorlashtirish; ikkinchisi respublikaning o'ziga xos sharoit va xususiyatlarini hisobga olgan holda ...

a) Institutsional o'zgarishlarni amalga oshirish;

b) Bozor munosabatlarining negizlarini shakllantirish;

v) Agrar islohotlarni amalga oshirish;

g) Iqtisodiyotda tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish;

d) o'tish jarayonining huquqiy asoslarini shakllantirish.

7. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning rivojlangan mamlakatlar yo'li yoki klassik yo'li:

a) 3 guruxga;

b) 2 guruxga;

v) 4 guruxga;

g) 5 guruxga;

d) 6 guruxga;

bo'linadi.

8. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning klassik yo'li:

a) sotsial bozor iqtisodiyoti modeli, neoklassik modeli, korporativ iqtisodiyot modeli;

b) Aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modeli, korporativ iqtisodiyot modeli;

v) Sotsial bozor iqtisodiyoti modeli, aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modeli, korporativ iqtisodiyot modeli;

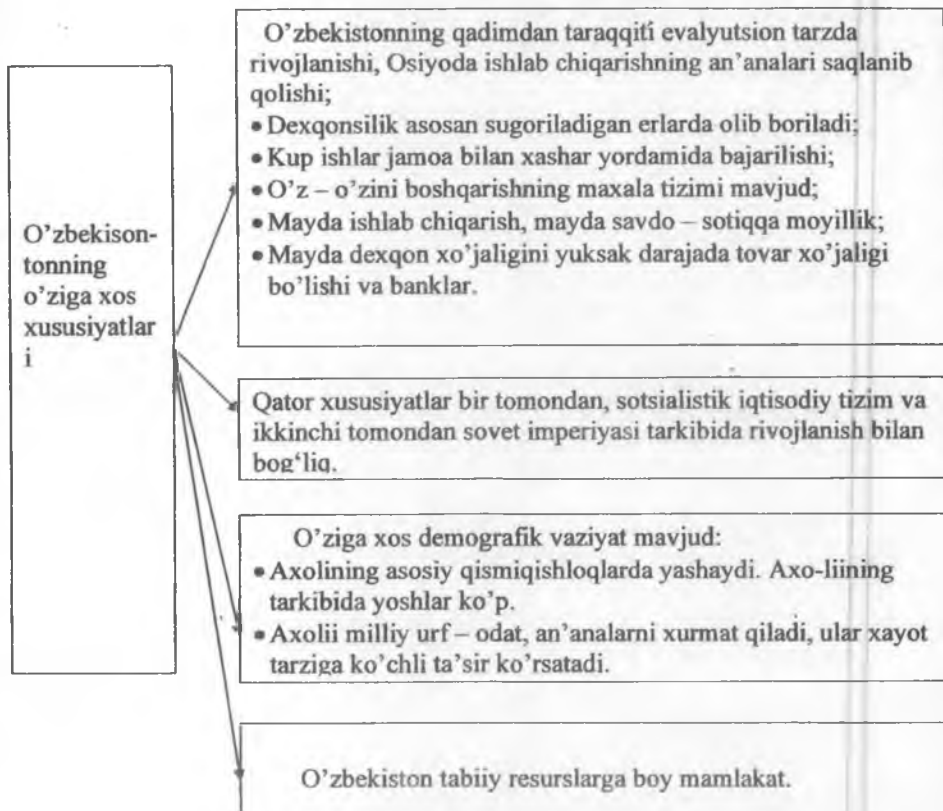
g) Sotsial bozor iqtisodiyoti modeli, aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modeli;

d) Sotsial bozor iqtisodiyoti modeli, aralash yoki erkin bozor iqtisodiyoti modeli, neoklassik modeli.

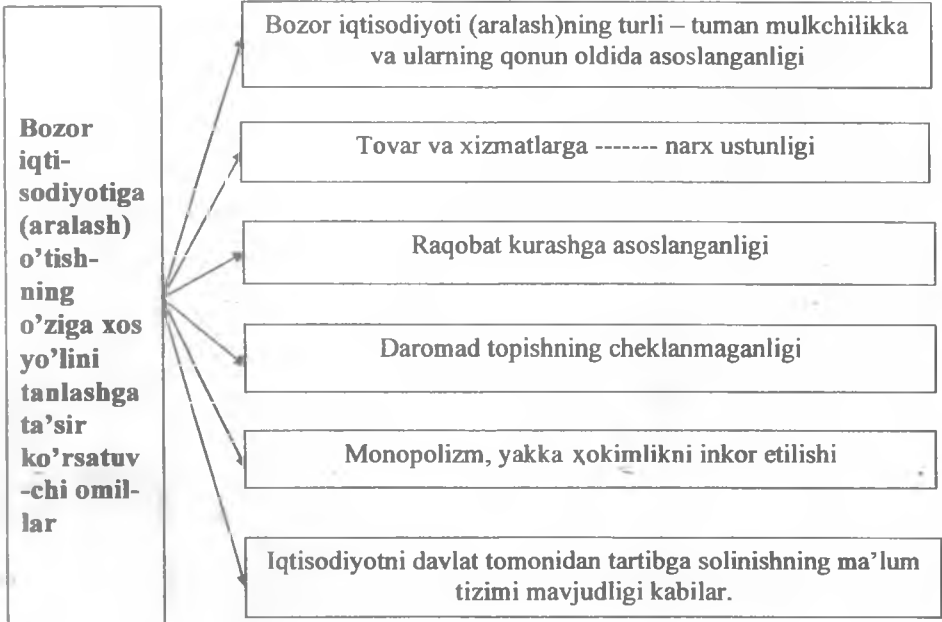
### Tarqatma materiallardan namunalar:

#### 1-tarqatma material

**Bozor (aralash) iqtisodiyotiga o'tish modelini ishlab chiqishda xisobga olingan O'zbekistonning o'ziga xos xususiyatlari.**



### 2-tarqatma material



### 3-tarqatma material

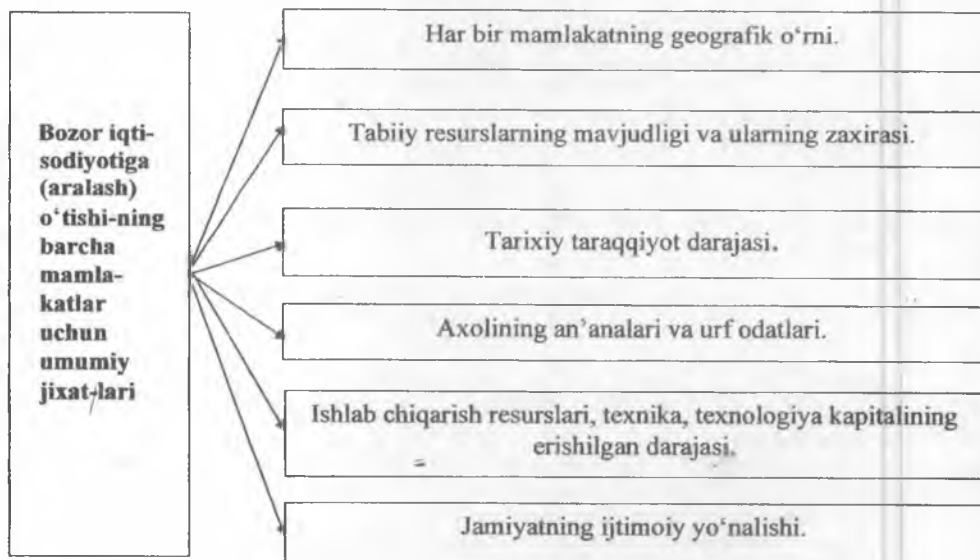
MDH mamlakatlarida yalpi ichki mahsulot (1991 yilga nisbatan % hisobida)

	1999	2000	2001	2002	2003
O'zbekiston	94,0	98,6	102,7	107,0	111,4
Ozarbayjon	53,3	59,3	65,1	72,0	80,1
Armaniston	72,5	76,8	84,2	95,0	108,2
Belorusiya	84,8	89,7	94,0	98,7	105,4
Gurjiston	46,7	47,6	49,8	52,5	57,1
Qozog'iston	71,0	78,0	88,5	97,2	106,1
Qirg'iziston	68,5	72,2	76,1	76,1	81,2
Moldova	41,0	42,0	45,0	48,5	51,6
Rossiya	64,4	70,8	74,3	77,8	83,3
Tojikiston	38,0	41,0	45,0	49,3	54,3
Ukraina	44,7	47,4	51,7	54,2	58,8

YalM 1991 yilga nisbatan o'sishi bo'yicha O'zbekiston MDH mamlakatlari orasida etakchilikni saqlab kelmoqda. Jadval ma'lumotlari asosida yana qanday xulosalar chiqarish mumkin?

Manba: MDH statistika qo'mitasi ma'lumotlari va muallif xisob-kitoblari

#### 4-tarqatma material



#### Javoblar:

#### Asosiy tayanch tushunchalar:

1v); 2a); 3g); 4b); 5e); 6d); 7j); 8yo);

Masala va mashqlar:

- |                |  |
|----------------|--|
| 1,8,10         | Mulkiy munosabatlarni isloh qilishga.                                |
| 4,5            | Agrar islohotlar.  |
| 3,7            | Moliya – kredit va narx – navo islohati.                             |
| 2,6,9,14,16,19 | Boshqarish tizimini islox qilish va bozor infrastrukturasi yaratish. |
| 11,12,17       | Tashqi iqtisodiy aloqalar islohoti.                                  |
| 13,15,18       | Ijtimoiy islohotlar.   |

T/N

1T; 2N; 3T; ;T; 5N; 6T; 7T; 8T; 9N; 10T;

#### Testlar:

1a); 2a); 3v); 4g); 5d); 6b); 7a); 8v);

## IX BOB. BOZOR VA UNING TUZILISHI

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bozor markaziy rol o'ynaydi. Navbatdagi bob bozor va uning tuzilishini tadqiq etishga bag'ishlangan

Unda biz bozor deganda o'zi nazariy jihatdan nimani tushunamiz, bozorda kim qaror qabul qiladi, bozor qanday tuzilishga ega, nima sababdan bozorning tuzilishi murakkab, unga turli jihatdan yondoshiladi. Unda biz doiraviy aylanish modelidan foydalanib, qaror qabul qiluvchi sub'ektlarni ajratgan holda o'rganamiz. Bozorni bozor infrastrukturasisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Uni hisobga olgan holda bozor infrastrukturasini va uning tarkibini ham ko'rib chiqamiz.

### 1-§. Bozor tushunchasi. Bozorning iqtisodiyot uchun ahamiyati

Hozirgi zamon iqtisodiyoti bu — bozor iqtisodiyotidir. U yer yuzidagi turli mamlakatlarda har xil darajada, o'ziga xos xususiyatlar bilan rivojlanib bormoqda.

Bozor iqtisodiyoti deganda, eng avvalo diqqat-e'tiborimizni qaratadigan tushuncha bu — bozor tushunchasidir. Chunki bozor iqtisodiyotining markazida tabiiy bozor turibdi. Xo'p, bozor o'zi nima?

Bozor, eng avvalo sotuvchi va xaridorlarning uchrashadigan joyi sifatida vujudga kelgan. Ibtidoiy jamoa tuzumi davrida qabilalar o'zlarining ortiqcha mahsulotlarini ayirboshlaydigan bo'lganlar. Buning uchun ma'lum joy va vaqt belgilangan. Hunarmandchilikning rivojlanishi, shaharlarning vujudga kelishi tufayli oldi-sotdi qilish uchun maxsus joy, maydonlar ajratilgan. Hozir ham xalq orasida bozor deganda oldi-sotdi qilinadigan maxsus maydon, joy tushuniladi.

Ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi, tovar ishlab chiqarishning rivojlanishi pulning vujudga kelishi natijasida oldi-sotdi bir vaqtda hamda bir joyda yuz bermasligi mumkin bo'lib qoladi. Ijtimoiy mehnat taqsimoti tufayli savdo bilan shug'ullanuvchilar ajralib chiqadi. Ijtimoiy ishlab chiqarishning yangi tarkibi — muomala sferasi vujudga keladi. Natijada bozorni faqat oldi-sotdi qilinadigan joy deb ta'riflash reallikni etarli darajada ifodalay olmaydi. Endi bozorni yangicha ayirboshlash aloqasi, munosabati sifatida ham tushuniladigan bo'ldi. Iqtisodiyot nazariyasida bozor deganda aynan ana shu ayirboshlash munosabati tushuniladi.

Bozor iqtisodiy kategoriya sifatida takror ishlab chiqarishning ayirboshlash bosqichiga xosdir. Ammo, u har qanday ayirboshlashni emas, balki pul vositasidagi, oldi-sotdi shaklidagi ayirboshlashni bildiradi. Agarda ayirboshlash jarayonida pul ishtirok etmasa, bir tovar boshqasiga to'g'ridan-to'g'ri almashganda bozor munosabatlari yuzaga kelmaydi. Bozorning eng muhim sharti ayirboshlash jarayonida pulning vositachilik qilishidir. Bunda tovar muomalasi yuz berib, u ikki jarayonni birgalikda borishini ta'minlaydi. Bunda o'z-o'zidan tovar — pul (T—P), pul — tovar (P—T) munosabatlari yuzaga keladi. Shu ikki munosabatda tovarni taklif etuvchi sotuvchi va talab qiluvchi xaridor ishtirok etishi shart. Bozor bu — sotuvchi va xaridorning tovarlarini pul

vositasida ayirboshlash yuzasidan kelib chiqqan iqtisodiy munosabatlari, ularning o'zaro aloqasidir.

Sotuvchilar bilan xaridorlarning birgalikdagi sa'y-harakatlari bozorni keltirib chiqarar ekan, bozor ularni birlashtiruvchi mexanizm bo'lib xizmat qiladi. Bu mexanizmda talab va taklif uchrashadi. Agar biz talabni — xaridor tomonidan bo'ladi desak, taklif ishlab chiqaruvchi va sotuvchi qo'lida bo'ladi.

Bozor sub'ektlari o'z manfaatlarini ko'zlab ish yuritar ekan, ularning xatti-harakatini muvofiqlashtiradi. Shu orqali ularning manfaati amalga oshadi. Bozor aloqalari narx-navo asosiga o'rnatiladi. Narxda asosan oldi-sotdi amalga oshadi va rasmiylashtiriladi.

Bozorda hamma teng huquqli. Bozor deganda yoshligimizdan bilamizki, u oldi-sotdi qilinadigan joy. Xaridor bilan sotuvchi uchrashib, har ikkisi ham o'z manfaatini amalga oshiradi, ya'ni biri sotadi, ikkinchisi oladi. Mana shu ayirboshlash maxsus joy bozorda amalga oshadi.

Shu bilan birga ayirboshlash jarayonini qanday tarzda amalga oshirilishini yozilgan va yozilmagan, ya'ni maxsus belgilangan va belgilanmagan qonun-qoida tusini olgan mezonlari mavjudki, u ham bozor tushunchasiga kiradi.

Jumladan, sotuvchi va xaridorni o'zini tutishi, fe'l-atvori, sotuvchi narxi (haddan tashqari yuqori narx qo'ymaslik), xaridor narxi (haddan tashqari tovarni yerga urmaslik) va boshqalar. Shunday qilib, bozor bu:

1. Sotuvchi bilan xaridor o'rtasidagi ayirboshlash, oldi-sotdi munosabati.

2. Ayirboshlash, oldi-sotdi, ya'ni savdo amalga oshiriladigan joy.

3. Ayirboshlash jarayonida oldi-sotdini amalga oshirishda xaridor va sotuvchining o'zini tutishi qonun-qoidalari, tartibotlari tizimini ifodalaydi.

Bozor iqtisodiyoti deganda esa faoliyat yuritish, ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilarning bog'lanishi, hamkorligini tashkil etish, tartibga solish, boshqarish tizimi tushuniladi.

Tovar muomalasida ishtirok etuvchilar bozor sub'ektlari bo'ladi. Ular jismoniy shaxslar yoki yuridik shaxslar vakolatini olganlar bo'lib, alohida kishidan tortib to ayrim olingan davlatlargacha bo'lishi mumkin.

Bozordagi turli-tuman tovarlar va xizmatlar bozor ob'ektlari bo'ladi. Bozor ob'ektining xilma-xilligi va miqdori ishlab chiqarishning qay darajada rivojlanganligini ko'rsatadi. Hozirgi payt-da rivojlangan mamlakatlarda 25 mingdan ortiq tovar va xizmatlar turi mavjud.

Bozor aloqalari bevosita va bilvosita amalga oshadi. Bevosita bozor aloqasi yuz berganda tovar ishlab chiqaruvchi yoki uning vakili iste'molchi yoki xaridorning o'zi bilan to'g'ridan-to'g'ri oldi-sotdi ishlarini olib boradi. Bunga asosan kichik korxonalar va firmalarni misol qilib olish mumkin. Chunki, ular etishtirgan mahsulot kam, tor doirada bo'lganligi uchun ham hech qanday vositasiz bozorda o'z tovarlarini sotishi mumkin. Yana shunday munosabatlar borki, biz uni bilvosita bozor aloqasi deb belgilaymiz. O'z-o'zidan ko'rinadiki, u aloqada sotuvchi bilan xaridor va ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi o'rtasida munosabatni tezlashtirish — yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish maqsadida vositachi ahli maydonga keladi-da, ularning mushkulini osonlashtiradi. U qanday amalga oshadi? Bu savolga javob shuki, agarda men katta bir firma yoki ishlab chiqarishni tashkil etuvchisi bo'lsam, men uchun o'sha etishtirgan mahsulotimni o'zim sotgandan ko'ra, o'rtadagi vositachilarga arzonroq narxda sotganim afzal. Chunki, men tovarlarni qanchalik tez sotsam,

undan tushgan pulni ishlab chiqarishga tezroq sarflab, yanada ko'proq foyda olishimni ko'zda tutgan bo'laman. Agar jahon tajribasiga nazar soladigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlarning bozorida bilvosita bozor aloqalari ustundir. Chunki, bozor rivojlangan sari uning sir-asrorlarini bilish, oldi-berdi operatsiyasini o'tkazish maxsus tayyorgarlik va mahorat talab qiladi. Bu ishlarni ixtisoslashgan tijorat firmalari, savdo-sotiq agentlari, broker, makler va dilerlar kabi vositachilar o'z zimmasiga oladi. Vositachilar ishlab chiqaruvchilarning vaqtlarini tejab, tovarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchigacha bo'lgan harakatini tezlashtiradi.

Ishlab chiqaruvchi uchun bozor hajmi muhim ko'rsatkich, chunki u bozorda tovarni sotilish miqdori bo'lib har bir tovarning narxiga bog'liq bo'ladi. Bozor hajmi nafaqat ishlab chiqarish miqyosiga, balki uning ixtisoslashuviga ham bog'liq. Ixtisoslashuv qanchalik chuqurlashsa mahsulotlarning tovarlik darajasi shunchalik oshadi, shunchalik ko'p tovarni bozorda ayirboshlash zarurati kelib chiqadi. 1996 yilda AQShning ichki bozor hajmi 7,4 trln dollarlik tovar muomalasi bilan ifodalangandi. Odatda, bozor hajmi yalpi milliy mahsulot hajmiga nisbatan to'g'ri proporsional o'zgaradi.

Bozorning hajmi qay darajadiligini tovar oboroti ko'rsatadi. U avvalo tovarlar va xizmatlar hajmiga bog'liq.

$$U_b = (U_m + U_i) - U_e$$

$U_b$  — bozordagi tovarlar va xizmatlar hajmi. (Ular o'z navbati bilan tovar miqdori va narxiga bog'liq.)

$U_m$  — mamlakatda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar hajmi.

$U_i$  — chetdan keltirilgan tovarlar hajmi.

$U_e$  — chetga chiqarilgan tovarlar hajmi.

Bundan tashqari, tovar oboroti hajmi, tovarlar va xizmatlarni sotish vaqtiga ham bog'liq.

Bozorning mohiyati, ahamiyati, uning iqtisodiy munosabatlar tizimida bajaradigan vazifalarida to'laroq namoyon bo'ladi. Ular quyidagilar:

1. **Vositachilik qilish.** Ayirboshlash orqali ishlab chiqarish bilan iste'mol bog'lanadi. Ma'lumki, tovar harakati uni ishlab chiqarishdan boshlanib iste'mol bilan tugallanadi. Shu harakatning sekin va tez borishi bozorga bog'liq. Shuni bilamizki, pirovard maqsad tovarni iste'mol etish. Ehtiyoj bozorga talab shaklida chiqadi va tovarni pulga ayirboshlash orqali qondiriladi. Chunki, tovar ishlab chiqarishdan so'ng mahsulotlar bozordan o'tmay turib to'g'ridan-to'g'ri iste'molchiga kelib tushmaydi.

Ishlab chiqarish vositalarini korxonalar va firmalarga etkazib berish orqali ishlab chiqarish moddiy asosi qayta takror yaratiladi va rivojlantiriladi.

Tovar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishga ketgan sarflar naqadar o'rinli ekanligini aniqlaydi (xaridor tanlash imkoniyatiga ega bo'ladi) va xarajatlarni pasaytirishga undaydi.

Xalqaro mehnat taqsimoti taqozo etgan iqtisodiy aloqalarni o'rnatish vositasi bo'lib xizmat qilish va iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirishga ta'sir ko'rsatadi. Bozor ishlab chiqaruvchi va iste'molchini bog'lab, baho (foйда, zarar) yordamida iqtisodiyotni asosiy muammosi: nima? qanday va qancha? kimga? masalasini echadi.

2. **Narx belgilash.** Bozorda talab va taklif nisbatiga ko'ra muvozanat narxi shakllanadi (VII bob).



3. Iqtisodiyotni tartibga solish. Bozordagi talab va takliflarning nisbati, elastikligi darajasiga ko'ra bozorda narx o'zgarishi orqali talab va taklif bir-biriga moslashtiriladi. Unga muvofiq ravishda barcha resurslar mikro miqyosdan, ya'ni firma korxonalaridan tortib makro miqyos — mamlakat miqyosigacha taqsimlanadi. Bozor yordamida iqtisodiyotdagi asosiy nisbatlar belgilanadi.

4. **Nazorat qilish.** Ishlab chiqarilgan tovarlar (xizmatlar) na-qadar sifatli, iste'molchi talabiga javob bera olishini bozor aniqlaydi. Tovar ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatlarni ham nazorat qilishda bozorning oldiga tushadigani yo'q.

5. **Rag'batlantirish.** Bozor talab va taklif nisbati asosida belgilanadigan narxlar orqali taqchil, yaxshi... sifatli tovar ishlab chiqarishni rag'batlantiradi, aksincha serob, yomon... sifatsiz yoki ortiqcha xarajat qilib tayyorlangan tovarlarni kasodga uchratib, ularni ishlab chiqarishni keskin kamaytiradi yoki to'xtatadi.

6. **Axborot berish.** Qanday tovarni ishlab chiqarish zarurligi bozorda namoyon bo'ladi. U narx va talab elastikligida ifodalanadi hamda ular ishlab chiqaruvchilarga etkaziladi.

7. **Bozor sub'ektlarining manfaatlarini realizatsiya qilish** ham aynan bozor orqali amalga oshiriladi. U qanday darajada amalga oshishiga ko'ra ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar tabaqalanishi yuz beradi.

8. **Bozor resurslarni tejashga, iqtisod qilishga undaydi.** Bozor qilingan xarajatlarni naqadar o'rinli ekanligini aniqlaydi. Qilingan xarajatlarni qoplash zarurati harakatlarni pasaytirishga undaydi. Shuning uchun yangi texnika-texnologiyani qo'llaydi. Mehnatni tashkil etishning yangi samarali usullarini qidiradi. Xullas xarajatlarni kamaytirishni yangi yo'llarini topishga harakat qiladi.

Bozorning vazifalari hammasi bir-biri bilan uzviy bog'liq hamda birgalikda amal qiladi.

## 2-§. Bozor tuzilishi va uning murakkabligi, unga turli jihatdan yondashish

Bozor munosabatlari bir-biriga bog'liq, bir-birini taqozo etuvchi murakkab ichki tuzilishiga ega. Bozorni ichki tuzilishini izohlaganda har xil mezonlar jihatidan yondashish mumkin. Bozor tuzilishining umum qabul qilingan klassifikatsiyalari yo'q. Lekin ma'lum belgilariga ko'ra guruhlarga, turlarga ajratiladi.

1. **Bozorni tovar va xizmatlar bilan ta'minlash darajasiga ko'ra: taqchil, muvozanatlashgan va to'kin bozorga bo'linadi.**

Odatda, to'yingan bozorda tovarlar talabga etarli bo'ladi, ularni tanlash imkoniyati mavjud bo'ladi. Taqchil bozorda tovarlar etarli bo'lmaydi, ular aksariyat hollarda talabga javob bermaydi va narxlarning ortib borishi bilan ajralib turadi. Taqchil bozor nosog'lom iqtisodiyotdan darak beradi. Ba'zi hollarda taqchilik o'zi o'tkinchi va surunkali bo'lishi mumkin. Masalan, ishlab chiqarishda yangi tovar paydo bo'ldi, deylik. Tabiiyki, yangi tovar turiga bo'lgan talabni birdaniga qondirib bo'lmaydi. Ma'lum davr, aytaylik 3—4 oy yangi tovar taqchil bo'lib turadi. Lekin ma'lum davrdan so'ng shu tovar turiga bo'lgan talab qondirilsa, bozor taqchilikdan xalos bo'ladi. Agarda shu tovar

turiga bo'lgan ehtiyoj uzoq vaqt davomida qondirilmay qolaversa, surunkali taqchillik yuzaga keladi.

To'yingan bozor barqaror iqtisodiyotni anglatadi. Bu yerda tovarlar mo'l-ko'l, pul taqchil bo'ladi. Kuzatuvlarga qaraganda AQSh dagi supermarketlarda 12000 xil oziq-ovqat mahsulotlari borligi ma'lum bo'lgan. To'yingan bozorda talabga ko'ra tovar turlari va markalari tez-tez almashib turadi.

Taqchil bozorda ayirboshlash o'zining erkin tabiiy holatidan chiqib, nazorat ostiga olinadi. Bu yerda oldi-sotdi o'zining ahamiyatini yo'qotadi, ayirboshlash normal taqsimlash shakliga o'tadi. To'yingan bozorda erkin oldi-sotdi yuz beradi, bunda erkin narx, pul asosiy vosita bo'ladi. Bozorning tabiiy holati mana shunday bo'lishi shart.

Bozorning to'yinish darajasi bozorga chiqqan talab qondirilishini ifodalaydi. Uni sotilgan tovarlar miqdorining talabiga nisbati tarzida aniqlash mumkin. Bu nisbat to'yinish koeffitsienti deyiladi. Masalan, bozorda talab 1 mln. so'm, sotilgan tovarlar summasi 700 ming so'm bo'lsa, bunday to'yinish koeffitsienti 0,7 bo'ladi, chunki  $700000:1000000=0,7$

Agarda tovarlar ko'payib, ularning sotilish miqdori talabga tenglashsa bozor to'yinadi. Aytaylik, talab o'zgarmay 1 mln. so'mligicha qoldi, ammo sotilgan tovarlar soni 700 ming so'mdan 1 mln. so'mga etdi. Endi bu holda bozorning to'yinish darajasi koeffitsienti 1 ga teng bo'ladi, chunki, 1 mln.: 1 mln. 1 ga teng.

Bozorning to'yinishi talabning o'zgarishini ham hisobga oladi va uni qondirish payida bo'ladi. To'yingan bozorda taqchil bozorga nisbatan farqli o'laroq, tovar ko'p bo'lib, pul etishmaydi, nati-jada tovarni tanlash imkoniyati paydo bo'ladi. Bu esa pul topishga intilishni kuchaytiradi, ishlab chiqarishni rag'batlantiradi. Taqchil bozorda esa talab qondirilmaganligi sababli pul bor, tovar esa etishmaydi.

2. Tashkiliy jihatdan raqobat kurashi cheklanishiga ko'ra bozor quyidagi turlarga bo'linadi:

- a) mukammal, raqobatga asoslangan erkin bozor;
- b) cheklangan raqobatga asoslangan bozor;
- v) oligopolistik bozor;
- g) sof monopolistik bozor.

Erkin bozorda sotuvchi va xaridorlar ko'pchilik bo'lib, ularni miqdori cheklanmagan.

Monopol raqobatli, ya'ni cheklangan raqobatga asoslangan bozorda nisbatan ko'p bo'lmagan firmalar ishtirok etadi. Masalan, AQSh da kiyim-kechak bozorini olsak, kostyum va palto tikib sotishda 32 firma qatnashadi. Shulardan 20 tasi asosiy qismini tikadi.

Oligopolistik bozorda sanoqli ozchilik firmalar qatnashadi. Masalan, Yaponiyada avtomobil bozori «Toyota», «Xonda», «Nissan», AQSh da «Ford», «Kraysler», «Djeneral Motors» kabi kontsermlar qo'lida.

Sof monopol bozorda sotuvchi sifatida bir firma tanho hukm-ron bo'ladi. AQSh da IVM korporatsiyasi kompyuter ishlab chiqarish bo'yicha hukmron. Ular kompyuterlarni 80—85% ini ishlab chiqaradilar. 60- yillarda shveysariyalik «Jiori Di La Ryu» kompaniyasi pul bosib chiqaradigan mashinalar ishlab chiqishda dunyoda tanho hukmron bo'lib, har bir mamlakatning topshirig'iga qarab mahsulot ishlab chiqargan. Ishlab

chiqaruvchilar ko'p, iste'molchi, xaridor bitta bo'lsa, iste'molchining sof monopoliyasi, ya'ni monop-soniya (yakka xaridor yoki yakka iste'molchi) hukmron bo'ladi. Bunga misol qilib olmosga ishlov beruvchi «De Birs» firmasini, O'zbekistonda, bozorini ko'r-satish mumkin.

3. Ta'sir doirasi, hududi jihatidan: *mahalliy, regional, milliy, jahon bozoriga bo'linadi.*

**Mahalliy bozor** — bu muayyan mamlakatning davlat chegarasi doirasi bilan cheklangan shahar, tuman, viloyat hududlaridagi bozorlar hisoblanib, ulardagi tovarlar ko'lami va xilma-xilligi, eng avvalo mahalliy qishloq xo'jaligi va sanoatning rivoji hamda yo'nalishi bilan belgilanadi. Shuning uchun bu bozorlardagi tovarlar asosan oziq-ovqat, keng iste'mol, sanoat mollari, xo'jalik va uy-joy qurilish buyumlaridan iborat bo'ladi. Mahalliy bozorlarning turiligi, ularning xususiyatlari shu yerlik xalqlarning boyligi bo'lib, bu ularning uzoq yillar mobaynida shakllangan taraqqiyotining natijasidir.

Regional bozor deganda bir mamlakat doirasidagi regionlar o'rtasida tashkil etilgan bozor tushuniladi. Bu bozor ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi natijasida yuzaga keladi. Regional bozorning milliy bozorga nisbatan imkoniyatlari ko'p bo'lib, mol turlari ancha keng va mehnat taqsimoti chuqurligi sababli tovar almashinish ko'lami ham kengdir. Chunki, bu yerda bir necha regionlar qatnashadi.

**Milliy bozor** — har bir mamlakatning bozorlari. Milliy bozorda har bir millatning qadimdan mavjud jamiyat taraqqiyoti bilan rivojlanib borayotgan an'anaviy hunarmandchilik mahsulotlari sotiladi. Bugun respublikamizda kulolchilik, qandolatchilik, temirchilik, zargarlik va boshqa hunarmandchilik buyumlari muhim o'rin tutadi.

**Jahon bozori** xalqaro mehnat taqsimoti orqali bir-biriga bog'langan turli mamlakatlar o'rtasidagi barqaror oldi-sotdi munosabatlaridir. Bu bozorda turli mamlakatlar ishlab chiqaradigan tovarlarning hammasi emas, balki mamlakatlararo ayirboshlanishi zarur bo'lgan turlarigina sotiladi. Binobarin, jahon bozorining tovar ayirboshlanishi cheklangan bo'ladi. Ularga asosan asbob-uskuna, neft, ko'mir, metall, paxta, don, choy, kofe, jun, yog'och kabi tovarlar kiradi. Regional va mahalliy, milliy bozordagi ko'pgina tovarlar jahon bozorida bo'lmaydi. Bozor, avvalo milliy, keyin esa baynalmilal jarayondir. Milliy bozorsiz jahon bozori bo'lmaydi. Milliy bozorlar rivojlanib, to'yinib keyin xalqaro bozorga qo'shiladi.

4. Bozor savdoning hajmi, xarakteriga ko'ra: *ulgurji, mayda ulgurji, chakana savdo bozorlariga bo'linadi.* Undan tashqari, tarmoqlar bo'yicha: avtomobil, kompyuter, qishloq xo'jaligi mashinalari va hokazolarga bo'linadi.

5. Bozor aloqalarining qonuniyligi nuqtai nazaridan bozor:

a) *legal, qonuniy bozor;*

b) *noqonuniy — pinhoni bozordan iborat.*

Legal qonuniy bozor deganda, qonunchilik asosida amalga oshadigan tovarlar, xizmatlar oldi-sotdisi tushuniladi.

Noqonuniy «pinhoni» bozor esa qonunchilik tomonidan taqiqlangan tovar va xizmatlar bilan oldi-sotdi qilish yoki faoliyat bilan shug'ullanishdir. Bunga:

— aholi orasida qurol bilan savdo qilish;

— narkotik moddalar biznesi, qimorbozlik;

— fohishabozlik;

- valyuta bilan chayqovchilik qilish;
- «qo'l bola» spirtli ichimliklarni tayyorlash;
- reket (bosqinchilik qilish, qurollangan o'g'irlik);
- kontrabanda (chegaradan yashirincha mol-tovar o'tkazish yoki chet elga g'ayri-qonuniy mol chiqarish).

Yashirin biznes soliqlardan va ishchi kuchini yollashni tartibga solib turuvchi qonun hujjatlaridan xoli bo'lganligi sababli «pinhoni» bozorda narxlar va ish haqi odatda, «rasmiy» bozordagiga nisbatan pastroq bo'ladi. Aynan shu narsa «pinhoni» bozor qatnashchilariga g'ayri-qonuniy mo'may daromadni olishlariga imkon yaratadi. U taqiqlangan bozor. Shuning uchun davlat organlari nazoratida bo'ladi.

**6. Tovarlarini chetdan erkin keltirish yoki chiqarishga qarab bozor ochiq bozor va yopiq bozor deyiladi.**

Ochiq bozor xorij tovarlari uchun ochiq bo'lgan milliy va davlatlararo regional bozordir. Ochiq bozor boj to'lovi bilan himoya qilinmaydi, tovarlar cheklanmagan holda keltiriladi.

Jahon bozori o'z talabi bilan ochiq bozor hisoblanadi, unda hamma mamlakatlar bermalol qatnasha oladi.

Yopiq bozor ichki bozorga, milliy bozorga xosdir. Undagi tovarlar hamma turlari, avvalo mahalliy ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi darajasiga bog'liq. Mahalliy bozor bir tovar uchun ochiq bo'lsa, ikkinchisi uchun yopiq bo'lishi mumkin. Bunda proteksionizm siyosati qo'llaniladi.

Odatda, bozor tuzilishi jihatidan qaralganda eng avvalo oldi-sotdi munosabatlarining ob'ekti bo'yicha guruhlariga bo'linishi sifatida qaraladi. Ob'ekti jihatidan bozorni quyidagicha ajratish mumkin:

**Iste'mol tovarlar va xizmatlar bozori:**

- oziq-ovqatlar bozori;
- nooziq-ovqat tovarlari bozori;
- xizmatlar bozori.

**Resurslar bozori:**

- ish kuchi bozori (mehnat bozori);
- ishlab chiqarish vositalari;
- xom ashyo bozori.

**Ko'chmas mulk bozori:**

- yer bozori;
- uy-joy bozori.

**Moliya bozori:**

- pul bozori;
- investitsiya bozori;
- qimmatli qog'ozlar bozori;
- valyuta bozori;
- sug'urta bozori.

**Axborot bozori.**

**Intellektual tovarlar bozori va boshqalar.**

Sotib olinadigan tovarlar qanday ehtiyojlarni qondiradi, qanday maqsadda ishlatilishiga qarab, ikki katta guruhga bo'lish mumkin.

**1. Iste'mol tovarlari va xizmatlar bozori.** Bu bozorda firma va korxonalar o'zlari ishlab chiqargan tovar (xizmat)larni sotadi, uy xo'jaligi (oilalar) sotib

oladi. Bu iste'molchilar bozori bo'lib, aholi uchun zarur bo'lgan tovarlar va xizmatlarning oldi-sotdisini bildiradi. Iste'mol bozorida aholi o'z iste'moli uchun tovarlar va tovarlar shaklidagi pulli xizmatlarni xarid qiladi. Bu yerda sotuvchilar bilan xaridorlar o'rtasida oldi-sotdi munosabatlari yuzaga keladi, pul egasi tovar olsa, tovar egasi pul oladi. Sotuvchilar tovar ishlab chiqaruvchilar yoki ularning vakolatini olgan korxonalar, tashkilot yoki ayrim fuqarolar bo'lsa, xaridorlar esa keng iste'molchilar ommasidan iborat. Xaridorlarga faqat fuqarolargina kirib qolmay, balki ularga harbiy va militsiya qism-lari, qamoqxonalalar, aholiga pul yoki imtiyozli to'lov asosida xizmat ko'rsatuvchilar, korxonalar va tashkilotlar, masalan, kasalxonalar, etimxonalar, bolalar bog'chasi, qariyalar uyi ham kiradi.

Iste'mol tovarlari bozorining ichki tovar manbai — turli mulkka oid korxonalar yaratgan tovarlar. Tashqi manbai — bu tovarlar importi. Xizmatlar bozori aholiga maishiy xizmat ko'rsatish, kommunal xizmatlari, turli-tuman ta'mirlash ishlari, axborot xizmatlari turini o'z ichiga oladi.

Tovarlashgan xizmatlar:

- a) ishlab chiqarish xizmatlari;
- b) ijtimoiy xizmatlardan iborat.

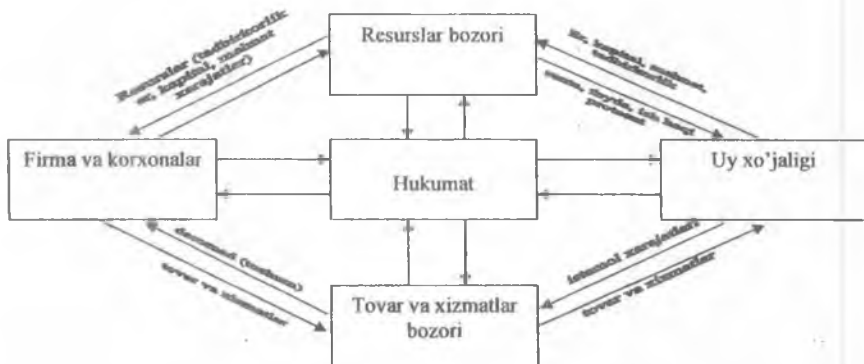
Xizmatlar bozorining tovarlar bozorida muhim farqi shundaki, ular asosan iste'molchining talabi shu xizmat ko'rsatilishi jarayonida qondiriladi, ishlab chiqarish bilan realizatsiya, iste'mol jarayoni bir vaqtda ketadi. Jamiyat rivojlangan sari xizmatlar bozori kengayib boradi. Xizmatlarning yangi turlari yuzga keladi. Tovarlashgan xizmatlarning hajmi turlarining ko'pligi jamiyatning iqtisodiy etukligi, kuch-qudratini xarakterlaydi.

**2. Resurslar bozori.** Bu bozorda uy xo'jaligi (oilalar)ning mulki bo'lgan resurslar (ayrim adabiyotlarda tabiiy, kapital, mehnat resurslari, ayrim adabiyotlarda yer, mehnat, kapital, tadbirkorlik) sotiladi. Ularni firma, korxonalar sotib oladi.

Bozorda ishlab chiqarish vositalarining erkin sotilishi moddiy resurslar harakatini tezlashtiradi, ular narx vositasida turli sohalar va korxonalar o'rtasida talabni hisobga olib taqsimlanadi. Bozor resurslarning erkin harakatini bildiradi, resurslar bilan kafolatni ta'minlashga olib keladi, chunki ularni topish engillashadi. Pul bo'lsa, bozorda resurslar har doim topiladi. Resurslar bozori real investitsiya qilishga sharoit yaratadi. Iqtisodiy o'sish uchun jam'arishning pul shakli emas, uning moddiy shakli zarur. Buni bozor ta'minlaydi. Faqat bozorda pul shaklidagi investitsiya moddiylashib ishlab chiqarish resursiga aylana oladi.

Ishlab chiqarish omillari bozori ishlab chiqarishni yuritish uchun zarur bo'lgan va tovarga aylangan mehnat vositalari, xom ashyo materiallarini to'g'ridan-to'g'ri yoki vositachilar orqali oldi-sotdi qilinadi. Ishlab chiqarish vositalari ulgurji baholarda yirik partiyada ko'tarasiga sotiladi.

Resurslar bozori o'zining uch belgisi bilan boshqa bozorlardan farq qiladi: birinchidan, bu yerda tabiat in'omi bo'lgan tabiiy resurslar ham ayiriboshlanadi; ikkinchidan, oldi-sotdi etilgan tovarlar o'z egasini o'zgartirishi, ya'ni ular bir mulk ob'ektidan boshqa mulk ob'ektiga aylanishi shart emas. Uchinchidan, mazkur bozordagi ayiriboshlash munosabatlari odatda bevosita ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida yuz beradi. Ular o'rtasiga vositachilar kam hollarda tushadilar.



Ma'lumki, bozorda sotuvchining daromadi xaridorning xarajati sifatida namoyon bo'ladi. Bozorlar bilan unda qatnashuvchi sotuvchi va xaridorlar (uy xo'jaligi, firma, korxonalar) o'rtasidagi aloqalarni, resurslar, mahsulot xarajat va daromadlar harakatini bir butun holda olib qarasaq, mahsulot va daromadlar doiraviy aylanishi modeli tarzida ko'rish mumkin.

Bu yerda shunga e'tibor berish kerakki, har ikki bozorda ham uy xo'jaligi (oilalar), firma (korxonalar)lar qatnashib, goh sotuvchi, goh xaridor sifatida maydonga chiqadi.

Har bir oldi-sotdi jarayonida cheklan-ganlik muhim rol o'ynaydi. Uy xo'jaligi resurs-lari bilan cheklanligi sababli fir-ma, korxonalar-ni shu resurslar bilan ta'min-lash ham cheklanadi. Muvofiq ravishda ularning daromadlari ham. Shuning uchun ham har bir iste'molchining daromadiga ko'ra o'ziga xos ravishda xarid quvvati chegarasi belgilanadi.

Bozor tuzilishiga qay jihatdan yondashmaylik, oxir-oqibat u xuddi shunday model tarzida namoyon bo'ladi.

Bozor iqtisodiyotiga istalgan tovarlar mavjud bo'lgan bozor xosdir.

Bozor munosabatlariga o'tish ishlab chiqarish vositalarini, iste'mol tovarlarini iste'molchilarga bozor orqali erkin sotish imkonini beradi. Ushbu aloqalar ulgurji savdoda tovar birjalari orqali amalga oshadi. Bozor iqtisodiyotida ulgurji savdoda tovar (paxta, don, metall va boshqalar) erkin narxda, naqd pulsiz, korxonalarining bankdagi maxsus hisob raqami orqali hisob-kitob yuritish yo'li bilan sotiladi.

**Mehnat bozori** — ish kuchini oldi-sotdi qilish munosabatini bildiradi. Ish kuchi insonni mehnat qilish qobiliyati sifatida tovarga aylanadi. Oldi-sotdi orqali potentsial mehnat qobiliyati bozordan o'tib ishlab chiqarishning real (amalda) mehnat omiliga aylanadi. Mehnat bozorining bir tomonida ish kuchi egasi tursa, ikkinchi tomonida ish kuchiga muhtoj korxonalar, firma turadi. Ish kuchi pulga ayirboshlanganda ish kuchi uning egasi mulki bo'lib qolaveradi, lekin uni ishlatish sotib oluvchi ixtiyoriga o'tadi.

**Moliya bozori.** Bu bozorning muhim o'rni bo'lib, moliya resurs-lari bozori. Moliya resurslarining bir qismi bozorni chetlab, ikkinchi qismi bozor orqali o'tadi, mana shu ikkinchi qismi moliya bozorining ob'ekti bo'ladi. Moliya bozori ikkiga bo'linadi: iste'molni qondiradigan pul bozori; birinchi

bozordagi pul shaxsiy ehtiyojimizni qondiradi, ikkinchi bozorda pulni kapital sifatida ishlatib foyda olinadi.

Shu bozorga kiruvchi qimmatbaho qog'ozlar bozorida aktsiya, veksels, chek, depozit, sertifikatlar oldi-sotdi qilinadi. Qimmatbaho qog'ozlar bozori milliy va jahon bozorlaridan iborat.

Moliya bozorining yana bir unsuri valyuta bozoridir. Bu yerda turli mamlakatlar valyutasi oldi-sotdi qilinadi.

**Intellektual tovarlar bozori** — bu bozorning maxsus turi bo'lib, aqliy mehnat mahsuli bo'lgan tovarlar xizmatlarning ayir-boshlanishini bildiradi.

Bu bozorda sotuvchilar va xaridorlar maxsus tovar hisoblagan ilmiy g'oyalarni, texnikaviy yangiliklarni, san'at va adabiyot asarlari, xilma-xil axborotlar oldi-sotdisi amalga oshadi.

Intellektual tovarlar bozorida ilmiy-texnikaviy ishlanmalar oldi-sotdisi katta o'rin tutadi. U amalda patent, litsenziya, nou-xau sotishdan iborat.

Bu yerda ilmiy-texnikaviy yangiliklar xaridor mulkiga aylanishi sharti bilan yoki o'z egasi mulki bo'la turib, vaqtincha foydalanish sharti bilan sotiladi.

Bu bozorda tasviriy san'at bozori, musiqa, kino, antikvar buyumlar va boshqalar o'ziga xos o'rin tutadi.

Juda ko'p iqtisodchilar maorif, madaniyat, tibbiyot xizmatlarini ham hozirgi paytda intellektual tovarlar bozoriga qo'shadilar.

Intellektual tovarlar bozori ishlab chiqarish novatsiyasiga (yangilanishiga) xizmat qiladi, ya'ni u fan-texnika rivojiga ta'sir etadi. Shu sababli uning ahamiyati umummilliygina emas, baynalmilal hamdir. Inovatsion firmalar yangilik topish, loyihalash, qurish, bozorda sotish, ishlab chiqarishga joriy qilish yuzasidan xizmat ko'rsatadi. Bular *injiniring*, *konsalting* firmalaridir.

Jahon mamlakatlari tajribasi shuni ko'rsatadiki, hozirgi zamonda axborot nihoyatda muhim ahamiyatga ega. 80-yillarning o'rtalarida axborot biznesi bilan AQSh iqtisodiy faol aholisining qariyb 46,6% i band bo'lgan. Axborot biznesining asosiy vazifasi axborot berish, axborot shoxobchalarida xizmat ko'rsatish, aloqa vositalari orqali uni e'lon qilish, axborot ma'lumotlarini yig'ish, o'rgatish, saqlash va qayta ishlash bilan shug'ullanishdan iborat.

Maksimal darajada axborotga ega bo'lish g'oyat katta ahamiyatga ega. Shuning uchun ham N. Vinerning «Axborotga ega bo'lgan dunyoni tebratadi» degan iborasi juda mashhur bo'lib ketgan.

Axborot bozori orqali milliy, regional jahon iqtisodiy kon'yunkturasi, mahalliy milliy regional bozor kon'yunkturasi to'g'risida ma'lumotlarga ega bo'linadi.

Xaridorlar, raqobatchilar to'g'risida zarur ma'lumotlarga ega bo'lish tadbirkorlar uchun nihoyatda zarur. Shu sababli ham axborot bozori hozirgi paytda juda chaqqon xaridorgir bozor hisoblanadi.

Bozor munosabatlari, oldi-sotdini amalga oshirishda bozor infrastrukturasini muhim rol o'ynaydi.

Bozor savdo-sotiqning shart-sharoitlariga ma'lum belgi, alomatlariga qarab ko'pgina bo'g'inlarga ajratiladi va ular *bozor segmenti* deb ataladi. Segment bozorning bir kichik qismi bo'lib, bu yerda xaridorlar cheklangan guruh bo'lib, ularga ma'lum turdagi tovarlar sotiladi. Bozor segmentlariga ajralishiga ikki narsa sabab bo'ladi: a) mehnat taqsimoti chuqurlashib, g'oyat xilma-xil tovarlar ishlab chiqarilishi va ularning ma'lum guruh iste'molchilariga mo'ljallanishi; b)

iste'molchilarning ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan tabaqalanishi, ular talabining o'zaro farqlanishi.

Bozorni segmentlarga ajratish mezonlari g'oyat ko'p. Segmentni tashkil etuvchi ustuvor belgilar ham mavjud. Bir segment uchun aholining xarid qobiliyati ustuvor bo'lsa, boshqa segment uchun raqobatning bor yoki yo'qligi muhim belgi bo'ladi. Segmentlar hududiy va sotsial-demografik mezonlarga qarab ajratiladi. Hududiy segmentga aholining soni, zichligi, tabiiy iqlim sharoiti va shu kabilar kiradi. Sotsial-demografik segmentga xaridorlarning yoshi, jinsi, ularning bilim darajasi, irqi va millati, oila va uning tarkibi kabilar kiradi.

### 3-§. Bozor infrastrukturasi

Infrastruktura (lot. infra — quyi, asos, structura — tuzilish, o'zaro joylashuv), milliy xo'jalik ishlab chiqarish tarmoqlari va sotsial sferaning umumiy sharoitini ta'minlash uchun xizmat qiladigan sohalar kompleksini ifodalaydi.

Bozor infrastrukturasi: milliy xo'jalik infrastrukturasi muhim qismi bo'lib, o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bozor infrastrukturasi turli-tuman bozor sub'ektlari o'rtasida ayirboshlash munosabatlarini normal amalga oshirilishini ta'minlaydi.

Bozor infrastrukturasi ham murakkab tuzilishga ega. Ayrim soha, tuzilma, muassasalar, tashkilot va xizmatlar faqatgina alohida turdagi bozorlarda ayirboshlashni normal bo'lishini ta'minlashga xizmat qilsa (masalan, tovar birjalari, savdo uylari, auktsion kabilar tovarlar bozori uchun mehnat birjalari mehnat bozori, fond birjalari qimmatbaho qog'ozlar bozoriga), boshqalari barcha bozorlar turiga (chunonchi, reklama va boshqalar) xizmat qiladi.

Uchinchi turdagilari ishlab chiqarish, sotsial va qishloq xo'jaligi infrastrukturasi ham taalluqli. Bularga umumiy tarzda xizmat qiluvchi sektorlar (yo'l, transport, energetika, suv ta'minoti, aloqa tizimi va boshqalar) kiradi.

Bozor infrastrukturasi — inson aql-zakovati bilan sinab ko'rishlar va xatoliklar usuli orqali dunyoga keltirilgan, muttasil rivojlanib boradigan va o'zining murakkabligi bilan olimlar, davlat arboblari va amaldorlar, tadbirkorlar va barcha fuqarolarning favqulodda e'tiboriga muhtoj bo'ladigan ulkan tizimdirki, u inson mahsulot va xizmatlar iste'molchisi sifatida duch keladigan deyarli barcha sohalarini qamrab oladi. Har birimiz iste'molchilar sifatida bu sohalarini yaxshilanishidan manfaatdormiz.

Bozor infrastrukturasi tovarlar va xizmatlar harakatini tartibga solishda qatnashadi.

Bozor infrastrukturasi turli tuzilmalar orqali kishilarning vaqtini tejaydi. Bozor iqtisodiyotida «Vaqt-pul» bo'ladiki, o'zi shug'ullanib vaqtini ketkazmaslik uchun yakka tartibda ko'rsatiladigan xizmatdan foydalanishni afzal biladilar.

Infrastrukturaning maqsadi — to'lovga qobil talab qilingan sharoitlarda o'zaro yon berishlar asosida savdo-sotiq ishtirokchilari foydasini kuchaytirishdan iborat.

Infrastruktura «hazrati oliylari» — talabga bo'ysunadi, unga har tomonlama monand bo'lishga intiladi.



Iste'mol ehtiyojining cheklanishi infrastruktura bo'g'inarini bozor qoidalariga binoan «raqsga tushishga» majbur qiladi, raqobatni kuchaytiradi, unga madaniy tus bag'ishlaydi.

Infrastruktura qanchalik rivojlangan bo'lsa, bozor o'yini qoidalarini buzish qiyinroq bo'la boradi.

Albatta, infrastruktura tuzilmalari turli xizmatlar ko'rsatgani uchun xarajatlarni qoplashi, foyda olish, soliqlar to'lashi kerak. Bu so'zsiz tovarlar va xizmatlar narxini ortishiga sabab bo'ladi. Lekin o'z maqsadlariga erishish uchun:

— o'z ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib boradi;

— bozordagi vaziyatdan kelib chiqib, ishlab chiqarishga bozor talabini etkazish orqali ishlab chiqarish qoidalarini joriy tartibga solinishi ta'minlanadi;

— tovarlarni bozor narxini belgilaydi, shu maqsadda birja mexanizmidan foydalaniladi;

— tovarlar va xizmatlar bozorida marketing asosida buyurtmachi rolini bajarib, barcha iste'molchilar nomidan ish olib boriladi.

Infrastrukturaning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

1. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bo'yicha: qabul qilish, yuvib-tozalash, quritish, saralash, ajratish, qadoqlash, o'rash, paketlash, konteynerlash, saqlash, to'plash, sovitish va iste'molchilarga bir maromda etkazib berish.

2. Sanoat mahsuloti bo'yicha: qabul qilish, o'rash, paketlash, saqlash, talabga binoan iste'mol uchun etkazib berish.

3. Barcha turdagi mahsulotlar bo'yicha ulgurji iste'molchilarga etkazib berish uchun tovarlarni to'plash va aksincha, katta turkumdagi tovarni chakana iste'molchilarga talabga binoan etkazib berish uchun kichik turkumlarga bo'lish.

4. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari etishtiruvchilar va qishloq xo'jalik xorn ashyosini qayta ishlovchilarning avans olishlarini ta'minlovchi f'yuchers va forvard bitishuvlari asosida mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish.

5. Umumdavlat va regional miqyosda ishchi kuchiga talab va taklifni o'rganish va ishchi kuchini qayta tayyorlash, ishsizlik nafaqalarini berish.

6. Tadbirkorlarni o'qitish, ishsizlarni, xususiyy biznes shart-nomalarini ro'yxatga olish.

7. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash.

8. Tadbirkorlik — tavakkalchilikni (xatarni) sug'urtalash.

9. Tovar tashishni ta'minlash.

10. Tadbirkorlar manfaatini huquqiy himoyalash.

11. Tadbirkorlar ehtiyojiga konsalting, injiniring, auditor, loyiha-smeta va boshqa xizmatlarni ko'rsatish va boshqalar.

Infrastruktura tarkibiga: chakana va ulgurji savdoni ta'minlovchi savdo shoxobchalari, auktsion, tijorat do'konlari, dehqon bozorlari, tijorat-vositachi markazlari, savdo-sanoat palatalari, savdo uylari, yarmarka pavilonlari ko'rgazmalari, tovar birjalari va boshqalar kiradi. Bundan tashqari, davlat tashkilotlari: davlat soliq inspeksiyalari, davlat kontrakt sistemasi antimonopol qo'mitasi, baholarni nazorat qiluvchi inspeksiya, davlat sug'urta xizmati va boshqalar kiradi.

Moliya bozori infrastrukturasi tarkibiga bank tizimi, jumladan: tijorat banklari, valyuta, fond birjalari, brokerlik, sug'urta, xolding kompaniyalari boshqa turdagi moliya-kredit, xizmat ko'rsatish, auditor firmalari kiradi.

Mehnat bozori infrastrukturasida mehnat birjalari, ishchi kuchi band bo'lishlik xizmati, ishchi kuchi migratsiyasi bilan shug'ullanuvchi tashkilot va boshqalarni o'z ichiga oladi. Davlat tomonidan kadrlarni tayyorlash markazlariga bandlik, nafaqa, xayriya-shafqat, tadbirkorlarni qo'llovchi fondlar va boshqalar kiradi.

Bundan tashqari, transport xizmati, omborlar tizimi, yuridik xizmat, axborot va reklama bilan ta'minlovchi muassasalar kiradi.

Bozor infrastrukturasida birjalar va yarmarkalar alohida o'rin tutadi.

Bozor va xizmatlar bozorining rivojlanishida tovar birjalari va yarmarkalarining roli katta.

Moliya bozorida esa fond birjalarining roli beqiyos.

Tovar, xom ashyo birjalari ma'lum doirada ulgurji savdo-sotiq ishlarini o'tkazuvchi tijorat korxonalaridir. Birja savdosini oddiy savdodan farqi bor.

Oddiy savdo-sotiqda tovarning naqd bo'lishi, xaridor uni ko'zi bilan ko'rishi, qo'li bilan ushlab ko'rishi, sifati haqida shaxsan qanoat hosil etishi yuz beradi. Bu yerda xaridor va sotuvchi yuzma-yuz turadi.

Birjada holat boshqacha: operatsiyalarda tovar egasi va xaridorning o'zi qatnashishi shart emas. Ular nomidan ishni maxsus shaxs-lar — brokerlar yuritishadi. Birjada savdo-sotiq naqd turgan tovarlar bilan qilinmaydi. Tovar birjadan juda uzoq masofada, boshqa mamlakatda turgan bo'lishi mumkin. Shu tovardan namuna va uning sifat sertifikatini bo'lsa etarli.

Dastlab, birjalar bozorlar asosida vujudga kelgan, lekin evolyutsion jarayon natijasida ular shunchalik o'zgardiki, hozirgi zamon birjasida tovarlar oldi-soldisi birinchi darajali rol o'ynamay qoldi.

Birjalar uchun:

- a) kelajakda tovarlar narxini aniqlash, hamda narx oshkoraligini ta'minlash;
- b) rejadagi real talab va taklifni aniqlash, moslashtirish;
- v) narxlar kotirovkasini aniqlash;
- g) baholar o'zgarishini (tebranishini) sug'urta qilish asosiy o'ringa chiqdi.

Birja savdosining ob'ekti bo'lib, asosan yalpi ishlab chiqariladigan bir turdagi va o'zaro almashinadigan xom ashyo tovarlari yarim tayyor mahsulotlar hisoblanadi. Odatda, ular quyidagi guruhlariga bo'linadi: don, oziq-ovqat, sanoat xom ashyosi, rangli va qimmatbaho metallar. Birjada eng katta o'rin egallovchi tovarlardan biri kofe hisoblanadi.

Tovarlar birjasi savdo-sotiq operatsiyalarini bevosita predmeti bo'lib, maxsus kontrakt hisoblanadi. Bunday kontraktlar o'z navbatida zudlik bilan bitim tuzish imkonini beradi. Bu kontraktga faqat tovarlarning bahosi va uni etkazib berish vaqti kelishiladi, xolos. Birjani prezident va kengash boshqaradi. Tovar birjasi daromadi birja muomilasi ishtirokchilari to'laydigan xizmat haqidagi tashkil topadi. Tovarlar birjasida mollar naqd bo'lishi shart emas. Birja savdosida tashkil topgan narxlar birja kotirovkalari deb ataladi. Ular har kuni e'lon qilinib boriladi.

Tashkil qilish printsipi bo'yicha TB ikki xil bo'ladi. Ochiq hamda yopiq birjalar:

Ochiq birjada birja a'zolari bilan bir qatorda boshqa sohibkor, tijorat bilan shug'ullanuvchi, xohlovchilar qatnashishi mumkin.

Yopiq birjada — faqat birjaning a'zolari bo'lganlarga qatnashadi, savdo bitimi tuziladi.

Birja a'zolari uni tashkil etish uchun naqd pul qo'yishadi, ya'ni birja aksioner jamiyati singari tashkil topadi. Uning ustavi asosida ish yuritiladi.

Aksionerlik jamiyatidan birja korporatsiyasining farqi, unda birja sertifikatidivident olish huquqini emas, shu birjada bitim tuzish imkonini beradi, xolos.

Birja bitimlarining 2 turi mavjud: real tovar va f'yuchers bitimlari.

Real tovarlar bitimida tovarlar birjaga keltirilgan bo'lsa yoki ular tayyor holda bo'lsa, mavjud tovarlar bo'yicha kontrakt tuzilgandan keyin 14 kun ichida tovarlar sotib oluvchilarga etkazilishi shart.

F'yuchers bitimi tovarlarni kelgusida etkazib berishni ko'zda tutuvchi savdo. Tuzilgan shartnomada ko'rsatilgan narx bilan tovar xaridorga etkazib berilayotgan vaqtda narxi farq qilishi mumkin. Uni qaysi tomonga farq qilishiga qarab broker yoki xaridor foyda ko'rishi mumkin. Tovarlarni xaridorga 6 oydan 14 oygacha bo'lgan muddatda etkazilishi mumkin.

Birjalar maxsus va universal bo'lishi mumkin. Amsterdam universal birjasi, Liverpul, London maxsus birjalari. Maxsus birjalarda ayrim yoki bir guruh tovarlarga talab va taklif butun bir mamlakat doirasi yoki dunyo miqyosida to'planadi. Oltin savdosi bo'yicha hech qanday birja London birjasiga tenglasha olmaydi.

Birjaning yana bir belgisi — uning yuksak darajada tashkil etilgan va uyushgan bo'lishidir. Bu yerda tartibsiz, ko'r-ko'rona savdo-sotiq bo'lmaydi.

Tovarlarni bozorida birjadan tashqari, yarmarkalar ham muhim o'rin tutadi.

Yarmarka so'zi nemischa so'z bo'lib, yillik bozor degan ma'noni anglatadi. Yarmarkalar o'rta asrlarda o'arbiy Evropa (Jeneva, Lion, Leyptsig, Antverpen yarmarkalari va boshqalar) iqtisodiy hayotida muhim rol o'ynagan.

Kapitalizm rivojlanishi bilan yarmarkalarning xarakteri o'zgaradi, u mavjud tovarlarning yirik miqdori olib kelinadigan markazdan namunalar va standartlar sotiladigan yarmarkaga, ko'rgazmaga aylanadi.

Xarakteri va mazmuniga ko'ra, yarmarkalar universal, ko'p tarmoqli, ixtisoslashgan bo'ladi. Qatnashuvchilar tarkibiga ko'ra, jahon, regional, xalqaro, milliy, mahalliy yarmarkalar mavjud.

Xalqaro yarmarkalar faoliyatini koordinatsiyalash maqsadida 1925 yili Parijda xalqaro yarmarkalar ittifoqi tashkil etildi. Xalqaro va milliy yarmarkalar soni yil sayin ortib borayotir. Xalqaro yarmarkalar jahon savdosining rivojlanishiga, turli mamlakatlar o'rtasida iqtisodiy aloqalarni mustahkamlashga, ishlab chiqarish rivojlanishiga imkoniyat yaratadi.

Rossiyada yarmarkalarning paydo bo'lishi 13- asr o'rtalariga to'g'ri keladi. Sobiq Ittifoqda 1922 yildan boshlab yarmarkalar paydo bo'lgan.

O'zbekistonda birinchi milliy yarmarka (xalq iste'mol tovarlari ulgurji savdosi bo'yicha) 1995 yilda tashkil etildi. Hozirgi paytda tez-tez milliy turli-tuman yarmarkalar, ko'rgazmalar o'tkazilib turilibdi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tilar ekan, respublikamizda ham hozirgi paytda bozor infratuzilmasini jahon talablari darajasida shakllantirishga harakat qilinyapti. Chunki, keng tarmoqli bozor infratuzilmasi — fond va ulgurji bozorlar, birjalar, kredit va moliya muassasalari, lizing va konsalting kompaniyalari, tadbirkorlarga xizmat qilishi lozim bo'lgan boshqa tuzilmalar tom ma'noda shakllantirilmagan ekan, ular to'la kuch bilan ishlamas ekan, biz iqtisodiyotimizni ochiq, erkin, eng muhimi, samarali, qisqa qilib aytganda haqiqiy bozor iqtisodiyotiga aylantira olmaymiz.

Buning uchun birinchi navbatda bozor infratuzilmasining huquqiy asoslari yaratilyapti.

1992 yil iyun oyida O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashi «Birjalar va birja faoliyati to'g'risida»gi Qonunini qabul qildi. Bu qonun bilan birja va birja faoliyati to'g'risidagi asosiy qoidalar belgilandi.

O'zbekistondagi ulgurji va birja savdosi respublika aktsiyadorlik uyushmasi «O'zulgurjibirja savdo» (1994) tashkil etildi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1995 yilning 9 fevralida «1995 yilda birinchi navbatda zarur bo'ladigan tovarlar bilan iste'mol bozorini to'ldirishning qo'shimcha choralari to'g'risida»gi 42-sonli qarori asosida barcha viloyat markazlari va Qoraqalpog'iston Respublikasida O'zbekiston tovar-xom ashyo birjasining bo'limlari ochildi.

«Qimmatli qog'ozlar va fond birjasi to'g'risida», «Qimmatli qog'ozlar bozorining faoliyat ko'rsatish mexanizmi to'g'risida», «Aktsiyadorlik jamiyatlari va aktsiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida» va boshqa qonunlar qabul qilindiki, ularga mu-vofiq ravishda infratuzilmaning zarur tizimlari shakllantirildi.

1996 yil 18 iyunda 220-sonli qarori bilan «Xususiylashtirilgan investitsiya fondlari to'g'risidagi nizom» tasdiqlandi. Xususiylashtirilgan investitsiya fondlari (XIF) aholining keng qatlamini xususiylashtirish jarayoniga jalb etish maqsadida tuzildi.

1993 yil «Sug'urta to'g'risida» qonun qabul qilingach, «O'zbekinvest» milliy sug'urta kompaniyasi «Madad» agentligi, keyinchalik «O'zagrosug'urta», 1996 yil mayida qimmatli qog'ozlar bozori qatnashchilariga maslahat — auditorlik va axborot xizmati ko'rsatish uchun maxsus agentlik «Konsauditinform» tashkil etildi. «Vaqt» milliy depozitariysi (1994, 8 iyun) qimmatbaho qog'ozlarni hisobga olish, saqlash va harakatini boshqarish vazifasini bajarmoqda.

Respublika banklar faoliyati «Banklar va bank faoliyati to'g'risida» qonuni asosida amalga oshiriladi.

Hozirgi paytda Markaziy bank respublikaning bosh banki hi-soblanadi. Uning viloyat va Toshkent shahrida boshqarmalari bor. O'zbekiston hududida 30 dan ortiq hissadorlik-tijorat banklari faoliyat ko'rsatmoqda.

Bozor infratuzilmasining shakllanishi o'z navbatida milliy bozorning shakllanishini ifodalaydi.

### Xulosa

\*Bozor deganda tovar va xizmatlarni ayirboshlash, oldi-sotdi qilish aloqalari, sotuvchi va xaridor biri-biri bilan oldi-sodi qiladigan joy, va uning azaldan shakllanib kelgan qonun-qoidalari tushuniladi. Iqtisodiyot nazariyasi uni nazariy jihatdan aynan ayirboshlash munosabatlari jihatidan o'rganadi.

\*Bozor iqtisodiyoti markazida bozor turadi. Bozor uy xo'jaligi va firma korxonalar o'rtasida resurslar, tovar, xizmatlar va pul oqimi harakatini ta'minlaydi. Bozorning mazmuni, ahamiyati u bajaradigan funktsiya va vazifalarda yanada to'laroq aks etadi. Bozor uchun uning hajmi muhim ahamiyatga ega. U tovar oboroti hajmi bilan aniqlanadi. Bozorni tadqiq etishda uning tuzilishini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Bozorning tuzilishi murakkab, unga turli jihatdan yondashash mumkin. Bozorni o'rganishdan

qo'yg'an maqsadimizga ko'ra uning tuzilishini o'rganishga qay jihatdan yondashiшни belgilaymiz.

\*Bozor aloqalarini o'rnatishda bozor infratuzilmasi, uning institutlari ishtirok etadi. Ular yordamida bozor o'z funktsiyalarini bajaradi. Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tar ekan, bozor o'z funktsiyalarini to'laqonli bajarishi uchun zarur bo'lg'an bozor infratuzilmasini shakllantirishga, uni jahon talalari darajasiga etkazishga alohida e'tibor berilmoqda.

### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

1. Bozor.
2. Bozorning to'ynish darajasi.
3. Bozor tuzilishi.
4. Bozor hajmi.
5. Bozor infrastrukturasini.
6. Tovar, xom ashyo birjasi.
7. Milliy bozor.
8. Jahon bozori.
9. Bozor segmenti.

a) har xil mezonlar asosida bozor tarkibini turkumlash

b) nazariy jihatdan sotuvchi va xaridorning tovarlarini pul vositasida ayirboshlash yuzasidan kelib chiqqan iqtisodiy munosabatlar, aloqalardir.

v) bozorning talabni qondirish darajasini ko'rsatadi.

g) turli-tuman bozor sub'ektlari o'rtasida ayirboshlashni normal amalga oshirilishini ta'minlaydi

d) bozordagi tovaraborot hajmi bilan aniqlanadi.

j) ma'lum doirada ulgurji savdo-sotiq ishlarini bajaruvchi korxonadir.

yo) har bir mamlakatning milliy chegarasi doirasidagi bozori.

e) mehnat orqali bir-biriga bog'langan turli mamlakatlar o'rtasida barqaror ayirboshlash munosabatlaridir.

z) savdo-sotiqning shart-sharoitlariga ma'lum belgi, alomatlari, mezonlariga qarab bo'g'inlarga ajratish.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Bozor deganda nimani tushunasiz? Bozor iqtisodiyoti deganda-chi?
2. Bozorning tuzilishini qaysi jihatlardan qarash mumkin?
3. Bozor segmenti nima?
4. Ko'chmas mulk bozori boshqa bozor turlaridan qanday xususiyatlari bilan farq qiladi? Mehnat bozori-chi?
5. Bozor infratuzilmasi bozor iqtisodiyotida qanday o'rin tutadi?
6. Infratuzilma qanday vazifalarni bajaradi?
7. O'zbekistonda bozor infratuzilmasini shakllantirishda nimalarga e'tibor qaratildi?

### Masala, mashqlar

1. Bozorning vujudga kelishi shart-sharoitlariga quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

a) ijtimoiy mehnat taqsimoti.

b) pulning vujudga kelishi.

v) xususiy mulkka asoslangan tovar ishlab chiqaruvchilarni iqtisodiy jihatdan alohidalashuvi.

g) markazlashgan davlatning vujudga kelishi

d) ayirboshlashning vujudga kelishi

e) xo'jaliklarda yaratilgan ortiqcha maxsulotni sotish zaruriyati Sizingcha to'g'ri javob qanday bo'lishi kerak ?

2. Viloyat hududida ikkita bozor mavjud bo'lib, har ikkisining maydoni 5 ga ni tashkil etadi.

Birida 1000 ta savdo o'rni bo'lib, 500 tasi kuniga o'rtacha 10 donadan o'rtacha narxi 12 ming so'mlik mol sotadi. 300 tasi 30 ming so'mdan 5 donadan mol sotsa, 100 tasi 5 ming so'mdan 20 donadan qolgan 100 tasi o'rtacha 50 ming so'mlikdan oldi-sotti qiladi.

Ikkinchi bozorda esa 900 ta savdo o'rni bor bo'lib, rastalar o'rtasidagi yo'lak birinchi bozorga nisbatan kengroq qoldirilgan. 400 ta savdo o'rnidan kuniga o'rtacha 11 ming so'mdan 15 donadan tovar sotiladi. 300 tasi esa 20 ming so'mdan 10 donadan, 100 tasi 4 ming so'mdan 20 donadan qolgan 100 tasi o'rtacha 55 ming so'mlik oldi-sotti qiladi. Qaysi bozor hajmi katta aniqlang? Bozor hajmiga savdo o'rni, tovar miqdoridan tashqari yana qanday omillar ta'sir qiladi ko'rsating?

3. Quyidagilarni diqqat bilan o'qing. Ulardan qay birini qaysi bozor iqtisodiyoti sub'ektiga: uy xo'jaligi, firma(korxonona), moliyaviy institut, davlat tarkibiga kiritiladi.

a) jismoniy shaxsning shaxsiy iste'moli uchun sarflashga mo'ljallangan bankdagi joriy raqami;

b) aktsiya egasi;

v) fermer xo'jaligi;

d) metallar birjasi;

e) Moliya instituti professor o'qituvchilari;

yo) Yo'ldoshevlar oilasi byudjeti;

j) korxonaning bankdagi joriy scheti;

z) yer ijarachisi;

i) ish qidirayotgan institut bitiruvchisi;

y) fond birjasi;

k) «Paxta bank» aksionerlik tijorat banki.

4. Quyidagi sanab o'tilganlardan qaysi biri bozor, qaysi birlari nobozor aloqa faoliyatlarini bildiradi?

a) gazetaga reklama berish;

b) uy sharoitida ovqat tayyorlash davlat tomonidan;

v) ishsizlik nafaqasi tayinlash;

g) davlatning xarbiy texnika sotib olishi;

d) o'z extiyoji uchun tomorqada kartoshka, sabzavotlar etishtirish;

e) dehqon bozori;

yo) bozorda sotish uchun qulupnay etishtirildi.

5. Quyidagilarni diqqat bilan o'qib chiqing:

1) ayirboshlash orqali iste'mol bilan ishlab chiqarishni bog'lash;

2) iste'mol tovarlari va xizmat ko'rsatish bozori;

3) ishlab chiqarish vositalarini korxonona tashkilotlarga etkazib berish orqali iqtisodiyotning moddiy asosini takror yaratish va rivojlantirish;

4) jamiyat a'zolari talab extiyojlarini ishlab chiqaruvchilarga etkazish;

5) resurslar bozori;

6) tovar ishlab chiqarishga ketgan sarf xarajatlarni, ularni jamiyat tomonidan qay darajada tan olinishini aniqlaydi, xarajatlarni pasaytirishga undaydi;

7) regional bozor;

- 8) qimmat baxo qog'ozlar bozori – fond birjalari;
  - 9) narxlarni o'zgarishi orqali talab va taklifni moslashtirish, pulni tovarlar bilan ta'minlash orqali pul muomalasini barqaror bo'lishini ta'minlash;
  - 10) milliy bozor;
  - 11) intellektual tovarlar bozori;
  - 12) axborot bozori;
  - 13) xalqaro va davlatlar o'rtasidagi bir-biriga bog'liqlikni kuchaytirish, teng xuquqli iqtisodiy aloqalarni kengaytirish va mustaxkamlash;
  - 14) mehnat bozori;
  - 15) jahon bozori;
  - 16) ko'chmas mulk bozori;
- Sanab o'tilganlardan qaysi birlari: a) bozorning funktsiya, vazifalarini; b) ta'sir doirasi, hududiy qamrovi jihatidan; v) ayirboshlash munosabatlarining ob'ekti jihatidan bozor tuzilishini ifodalaydi, ko'rsating ?

T / N

- 1) Bozor resurslarni samarali taqsimlashni amalga oshiradi
- 2) Ishlab chiqarilgan tovar(xizmat)lar naqadar sifatli, talabga javob bera olishni bozorda aniqlash qiyin. Uni ishlab chiqaruvchilar maxsus nazorat orqali aniqlab sortlarga ajratishlari zarur.
- 3) Bozor resurslarni tejashga, xarajatlarni iqtisod qilishga undaydi.
- 4) Avtomashinalarga benzin quyish shoxobchasi – bozorga misol bo'la oladi
- 5) Ko'p qavatli uylar oldida kichkina bozorchalardagi maydachayqovchilik , ko'pincha tanqid qilinsa ham ixtiyoriy ayirboshlash asosida sotuvchi uchun ham , xaridor uchun ham o'zaro manfaatli.
- 6) Bozor maydoni qancha katta bo'lsa, bozor hajmi ham shuncha katta bo'ladi
- 7) Bozorni rivojlanishi uchun bozor infrastrukturasi shakllantirish shart emas.
- 8) Ikkilamchi bozorni shakllantirmay, qimmatli qog'ozlar bozorini rivojlantirib bo'lmaydi.
- 9) «Bozor» deganda odamlar gavjum savdo-sotiq qilinadigan joy, dehqon bozori, iste'mol mollari ya'ni kiyim-kechak , uy-ro'zg'or uchun zarur narsalar sotiladigan joyni tushuniladi. Bu bir yoqlamalilik, bozor bu faqat oldi-sotti qilinadigan maxsus joy emas.
- 10) Bozor deganda sotuvchi bilan xaridor o'rtasidagi ayirboshlash , oldi-sotti munosabati, savdo amalga oshiriladigan joy, ayirboshlashni amalga oshirish tartibotlarini tushunamiz.
- 11) Taqchil bozor tovarlar talabga etarli darajada bo'lgani uchun narxlar barqarorligi bilan ajralib turadi
- 12) Ko'chmas mulk bozorida obligatsiyalar, valyuta, ssuda kapitali, tovar va xizmatlar oldi-sotti qilinadi.

#### Testlar

1. Qaysi bozor monopolist bo'lishi mumkin ?
- a) don bozori;
- b) gullar bozori;
- v) shokolad mahsulotlari bozori;
- g) qishloqdagi benzin quyish shoxobchasi;
- d) non bozori.

2. Birjada tovarlar oldi-sottisini amalga oshirilishi uchun:

- a) sotuvchi va xaridorning qatnashishi shart;
- b) tovar naqd bo'lishi kerak;
- v) xaridor oladigan tovarini sifatini o'zi ko'rib, tekshirishi kerak;
- g) tovardan namuna bo'lishi shart emas;
- d) tovardan namuna, sertifikatı etarli.

3. Doiraviy aylanish modeli jihatidan qarasak bozor....

- a) ikki: resurslar va tovar, xizmatlar bozorida;
- b) uch: resurslar, ishlab chiqarish omillari, ishlab chiqarish vositalari bozorida;
- v) ikki: tovar, xizmatlar va kapital bozorida;
- g) to'rt: yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik omillari bozorida;
- d) uch: tovarlar, xizmatlar, kapital bozorida iborat.

4. Doiraviy aylanish modeli nuqtai nazaridan bozorda qatnashuvchi sub'ektlar:

- a) ikki guruh: uy xo'jaligi, individual faoliyat yurituvchi oilaviy xo'jalik;
- b) ikki guruh: firma(korxonalar), uy xo'jaligi;
- v) uch guruh: savdo muassasalari, birjalar, savdo shoxobchalari;
- g) uch guruh: firma, korxonalar, savdo muassasalari;
- d) ikki guruh: uy xo'jaligi, savdo tashkilotlari.

5. Mehnat bozori boshqa bozorlardan....

- a) mehnat omili egasi, ish kuchi bilan unga muhtoj o'rtasidagi munosabati bilan;
- b) ish kuchi uning egasini mulki bo'lib qolaverishi va ishga yollanishida mehnat shartnomalari tuzilishi bilan;
- v) ishga vaqtinchalik mehnat shartnomalari asosida yollanish bilan;
- g) ish kuchining boshqa tovarlardan farq qilib ishga yollanishi bilan;
- d) sotib olingandan so'ng mehnat omiliga aylanishi bilan farqlanadi.

6. Birlamchi va ikkilamchi bozorlar...

- a) ssuda kapitali bozoriga;
- b) valyuta bozoriga;
- v) sug'urta bozoriga;
- g) qimmatli qog'ozlar bozoriga;
- d) pul ( pul majburiyatlari ) bozoriga xos.

7. Mehnat birjalari...

- a) ishsizlarni ro'yxatga olish, ularni o'qitish, ishga joylash, otlaviy sharoitini o'rganish bilan;
- b) ishsizlarni ro'yxatga olish, ishga joylash, korxonalardagi bo'sh o'rinlarni aniqlash;
- v) ishsizlarni ro'yxatga olish, ishga joylash, zarur kasbga qayta tayyorlash, ijtimoiy himoya qilish;
- g) ishsizlarni ro'yxatga olish, ishga joylash, farzandlari sonini aniqlash;
- d) ishsizlarin ishga joylash, yangi kasbga o'rgatish, ishsizlik nafaqasini tayinlash.

8. Hozirgi paytda birjalarning asosiy roli ...

- a) tovarlar narxi va kotirovkasini aniqlash, narx oshkoraligini ta'minlash, real talab va taklifni aniqlash, narxlar tebranishini sug'urta qilish;
- b) tovar narxlarni kotirovkasi, tovarlarni bitim bo'yicha etkazib berishni ta'minlash;



v) narxlarni aniqlash va katta partiyada bitimlar tuzish, bitim asosida tovarni etkazib berish;

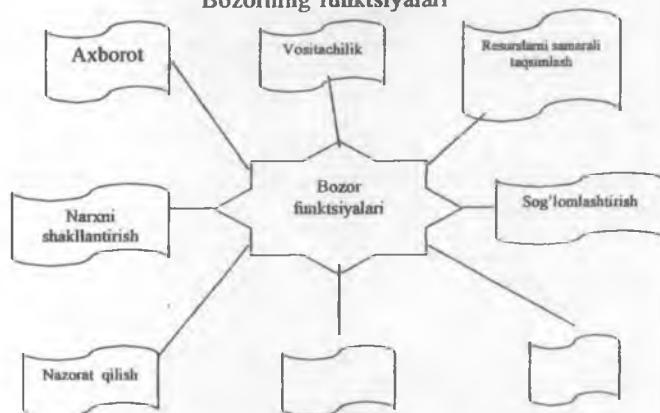
g) tovarlar narxi kotirovkasi real talab va taklifni aniqlab, ularni muvozanatga keltirish;

d) tovarlarga real talab va taklifni aniqlash, ularni reklama qilish, narx tebranishlarida sug'urta qilish.

### Tarqatma materiallardan namunalari

ko'rsatkichlar	Mukammal raqobat	Monopolistik raqobat	Oligopogiya		Monopoliya
			Bir xil mahsulot bilan oligopogiya	Tabaqalashgan mahsulot bilan oligopogiya	
Firmalar soni	Juda ko'p	Ko'p	Uncha ko'p bo'lmagan ctakchi firmalar	Uncha ko'p bo'lmagan ctakchi firmalar	Bitta
Tabaqalashgan yoki bir xil mahsulot	Bir xil	Tabaqalashgan	Bir xil	Tabaqalashgan	Noyob, yaqin o'rinbosar yo'q
Tarmoqqa kirish osnligi	Oson, to'siqlar yo'q	Nisbatan oson, to'siqlar kam	Qiyin to'siqlar mavjud	Qiyin to'siqlar mavjud	Bozorga kirish to'silgan
Narx belgilash imkoniyati	Yo'q	Mahsulotni tabaqalashtirilganida ayrim paytlarda, ba'zi bir holatlarda	Narx belgilashda ctakchilik va bitim tuzish imkoniyatiga ko'ra ma'lum darajada ta'sir ko'rsatadi.	Narx belgilashda ctakchilik va bitim tuzish imkoniyatiga ko'ra ma'lum darajada ta'sir ko'rsatadi	Katta, talabga bog'liq
Baxosiz raqobat	Yo'q	Ma'lum bir darajada	Ma'lum bir darajada	Keta	Reklama, jamoatchilik bilan aloqalar
Misolalar	Qishloq xo'jalik mahsulotlari, baliq, aktsiya va obligatsiyalar	Chakana savdodagi kichik magazinlar kiyim-kechak, poyafzal ishlab chiqarish	Po'lat, pivo, alyuminiy, mis	Avtomobil, alkogolsiz ichimliklar, sovun, don, maishiy clektronika	Suv, gaz, clektr ta'minoti, telefon va boshqa komunal xizmatlar

### Bozorning funktsiyalari



Chizmadagi bo'sh kataklarni to'ldiring.

Ijtimoiy infratuzilmani rivojlanishi

Yillar, choraklar	Ishga tushirildi						Qurilgan tarmoqlar	
	Turar joy ming. kv. m.	Mak- tablar, o'quv- chi o'rin- lari	Akademik litseylar, o'quvchi o'rinlari	Kasb-hu- nar kol- lejlari o'quvchi o'rinlari	Kasal- xona, o'rin- joy- lari	Poliklini- kalarga tashrif buyuruvchilar soni	Suv quvur- lari, km.	Gaz quvur- lari, km.
02/I	1116,5	352	600	7050	-	200	303,5	511,2
02/I-II	3783,7	5243	1200	9950	80	2905	1044,5	1730,2
02/I-III	6178,1	11674	2250	59155	80	9940	1521,4	2994,0
02/I-IV	7572,0	18932	5175	86610	300	16845	1960,6	3380,2
03/I	1131,4	1430	-	-	-	340	282,2	506,1
03/I-II	3436,3	4553	-	12600	160	8260	1352,4	2090,8
03/I-III	5466,4	14172	2725	62660	160	8260	1352,4	2090,8
03/I-IV	6739,7	22127	4375	94190	160	15460	1747,5	2982,9

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

**Javoblar:**

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

J 1b); 2v); 3a); 4d); 5g); 6j); 7yo); 8e); 9z);

**Masala va mashqlar:**

1. Bozorning vujudga kelishining asosiy ikki sharoiti bu: ijtimoiy mehnat taqsimoti va xususiy mulkka asoslangan tovar ishlab chiqaruvchilarni iqtisodiy jihatdan alohidalashuvi.

2. Birinchi bozorning bir kunlik savdo oboroti 120 mln so'mlik, ikkinchisidiki esa 139,5 mln so'mlik, oylik savdo oboroti muvofiq ravishda birinchi bozorni 3120 mln so'mlik, ikkinchi bozorni 3627 mln so'm. Ikkinchi bozorda savdo o'rinlari 100 taga kam bo'lishiga qaramay ko'proq oldi-sotti qilingan. Ikkinchi bozorning hajmi katta.

3. a),yo),i) – uy xo'jaligi  
b),v),d),j),z) – firma, korxonalar  
g),e) – davlat(hukumat)  
y),k) – moliyaviy institut
4. a, g, e, j – bozor faoliyati  
b, v, d – nobozor faoliyati
5. a) 1,3,4,6,9,13  
b) 2,5,8,11,12,14,16  
v) 7,10,15

T/N

1T; 2N; 3T; 4T; 5T; 6N; 7N; 8T; 9T; 10T; 11N; 12N;

**Testlar**

Javob: 1g, 2d, 3a, 4b, 5b, 6g, 7v, 8a.

### Masala va mashqlar:

1. Bozorning vujudga kelishining asasiy ikki sharoiti bu: ijtimoiy mehnat taqsimoti va xususiy mulkka asoslangan tovar ishlab chiqaruvchilarni iqtisodiy jihatdan alohidalashuvi.
2. Birinchi bozorning bir kunlik savdo oboroti 120 mln so'mlik, ikkinchisniki esa 139,5 mln so'mlik, oylik savdo oboroti muvofiq ravishda birinchi bozorni 3120 mln so'mlik, ikkinchi bozorni 3627 mln so'm. Ikkinchi bozorda savdo o'rinlari 100 taga kam bo'lishiga qaramay ko'proq oldi-sotti qilingan. Ikkinchi bozorning hajmi katta.
3.
  - a),yo),i) – uy xo'jaligi
  - b),v),d),j),z) – firma, korxonalar
  - g),e) – davlat(hukumat)
  - y),k) – moliyaviy institut
4.
  - a, g, e, j – bozor faoliyati
  - b, v, d – nobozor faoliyati
5.
  - a) 1,3,4,6,9,13
  - b) 2,5,8,11,12,14,16
  - v) 7,10,15

T/N

1T; 2N; 3T; 4T; 5T; 6N; 7N; 8T; 9T; 10T; 11N; 12N;

Testlar

Javob: 1g, 2d, 3a, 4b, 5b, 6g, 7v, 8a.

## X BOB. TALAB VA TAKLIF NAZARIYASI

"Talab va taklif" degan soʻzni toʻtqushga oʻrgatsangiz boʻldi, qarabsizki oldingizda iqtisodchi turibdi. Bu zaxarxanda hazilda jon (xaqiqat) bor deya boshlashadi talab va taklifni tadqiq etishni Makkonnell K.R. va Bryu S.L. Xaqiqatdan ham iqtisodiyotda eng koʻp takrorlanadigan, diqqat qaratiladigan tushuncha-bu talab va taklif. Aynan talab va taklif ayrim iqtisodiy muammolarnigina emas, balki butun iqtisodiy muammoni qamrab oladi. Talab va taklif, ularning nisbatiga koʻra soha, tarmoqlar qolaversa butun mamlakat miqyosida resurslar taqsimlanadi, ishlab chiqarish tarkibi shakllanadi.

Shuning uchun ham talab va taklifni alohida diqqat bilan oʻrganishimiz zarur. Bu bobda biz talab va taklif mazmuni, ularning oʻzgarishiga taʼsir etuvchi omillar, talab va taklif elastikligi nima, bu iqtisodiy koʻrsatkichdan qanday maqsadda foydalaniladi, isteʼmolchi tanlovida naflilik, baho qanday rol oʻynaydi bozor muvozanati qanday tarzda oʻrnatiladi, u ishlab chiqarishga qanday taʼsir qiladi va boshqa savollarga javob topishni oʻrganamiz.

Resurslarni taqsimlanishi bozor orqali narx asosida yuz beradi. Ana shu jarayon qanday yuz berishini koʻrib chiqamiz.

### 1-§. Talab va uning oʻzgaruvchanligi. Talab elastikligi

Bozor, eng avvalo isteʼmolchi bilan ishlab chiqaruvchi, xaridor bilan sotuvchi oʻrtasidagi ayirboshlash oldi-sotdi munosabati sifatida maydonga chiqadi. Xaridorning bozordagi harakati talab, sotuvchining esa taklif shaklida namoyon boʻladi.

Bozor iqtisodiyotida «talab» bilan «taklif» fundamental, asosiy tushunchadir.

**Talab** — bu pul mablagʻlari bilan taʼminlangan ehtiyojning bozorda namoyon boʻlishidir. Boshqacha aytganda talab toʻlov qobiliyatiga ega boʻlgan ehtiyojdir. Koʻylak olgiz keldi, lekin pulingiz boʻlmasa, u xohishligicha qoladi, pul boʻlgandagina u talabga ay-lanadi.

Talab oʻz ichiga aholining isteʼmol buyumlari va xizmatlarga, tovar ishlab chiqaruvchilarning iqtisodiy resurslarga talabi, turli tashkilot, muassasalar talablarini oladi. Ayrim xaridor, turli isteʼmolchilar, guruh yoki butun mamlakat miqyosida xarid qilib olishni xohlayotgan aniq turdagi tovar hajmi talab qilingan tovar miqdori deyiladi. Isteʼmolchilar xarid qilishni xohlayotgan tovarlar bilan xaridorlar tomonidan real sotib olingan tovarlar miqdorini farqlash kerak. Chunki, ular mos kelmasligi mumkin. Sababi, xohlaganlariga qaraganda kamroq sotib olishlari mumkin. Bu shu tovarni sotib olish uchun zarur miqdorda pulga ega emasliklarini koʻrsatadi.

Odatda, talab deganda eng avvalo, aholi talabi nazarda tutiladi. U yuqori darajada dinamizm — oʻzgarishi bilan ajralib turadi. Aholi talabiga koʻra ishlab chiqarish talabi shakllanadi.

Umuman isteʼmolchilar talabini ikkiga boʻlish mumkin:

1. Individual talab — ayrim alohida xaridorning talabi.

2. Bozor talabi — xaridorlarning turli xil tovarlarni sotib olishga boʻlgan talablarining yigʻindisi. Tovarlar va xizmatlarga boʻlgan talablarni xarakteri va boshqa jihatlaridan qarab turli guruhlariga boʻlish mumkin. Jamiyat miqyosida talabni, oʻz navbatida isteʼmolning maqsadiga koʻra ikki guruhga boʻlish

mumkin: iste'mol mollariga talab, iqtisodiy resurslarga talab. Iste'mol mollari aholini ehtiyojini qondirsa, resurslar esa ishlab chiqarish ehtiyojini qondiradi. Qanday ehtiyojlarni qondirishlariga ko'ra talab quyidagi guruhlarga bo'linadi:

1. Fiziologik talab — oziq-ovqat, kiyim-kechak, turar joy, shunga o'xshashlar.

2. Ijtimoiy-psixologik talab — obro'-e'tibor, moda va boshqalar.

3. Iqtisodiy talab — daromad, narx-navo va shunga o'xshashlar.

4. Sotsial talab — turmush darajasi, jamiyatdagi muhit va bosh-qalar.

Tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talabning qondirilish darajasiga qarab: qondirilishi kechiktirilgan talab, barqaror qondirilgan talab, normal talab, aynigan talablarga bo'linadi.

Kechiktirilgan talab nosog'lom iqtisodiyot va muvozanati buzilgan bozorga xos. Uning ortib borishi iqtisodiy tanglikni, inqi-rozni yanada chuqurlashtiradi, inflyatsiyani kuchaytiradi. Korxonalar, tashkilot, aholi qo'lida to'plangan pul bozorga tazyiq o'tkazadi.

Talab borgan sari o'sib boradi. Buning sababi:

— ehtiyojlar o'sib boradi;

— daromadlar o'sadi;

— mehnat unumdorligi va ishlab chiqarish o'sadi. Muvofiq ravishda taklif o'sadi;

— madaniyat yuksalib boradi.

Talab odatda tez o'zgaradi. Talab o'zgarishi deganda u yoki bu tovarga bo'lgan talabning absolyut miqdorining o'zgarishi tushuniladi.

Tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talabning o'zgarishiga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Ularning barchasini sanab o'tish qiyin. Lekin asosiylarini ko'rsatish mumkin.

1. Talabga, eng avvalo narx ta'sir qiladi. Talab bilan narx o'zaro funksional bog'langan bo'lib, birining o'zgarishi, albatta ikkinchisida namoyon bo'ladi. Ko'p omillarning o'zgarishi oxir-oqibat narx o'zgarishi orqali yuzaga keladi.

2. O'rinbosar tovarlarning narxi. O'rinbosar yoki bir-biriga bog'liq tovarlarning bo'lish yoki bo'lmasligi talabga katta ta'sir ko'rsatadi.

Asosiy tovarning narxi yuqori bo'lib, o'rinbosar tovarlarni narxi arzon bo'lsa, o'rinbosar tovarlarga talab ortadi yoki aksincha. Masalan, sariyog' bilan margarin, qo'y go'shti bilan mol go'shti va h.k.

Yana shunday tovarlar borki, ular bir-birini to'ldiruvchi hisoblanadi. Aytaylik, benzinning narxi past bo'lsa, mashinada ko'p yuriladi, u o'z navbatida motor moyiga bo'lgan talabni ko'paytiradi. Aksincha, benzin narxining oshishi motor moyiga bo'lgan talabni kamaytiradi. Demak, benzin va motor moyiga bo'lgan talab bir-biriga bog'liq, bir-birini to'ldiradi.

3. Xaridor didi, ta'bi, moda o'zgarishi. Mavjud tovar turi uchun iste'molchilar didining o'zgarishi yoki afzal ko'rish, ya'ni modaning xaridor didiga mos kelishi shu tovarga bo'lgan talabning ortishiga sabab bo'ladi. Yoki aksincha holat yuz berishi mumkin.

4. Xaridor daromadi. Ta'kidlab o'tganimizdek, talab haqida gapirganimizda to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talabni nazarda tutamiz. Shuning uchun uni hajmiga ta'sir qiladigan muhim omil aholi daromadi.

Xaridorlar daromadining o'zgarishi kundalik ehtiyoj mollariga qaraganda uzoq muddat foydalanish mumkin bo'lgan tovarlarga ko'proq ta'sir qiladi.

Boshqacha aytganda daromadning o'sishi sanoat tovarlariga mebel, gilam, changyutgich, televizor, musiqa asboblari va boshqalarga bo'lgan talabni oshiradi.

#### 5. Kutiladigan o'zgarishlar.

Hozirgiga nisbatan tovarlarning kelgusi narxi va bo'lg'usi daromad iste'molchilarning talabini o'zgartiradi.

Kelajakda narxlar ko'tarilishi kutilsa, xaridorlar kelajakda daromadlarini yo'qotmaslik uchun tovarlarni ko'proq sotib olishga harakat qiladilar. Talab ortadi. Aksincha, narx tushishi yoki daromadning kamayishi kutilsa, joriy talab pasayadi.

#### 6. Demografik omil.

Bozordagi talabga xaridorlar soni, yoshi, jinsi, ma'naviy ahvoli, mintaqaviy, milliy psixologik omillar ham ta'sir qiladi.

Mintaqaviy omilga iqlim sharoiti, ishlab chiqarishning tuzilishi, mahalliy urf-odatlar, milliy omilga mamlakat doirasida ehtiyojning yuksalish darajasi, umumiy iste'mol darajasi, milliy-diniy an'analar va ko'nikmalar, xalqaro tovar reklamasi va axborotlarning mavjudligi va boshqalar kiradi. Natijada bir mamlakatda yaratilgan tovarlarga talab, shu tovar yo'q, ya'ni ishlab chiqarilmaydigan mamlakatda ham talab uyg'otadi.

Iste'molchilarning aniq mahsulot turlariga yoki firma markasiga munosabati. Shunday firmalar borki, ularning mahsulotlariga talab yuqori. Bu firmalar doimo o'z xaridorlarini yo'qotmaslikka, saqlab qolishga, yanada ko'paytirishga harakat qiladilar.

Bu omillarning ichida eng asosiysi narx. Chunki narx va xarid qobiliyatigina talabning tez o'zgarishiga olib keladi. Bozorda talab xaridor sifatida gavdalanadi. Bozorda tarozining bir pallasida talab tursa, ikkinchi pallasida taklif turadi. Talab bilan narxlar o'rtasidagi ta'sirni har qanday tovar bozorida kuzatish mumkin.

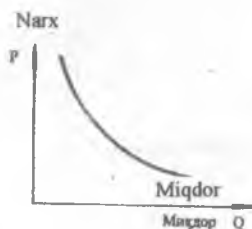
Iqtisodiy jarayonlarni o'rganishni abstrakt uslubidan foydalanib, narxdan boshqa hamma omillar o'zgarmaydi, deb faraz qilib, narxning o'zgarishi talabga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqamiz.

Ma'lumki, aholining daromadi cheklangan. Shuning uchun zarur tovar (xizmat)larni sotib olar ekan, har bir kishi o'z manfaatidan kelib chiqib, turli muqobil variantlar ichidan narxi arzon tovar sotib olishga harakat qiladi. Natijada sifati o'zgarimgani holda narx pasayishi bilan tovarga talab miqdori ortadi.

Biron-bir A tovarga talab narx o'zgarishi quyidagicha deylik.

#### ***Yakka talabning narxga bog'liqligi***

<i>Bir birlik tovar narxi</i>	<i>Talab qilingan tovar</i>
<i>R</i>	<i>Miqdori Q</i>
600	10
500	15
450	18
400	20
350	25



Jadvaldagi raqamlardan tovarning narxiga qarab sotib olish miqdori o'zgarayotganini ko'rish mumkin. Bu ma'lumotlarni grafikda tasvirlasak quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

$x$  o'qi bo'ylab talab miqdorini,  $u$  o'qi bo'ylab narxni joylashtirib, jadval bo'yicha nuqtalarni birlashtirib, talab egri chizig'iy o'nalishiga ega bo'lamiz. Ko'pchilik, Rossiya iqtisodchilari sal bosh-qacharoq,  $x$  o'qiga narx,  $u$  o'qiga miqdor qo'yishadi. Bunda narxning o'zgarishini talabga ta'siri ko'rsatiladi.

Mashhur iqtisodchi Alfred Marshall esa o'zining «Siyosiy iqtisod printsiplari» asarida  $x$  o'qida miqdor,  $u$  o'qida narxni joylashtirgan. Bunga sabab talabning o'zgarishi narxga, narxning o'zgarishi talab miqdoriga ta'sir qilishini hisobga olib funktsional bog'lanishni shunday tarzda tasvirlagan.

Shunday qilib, tovar qancha qimmat bo'lsa, shuncha kam miqdorda xarid qilinadi yoki aksincha. Bu sabab-oqibatli, funktsional bog'lanish talab qonunini ifodalaydi. Demak, boshqa omillar ta'sir qilmagani holda tovarga bo'lgan talab narxning ortishi bilan qisqaradi. Matematik nuqtai nazardan qarasa, tovar va xizmatlarga bo'lgan talab ularning narxi bilan teskari proportsional bog'lanishda bo'ladi. Albatta, real hayotda bu jarayon juda murakkab kechadi, lekin umumiy tarzda olganda talab qonuni bosh yo'nalish tendentsiyasini ifodalaydi. Talab qonuni grafik tarzda talab egri chizig'iy tarzida namoyon bo'ladi.

Talabning narxga bog'liqligi:

1. Tovarning narxi qancha yuqori bo'lsa, haqiqatan ham kishilar kamroq xarid qiladi.

2. Xaridor birinchisini zarur sotib oladi, ikkinchisini narxi arzon bo'lsa, oladi.

3. Narxning pasayishi xaridorni real xarid qobiliyatini oshiradi. Xaridor olmoqchi bo'lgan tovarning bittasini o'rniga ikkita oladi. Boshqacha aytganda yuqori narx iste'molchilarda xarid qilish xohishini so'ndiradi, past narx esa bu xohishni kuchaytiradi. Masalan: 1000 so'm pulimiz bor. 3 kg guruch va 1 kg makaron xarid qilmoqchimiz. Guruch narxi o'ylaganimizdek 280 so'm emas 200 so'mga tushibdi. U holda endi 3 kg emas 4 kg guruch xarid qilishimiz mumkin. Iqtisodiy nazariyada boshqa tovarlarni sotib olish miqdori o'zgarishini holda narxi tushgan tovarni xarid qilishni ko'paytirish imkoni daromad effekti<sup>1</sup> deb ataladi.

Agar guruchni narxi 350 so'mga ko'tarilsa endi makaronni ko'proq sotib olamiz. Xaridorni narxi ko'tarilgan tovar o'rniga nisbatan arzonroq tovar sotib olish o'rin bosish effekti deyiladi. Aynan daromad effekti bilan o'rin bosish effekti talab egri chizig'ining yo'nalishini ifodalaydi.

Lekin iqtisodiyotda shunday holat yuz berishi mumkin, bunda narxlar ortishi bilan talab kamayishi o'rniga ortib boradi. Bu vaziyat Giffen effekti deb ataladi. Bunday tovarlar esa bu holni tasvirlagan ingliz iqtisodchisi R o b e r t G i f f e n (1837 — 1910) nomi bilan Giffen tovarlari deb ataladi. Ayrim paytlarda tovarni narxi yuqori ko'tarilsa, sifati yaxshilanadi degan nuqtai nazardan avvaliga qaraganda ko'proq sotib olishlari mumkin. Yoki Giffen kambag'al oilalar kartoshka narxi ko'tarilishiga qaramay uni ko'proq sotib olish boshlaganlarini kuzatib, buning sababini shunday izohlaydi. Bu oilalar boshqa mahsulot iste'molini ko'paytirish imkoniyatiga ega emas. Shuning uchun go'sht iste'mol qilishni kamaytirish hisobiga kartoshka iste'molini ko'paytiradilar.

Lekin ayrim iqtisodchilar: jumladan amerikalik Jorj Stigler (1911 y.) Giffen tovarlari tushunchasiga ishonchsizlik bilan qarashadi. Uning fikricha Giffen effekti tushunchasi Alfred Marshall yordami bilan iqtisodiy nazariyaga kirgan. Uning o'zini esa bu hodisani kuzatganiga shubha bildiradi.

Ayrim iste'molchilar esa tovarning narxi pasaygani bilan uni sotib olishmaydi. Ular hammaga o'xshashni hohlashmaydi. Ular qimmat baholigi, boshqalarnikidan ajralib turadigan sifatlarga ega, eksklyuziv tovarlarni sotib olishga urinishadi. Natijada bunday tovarlarga talab o'sishi mumkin. Iqtisodiyotda bu ko'rinish **Veblen effekti** deb yuritiladi.

Talab o'zgarishi bu xaridorlarni mahsulot sotib olishga bo'lgan niyatlarini o'zgarishini ifodalaydi. Sababi bir yoki bir necha omil (determinant)lar o'zgaradi. Bu omillarni yuqorida ko'rib o'tganmiz. Bunday o'zgarish butun shkalani, o'z navbatida narx va miqdor egri chizig'ining surilishini bildiradi.

Bu erda talabni o'zgarishi bilan talab miqdori yoki hajmini o'zgarishi tushunchasi bilan aralashtirib yubormaslik kerak.

Talab miqdorini o'zgarishi talab egri chizig'ida ma'lum bir narx va miqdor kombinatsiyasidan ikkinchi kombinatsiyaga o'tishni bildiradi. Grafikda tasvirimiz bo'yicha talab miqdorini

o'zgarishi DD chiziqda A dan V ga qarab yo'nalishini bildiradi.

Talabni o'zgarishi esa talab egri chizig'ini o'ngga (talab ko'paysa)  $D_1D_1$  ga yoki chapga (talab kamaysa)  $D_2D_2$  ga siljishini ifodalaydi.

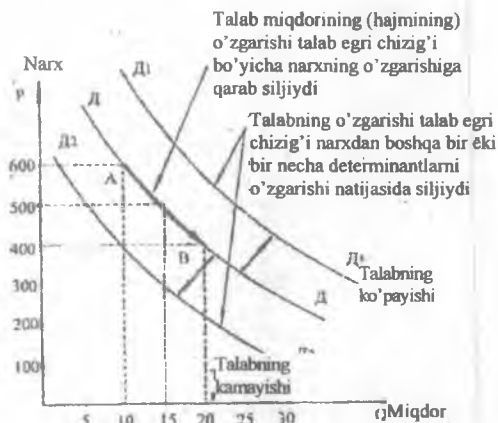
Talab miqdorining (hajmining) o'zgarishi talab egri chizig'i bo'yicha narxni o'zgarishiga qarab siljiydi.

Talabning o'zgarishida esa talab egri chizig'i narxdan boshqa bir yoki bir necha determinantlarni o'zgarishi natijasida (talabni ko'payishi yoki kamayishi) o'ngga yoki chapga siljiydi.

**Talab elastikligi.** Talab qonuni narx bilan bog'liq ravishda talabning o'zgarishini ko'rsatadi, lekin uning qay darajada o'zgarganini ko'rsatmaydi. Iqtisodiy vaziyatni to'g'ri baholash uchun esa talabni qanchalik o'zgarishini bilish muhim ahamiyatga ega.

Shunday mahsulotlar borki, narxning ozgina o'zgarishi xarid qilinayotgan tovar miqdorini ancha o'zgarishiga olib keladi. Ba'zi mahsulotlar esa narxini kattagina o'zgarishidan qat'i nazar sotib olinadigan tovar miqdorini o'zgarishiga uncha ta'sir qilmaydi.

Iqtisodchilar narxlarning o'zgarishi talabning qanday o'zgarishiga olib kelishini ifodalovchi ko'rsatkich sifatida iqtisodiy nazariyaga talab elastikligi tushunchasini kiritishgan.





Bozor iqtisodiyotida talab elastikligi muhim iqtisodiy tushuncha bo'lib, u xaridorning bozorda tovar va narxlar o'zgarishiga reaksiyasini, ya'ni narxning o'zgarishi xaridorga qanday ta'sir qilishini ifodalaydi.

Elastiklik tovar miqdori va narxi qanday absolyut birliklarda o'zgarishida emas, balki nisbiy o'zgarishlar bilan belgilanadi va u elastiklik koeffitsienti orqali ifodalanadi. U narx o'zgarishiga ko'ra va aholi daromadlari o'zgarishiga ko'ra hisoblanadi.

Narx o'zgarishiga ko'ra elastiklik koeffitsienti

$$E_D = \frac{P}{Q_0} \cdot \frac{Q_1 - Q_0}{P_1 - P_0}; \text{ yoki } \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} : \frac{P_1 - P_0}{P_0} \text{ o'zgarish foizi}$$

tarzida ifodalanadi.

Bu erda Q tovar miqdori

P tovar narxi

Elastiklik koeffitsienti tovar narxining bir foizga o'zgarishi talabni necha foiz o'zgarishini ko'rsatadi.

Elastiklik koeffitsienti E 1 bo'lishi mumkin. Agarda elastiklik koeffitsienti 1 dan katta bo'lsa, talab elastik, kichik bo'lsa noelastik, birga teng bo'lsa yagona elastik talab bo'ladi.

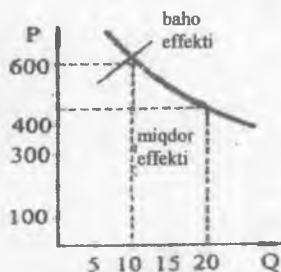
Masalan, kostyum-shim 50 ming so'mligida 10 dona sotildi. Narxi 35 ming so'mga tushirilgach 20 dona sotilsin. U holda elastiklik koeffitsienti

$$E_v = \frac{P}{Q_0} \cdot \frac{Q_1 - Q_0}{P_1 - P_0} = \frac{20 : 10}{35000 : 50000} = \frac{2}{0,7} = 2,86;$$

Talabning elastikligini aniqlashda asosiy diqqat qaratish zarur narsa bu umumiy tushum. Chunki elastiklik eng avvalo umumiy tushumni qanday o'zgarishini ifodalovchi ko'rsatkich sifatida zarur.

Umumiy tushum narx bilan talab miqdorining ko'paytmasiga teng. Narx bilan talab miqdorining o'zgarishi natijasida umumiy tushum (daromad) o'zgaradi.

Narxni o'zgarishi tufayli har bir sotilgan tovardan olinadigan daromadni o'zgarishi baho effekti deyiladi. Baho effekti narxi o'sishi natijasida umumiy tushumni oshiradi, aksincha narxni arzonlashuvi umumiy daromadni kamayishiga olib keladi. Lekin umumiy tushum sotilgan mahsulotning miqdoriga ham bog'liq. Umumiy tushum hajmini sotilgan mahsulot miqdori evaziga o'zgarishi miqdoriy effekt deb ataladi. Narxni tushishi sotiladigan mahsulot miqdorini, natijada umumiy tushumni ko'paytiradi yoki aksincha mahsulot miqdori o'zgarmay, hattoki kamayib ketishi umumiy tushumni kamayishiga olib kelishi mumkin.



a)  $Q \times P = 10 \times 600 = 6000$   
 $Q \times P = 20 \times 400 = 8000$   
 $6000 < 8000; 8:6 = 1.33$   
 $E > 1$

Shunday qilib, narxning o'zgarishiga xaridorning munosabati turlicha bo'lishi mumkin:

1. Agar narxning pasayishi sotilayotgan tovar miqdorini ko'paytirib, umumiy daromad tushumini avvalgidan ko'payishiga olib kelsa, unday talab elastik talab bo'ladi. Elastiklik koeffitsienti birdan katta bo'ladi.

Aytaylik, A tovarni 600 so'mdan sotganda bir haftada 10 ta tovar sotiladi. Umumiy daromad 6000. Narxini 400 ga tushirsak 20 ta sotilyapti, umumiy tushum 8000. Demak, elastiklik koeffitsienti birdan katta. Bunday talab elastik talab deb ataladi (a- rasm).

Elastiklik koeffitsienti birdan qanchalik katta bo'lsa, elastiklik shuncha yuqori bo'ladi.

2. Agar narxning pasayishi aniq tarzda sotilgan tovar miqdorini o'zgarishi bilan o'rni qoplansa, ya'ni umumiy daromad (tushum) o'zgarmasa, bunday talab elastikligi yagona elastik talab deyiladi.

Bunda talab elastikligi koeffitsienti 1 ga teng bo'ladi.

$$1) Q_0 \times P_0 \quad 10 \times 600 = 6000$$

$$2) Q_1 \times P_1 \quad 20 \times 300 = 6000$$

$$6000 = 6000; \quad 6000 : 6000 = 1 \quad E = 1.$$

Sotayotgan tovarimizning narxini 300 so'mga tushirganimizda, haftasiga 20 ta tovar sotildi. Umumiy daromad o'zgarmadi. Elastiklik koeffitsienti 1 ga teng (b- rasm).

3. Narx pasayishi bilan sotilayotgan tovar miqdori unchalik ko'paymasa, natijada umumiy daromad pasayib ketsa, bunday talab noelastik talab deyiladi. Bunda elastiklik koeffitsienti 1 dan kichik. Lekin nolga teng emas.

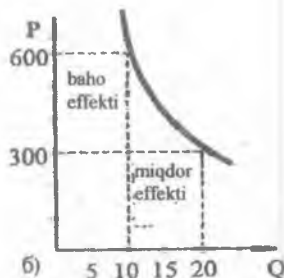
Sotilayotgan tovarning narxini 300 so'mga tushirganimizda 15 ta tovar sotildi. Umumiy tushum 4500. Demak elastiklik koeffitsienti birdan kichik. U nolga yaqinlashib borgan sari noelastiklik darajasi ortib boradi (v- rasm).

4. Shunday tovarlar ham borki, ularga bo'lgan talab narxning o'zgarishi bilan deyarli o'zgarmaydi. Bularga eng zarur kundalik ehtiyoj mollari kiradi.

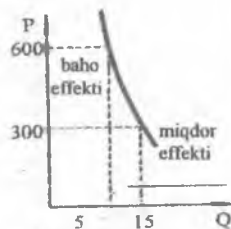
Non, un, guruch, sovun, tuz, gugurt kabilar. Ularga narx qanchalik o'zgarishidan qat'i nazar talab o'zgarmaydi yoki juda kam o'zgaradi. Uni qat'iy elastik talab deb ataladi (g- rasm).

Agar umumiy tushumni o'zgarishiga diqqat qilsak baho effekti bilan miqdor effekti bir-biriga qarama-qarshi amal qiladi.

Shuning uchun umumiy tushum narxni har qanday o'zgarishida ko'payishi yoki kamayishi mumkin.



b)



b)

$$10 \times 600 = 6000$$

$$15 \times 300 = 4500$$

$$6000 > 4500; \quad 6 : 4.5 = 0.75$$

$$E < 1$$

g) Qat'iy elastik talab

Agarda miqdoriy effekt baho effektiga nisbatan ustun bo'lsa, talab elastik bo'ladi. Baho effekti miqdoriy effektga nisbatan ustun bo'lsa, talab noelastik bo'ladi.

Narx	Umumiy tushum	Talab elastikligi
1) ↑↓	↓↑	elastik
2) ↑↓	↑↓	noelastik
3) ↑↓	Umumiy tushum o'zgaraydi.	yagona elastik

Talab deganda doimo to'lovga qobillik nazarda tutilar ekan, uning qay darajada bo'lishi aholi daromadlariga bog'liq. Bu albatta, elastiklik koeffitsientining o'zgarishida o'z ifodasini topadi.

Daromad o'zgarishiga ko'ra elastiklik koeffitsienti

$$E_D = \frac{Q_1}{Q_0} : \frac{I_1}{I_0};$$

Bunda  $I_0$  — income xaridorlar daromadi.

Ko'pgina tovarlarga talab daromad bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'liq. Ya'ni daromad o'sishi bilan talab ortadi. Lekin ayrim hollarda aksincha bo'ladi.

Masalan, yomon sifatlil tovarlarga talab qisqaradi. Undan tash-qari, ilgari kundalik ehtiyoj mollarini eng arzonini xarid qilib kun kechirgan bo'lsa, endi boshqa turdagi aytaylik go'sht, sariyog', pishloq kabilarni sotib olishga qurbi etadigan bo'ladi.

Daromadlarning o'zgarishiga ko'ra elastiklik koeffitsienti qanday tovarga talab o'zgarishini ko'rsatadi.

**Bilvosita elastik talab** Tovarlar dunyosi rang-barang bo'lib, ba'zilari bir-birini o'rnini bosishi, boshqalari esa bir-birini to'ldirishi uchinchilari esa mustaqil bo'lishi mumkin. Masalan, kofening narxini ko'tarilishi, choyga talabni oshiradi. Fotoplyonkaga narx oshishi fotoapparatga talabni kamaytiradi. Masalan ruchkaga narxni ortishi, go'shtga bo'lgan talabni o'zgartirmaydi, chunki ular mustaqil tovar. Bular albatta elastiklik koeffitsientiga ta'sir qiladi.

Bir tovarga bo'lgan talab elastikligini boshqa tovar bahosiga nisbati bilvosita elastiklik koeffitsienti deb ataladi. Bilvosita elastiklik koeffitsienti bir(i) tovarga talabni o'zgarishi ikkinchi (j) tovar narxini o'zgarishiga nisbati tarzida hisoblanadi.

$$E_{ij}^P = \frac{\Delta Q_i}{Q_i} : \frac{\Delta P_j}{P_j}; \text{ yoki } e_d(P_j) = \frac{dQ_i}{dP_j} : \frac{P_j}{Q_i}$$

Mustaqil tovarlarda esa bevosita elastiklik koeffitsienti nolga teng.

Elastiklik koeffitsientining o'zgarishiga ko'ra ishlab chiqarishga «signal» ketadi.

Talabning ma'lum narx o'zgarishida elastik yoki noelastik bo'lishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

\*o'rinbosar tovarlarning ko'p yoki kamligi;  
\*iste'mol byudjetida shu tovarning qanday ulushga ega ekanligi.

\*nax o'zgarishiga ko'nikish uchun zarur vaqt;

\*kundalik zarur ehtiyoj mollarimi yoki zebu ziynat ekanligi va boshqalar.

Shunday qilib, talab elastikligi qat'iy elastik talab bilan qat'iy noelastik talab o'rtasida tebranib turadi.

Ayrim iqtisodiy adabiyotlarda elastiklikning ana shu to'rt ko'rinishi boshqacha nomlanadi:

1. Haddan yuqori elastik talab.

2. Yuqori elastik talab.

3. Past elastik talab.

4. Noelastik talab.

Ko'rinib turibdiki, boshqacharoq ifodalangani bilan ma'nosi bir.

**Talab elastikligi-** Talab elastikligi darajasini aniqlash iqtisodiyotdan real hayotda uchun muhim ahamiyatga ega. Firma (korxon), uy foydalanish xo'jaligi, davlat narxning o'zgarishi qanday oqibatga olib kelishini chamalab, muvofiq ravishda chora-tadbirlar ko'radi.

Masalan, ishlab chiqarishga yangi texnika, texnologiyani joriy qilish natijasida mehnat unumdorligi o'sib, mehnat omiliga talab kamayadi. Aytaylik, ishlab chiqarishni avtomatlashtirish natijasida 300 ishchi ortiqcha bo'lib qolsin. Avtomatlashtirishni qo'llash natijasida xarajatlar kamayishi natijasida narxni pasaytirish imkoni (tug'iladi) vujudga keladi. Agarda korxon mahsulotiga talab elastik bo'lsa, narxni pasayishi talabni oshiradi. U holda korxonadagi ortiqcha bo'lib qolgan 300 ishchi avvaligiga qaraganda mahsulot hajmini ko'paytirish uchun ishga jalb qilinadi. Agarda mahsulotga talab noelastik bo'lsa, ishchilar ishdan bo'shatiladi va ishsiz qoladi. Demak, ularni ish bilan ta'minlash chorasini ko'rish kerak.

Ma'lumki, qishloq xo'jalik mahsulotlariga talab noelastik. Agarda qishloq xo'jalik mahsulotlari haddan tashqari hosil yuqori bo'lishi natijasida ko'p etishtirilsa, taklif ko'payib ketib, narx tushib ketadi. Dehqonlarning daromadlari ham pasayib ketadi. Demak, qishloq xo'jaligida u. yoki bu turdagi mahsulot ishlab chiqarishni cheklash kerak.

Turli transport vositalari avtobus, poezd, samolyot kabilarga bilet narxi o'zgarishi talabning elastiklik darajasiga ko'ra daromadni ko'paytirishi yoki uni yo'qotishga olib keladi. Aytaylik, samolyotga biletning qimmatligi sababli passajirlar kam. Agar talab elastik bo'lsa, bilet narxini tushishi evaziga biletlar to'la sotilishi natijasida daromad ko'payadi.

Hukumat noelastik tovarlarga aksiz soliqlarini oshirib daromadlarini ko'paytirishi mumkin. Masalan, spirtli ichimliklar, tamaki mahsulotlariga talab noelastik bo'lib, aksiz soliqlarini oshirish narxni o'sishiga qaramay talabni deyarli kamaytirmaydi.

Agarda talab elastik bo'lsa, aksincha aksiz soliqlarini o'sishi narxni ortishiga va talabni kamayishiga olib keladi. Natijada taklif qisqaradi. Taklifga muvofiq ravishda davlat byudjetiga tushadigan daromad ham.

Ayrim tovarlarga talab ma'lum vaqt mobaynida noelastik, ma'lum vaqt mobaynida elastik bo'lishi mumkin. Sababi shu tovarlarga o'rinbosar tovarlar ishlab chiqarilishi mumkin.

Talab elastikligi darajasiga talabni o'zgarishiga u yoki bu tovarning qanday naf keltirishi, uning me'yoriy nafiligi katta ta'sir ko'rsatadi.

## 2- §. Me'yoriy naflilik va uning pasayib borishi. Naflilik va haridor tanlovi nazariyasi

Naf umumiy hamda me'yoriy nafga bo'linadi. Umumiy naf deb, ma'lum tovar yoki xizmatlar birligi to'plamini iste'mol qilishdan olinadigan qoniqishga aytiladi. Me'yoriy naf esa iste'molchining tovar yoki xizmatning qo'shimcha birligidan ko'rgan nafi, ya'ni umumiy nafga qo'shilgan nafni bildiradi.

Iqtisodiy nazariyada marjinalizm maktabi naflilikka alohida diqqat-e'tibor qaratadi (VI bob). Me'yoriy naflilik qanday o'lchanadi va taqqoslanadi. Uning umumiy o'lchovi bormi? Ana shu savollarga javobga ko'ra me'yoriy naflilik nazariyasi tarafdorlari ikki yo'nalishga bo'linadi: kardinalistik va ordinalistik.

Kardinalistlar U. Jevons, D. Robertson va boshqalar me'yoriy naflilikni absolyut miqdorini o'lchash mumkin bo'lgan ko'rsatkichni topishga urinishgan, hatto shartli birlik yutil (inglizcha utility- naflilik) tushunchasini ham kiritishgan. Lekin bu urinishlar bekor bo'lib, naflilikni pul bilan o'lchab, baholashgan. Boshqa guruh iqtisodchilar- ordinalistlar me'yoriy naflilik sof sub'ektiv ko'rsatkich, uni miqdoriy jihatdan o'lchab bo'lmaydi deyishadi.

Kardinalistlar o'tkazgan tadqiqotlari asosida iste'mol qilinyotgan tovar qancha ko'p bo'lsa, umumiy naflilik ortadi, lekin me'yoriy naflilik kamayib boradi degan xulosaga kelishadi.

Boshqa tovarlarning iste'moli o'zgarimasdan qolgani holda biron-bir tovar va xizmatga ehtiyoj to'yinib borishi bilan bu ne'matning keyingi birligini iste'mol qilishdan qoniqish pasayib boradi.

Masalan, xo'jalik ishlari uchun 10 chelak suv kerak deylik. Bizda 50 chelak suv bor. U holda shu payt uchun 40 chelak suvning hech qanday nafi yo'q. Agar bizda 10 chelak suv qolsa, unda uning har biri qadr-qimmatga ega bo'ladi. Chunki 10 chelak suvdan biror chelak suvning yo'qolishi, biron-bir ehtiyojni qondirilmaligiga olib keladi.

Tabiiyki, har bir iste'molchi o'ziga keladigan umumiy naflilikni oshirishga intiladi. Umumiy naflilikni orttirish printsipi quyidagicha: har bir iste'molchi tovarlar to'plamini xarid qilishda daromadini shunday taqsimlashi kerakki, u yoki bu tovarga sarflangan oxirgi pul birligidan (so'm, dollar, frank) oladigan naf bir xil bo'ladi.

Me'yoriy naflilikning pasayib borishi mavjud ne'matning navbatdagi birligini xarid qilib, tasarrufidagi tovarlarni ko'paytiradigan xaridor uchun ular qadrligini

Kostyumlar soni	1	2	3	4	5
Naflilikning o'zgarishi, me'yoriy nafiligi	210	105	70	52.5	42
Umumiy naflilik (bor kostyumlar keltiradigan naf summasi)	210	315	385	437.5	479.5

pasayishi bilan bog'liq. Kostyumning naflligi yutil miqdori bilan o'lchanadi, uni kostyum kiyib yuradigan kunlar bo'yicha hisoblaylik, deylik. Kishi bitta kostyumi bo'lsa 210 kun kiyadi, ikkita bo'lsa 105 kun, 3 ta bo'lsa 70

kun, 4 bo'lsa 52 kun, 5 ta bo'lsa 42 kun kiyadi va hokazo. Ya'ni umumiy

kiyadigan kunlarni kostyumlar soniga bo'lamiz. U holda umumiy naflilik o'sib boradi, ya'ni bitta kostyumning umumiy naflligi 210 ga teng, ikkitasiniki  $(210+105)=315$  ga, uchtasiniki  $(315+70)=385$  ga teng va hokazo. Lekin e'tibor qilsak, har bir keyingi kostyum qo'shilishi bilan umumiy naflilik avvalgisining darajasida ko'paymayapti. Sababi har bir qo'shimcha kos-tyumdan oladigan naf kamayib borayapti. Chunki bitta kostyumimiz bo'lganda 210 kun kiyardik. Kostyumimiz ikkita bo'lgach, endi 105 kun, uchta bo'lsa 70 kundan kiyamiz. Me'yoriy naflilikni pasayib borishi umumiy naflilikka ham ta'sir etadiki, oxir-oqibat umumiy nafni ko'paymasligi ma'lum chegaradan so'ng uni ham pasayishiga olib keladi. Kostyumimiz 210 tadan ortgach ana shu chegaraga etamiz. Naflilik bilan har bir qo'shimcha kostyum miqdori o'r-tasidagi bog'lanishni yuqoridagi jadval asosida ko'rish mumkin.

Jadval ma'lumotlaridan foydalanib, umumiy naflilik va me'yoriy naflilik kostyumlar miqdori o'zgarishi bilan qanday o'zgarishini grafikda tasvirlaylik.

Tu (Total utility)—Umumiy naf summasi. Mu (margial utility)—Me'yoriy naflilik

Jadvaldan va grafikdan ko'rinib turibdiki, iste'mol qilinayotgan ne'matning miqdori ortishi bilan me'yoriy naflilik kamayib boryapti. Real sharoitda shunday bo'lishi mumkinki, iste'mol chegarasi ma'lum bir miqdordan ortgandan keyin naflilikni o'stirmay, aksincha manfiy effekt berishi, ya'ni «ortiqcha iste'mol» zarar keltirishi mumkin. Holvaning ozi shirin, degan naql aynan me'yoriy naflilikni ifodalaydi.

Talab egri chizig'i qay darajada bo'lishi me'yoriy naflilikda o'z ifodasini topadi.

Bu barcha tovarlarga xos bo'lib, ana shu sabab-oqibatli bog'lanish me'yoriy naflilikning pasayib borishi qonuni deb qaraladi.

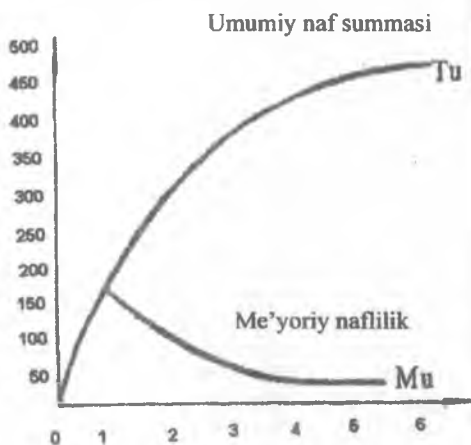
Me'yoriy naflilik pasayishi quyidagi asoslarga tayanadi:

1. Hamisha mahsulot xarid qiluvchi har bir shaxs mahsulotning keyingi birligidan kamroq naf yoki lazzat oladi. Ya'ni har bir qo'shimcha tovar naflligi avvalgisiga nisbatan past bo'ladi.

Masalan, xaridorga oyoq kiyimi kerak, uning uchun bir juft oyoq kiyimining naflligi o'ta yuqori, chunki u yalang oyoq yura olmaydi.

Ikkinchi juft oyoq kiyimi uni almashtirib turish imkonini beradi, lekin uning naflligi pastroq, chunki xaridor yalang oyoq emas, uni kiyadigani bor.

Uchinchi va to'rtinchi juft oyoq kiyimining naflligi pasayib boraveradi, chunki ehtiyoj to'ydirilgan sari tovarning iste'molchi uchun naflligi pasayadi.



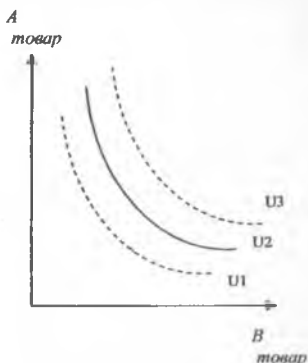
2. Iste'molchi o'zining cheklangan daromadi doirasida uni sarf-lab maksimal darajada sub'ektiv qoniqish, naf olishga intiladi.

Me'yoriy naflilik qonunining praktikadagi ahamiyati shundaki, u iste'molchilarni bozordagi turli tovarlarni qay darajada sotib olishlari mumkinligini taxminan qanday bo'lishini aniqlab beradi, prognoz qiladi.

Me'yoriy naflilikning pasayishi qonunining amal qilishi tufayli xaridorlar, iste'molchilar juda ko'p tovarlar, xizmatlardan o'zlari uchun zarur bo'lgan, daromadlari doirasida o'zlari uchun eng maqbul hisoblangan tovarlar va xizmatlar kompleksini xarid qilishadi. Bu tovarlarni tanlab olish naflilikni maksimalashtirish prinsipi asosida yuz beradi.

Ordinalistlar, xususan V. Pareto, J. Xiks va boshqalar kardinalistlar qo'llagan printsiptan voz kechishgan. Ular nazariyaga ketma-ket tartibli naflilik tushunchasini kiritishadi. Ularni fikricha uni yordamida iste'molchini shu tovarga bo'lgan qoniqish darajasini kamayib yoki ko'payib borishini aniqlash mumkin. Lekin ana shu qoniqish darajasini aniqlash mumkin emas. Iste'molchi o'z pulini xohlagancha ishlatadi. U o'z ehtiyojini to'liq qoniqquncha qondirishga harakat qiladi. Biron-bir tovarni sotib olar ekan, shu variantni boshqa alternativ variantlari bilan solishtiradi. Pareto me'yoriy naflilikni absolyut miqdorini o'lchash o'rniga nisbiy tahlil qilish samaraliroq, ya'ni iste'molchi (haridorlar)ni ma'lum bir tovarlar to'plamidan ikkinchisini ustun qo'yish, tanlashini o'rganish afzalroq deydi. Bunday tahlil befarqlik egri chizig'i orqali tushuntirilgan. Bu neoklassiklar tomonidan ko'pgina mikroiqtsodiy jarayonlarni tanlov muammosi bilan bog'liq holda ne'matlarini optimal to'plamini: ishlab chiqarish omillarini, dam olish bilan ish vaqtini nisbatini aniqlashda foydalanilgan.

Ordinalistik yondashuv nuqtai nazaridan iste'molni optimallashtirish muammosini grafik yordamida ko'rib chiqish mumkin. Abstraktsiya metodidan foydalanib, iste'molchi qat'iy daromad topadi va uni hammasini iste'molga sarflaydi. Bunda ular faqat ikki turdagi A va V tovarlarni sotib oladi deylik. Xaridor o'z puliga turli miqdorda A va V tovarni harid qilishi mumkin. Ularning naflilik haridor uchun teng. Aytaylik ikkita A va uchta V tovar umumiy nafliliği uchta A va ikkita V tovarga teng va hokazo. Bir tovarni kamroq olish ikkinchisini ko'proq olish bilan to'ldiriladi. Bunday to'plamda tovarlar miqdori qancha bo'lishini xaridor uchun farqi yo'q. Agar uni grafikda ifodalasak, quyidagicha bo'ladi.



( 1-rasm ) Bu egri chiziq befarqlik<sup>1</sup> egri chizig'i deyiladi. Bu egri chiziq mumkin bo'lgan juda ko'p variantlardan biri xolos. Ular iste'molni qondirish darajasiga ko'ra past yoki yuqoriroq bo'lishi mumkin. (U<sub>1</sub>,

<sup>1</sup>Befarqlik deganda loqaydlikni tushunmaslik kerak. Bu yerda Tovar va xizmatlarning har qanday to'plami haridor uchun birdek naf keltirishi ko'zda tutiladi.

U<sub>2</sub>, U<sub>3</sub>, ... va hokazo) Ular chizmada punktirli chiziq bilan tasvirlangan.

Iste'molchi uchun ikki tovar bo'yicha olingan befarqlik egri chiziqlari to'plami befarqlik kartasi deb ataladi.

Befarqlik egri chizig'i koordinata o'qlariga nisbatan qavariq shaklda ekanligiga diqqat qaratilishi kerak. Uning qavariqligi iste'molchi uchun tovarlar o'zaro bir-birini to'la almashtira oladigan, o'rnini bosa oladigan emas, ekanligini ko'rsatadi.

Befarqlik egri chizig'i bo'ylab pastga qarab harakatlanadigan bo'lsak, V tovarni ma'lum bir miqdorini olmay A tovardan qo'shimcha miqdor tovar olishimizni ko'rsatadi. Ana shu befarqlik egri chizig'i bo'yicha ma'lum bir tovarni sotib olishni kamayishi evaziga ikkinchisini sotib olishni ko'payishi o'rinbosishining me'yoriy normasi (MRS) deb ataladi. Uni  $\Delta V/\Delta A = MRS$  tarzida ifodalash mumkin.

O'rinbosishning me'yoriy normasi (marginal rate of substitution) iste'molchining oladigan nafiligi o'zgarmagani holda bir tovarni boshqasi bilan almashtirishiga tayyor ekanligi darajasi befarqlik egri chizig'ining o'zi bilan ifodalanadi.

Befarqlik egri chizig'i iste'molchining tanlashiga qarab nihoyatda turli-tuman bo'ladi. Agar tovar xizmatlar bir birini bosa oladigan bo'lsa qavariq, to'la almashtira oladigan bo'lsa to'g'ri chiziq, agarda tovarlar ma'lum nisbatdagina iste'mol qilinsa shaklida bo'ladi. Masalan, batareyka bilan ishlaydigan soat. Agar iste'molchi bitta batareyka bilan 2 soat yoki aksincha 2 ta batareyka bilan bitta soat olsa, ularni bittasini zahirada saqlashga to'g'ri keladi. Chunki bitta soat 1 ta batareyka bilan ishlaydi. Shuning uchun befarqlik egri chizig'i L shaklda bo'ladi.

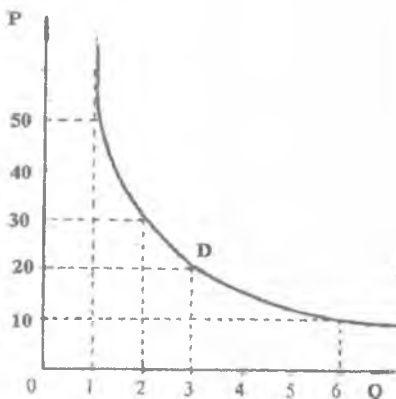
Befarqlik egri chizig'i byudjet chizig'i (byudjet cheklanganligi) hamdir. Chunki aynan ana shu chiziq ma'lum miqdordagi pul, daromad hajmi miqdoridagi tanlovni ko'rsatayпти.

Bu egri chiziqni me'yoriy nafilik nuqtai nazaridan qarasaq, muhim kategoriya "iste'molchining yutug'i" ni ko'rsatib beradi. Bu kategoriyaning mazmuni quyidagicha tushuntirish mumkin. Iste'molchi har bir tovarni uning naf keltirishiga qarab baholaydi. Me'yoriy nafilik esa pasayib boradi.

Shu nuqtai nazardan grafik bo'yicha fikrimizni ifodalasak, quyidagicha ko'rinishda bo'ladi.

Bir dona tovar uchun 60 ming to'lash mumkin 2 tovar uchun 40 mingdan to'lashi mumkin. Bozor bahosi 40 mingdan

individual bahosi esa  $60+40=100$  ming





so'm. Lekin u  $40+40=80$ ga sotib oladi. 3 tovarni esa 20 ming so'mga baholaydi. Bu uchinchi tovarning me'yoriy nafiligi bozor bahosini belgilaysi, ya'ni  $20+20+20=60$  ming so'm. Agarda individual tarzda hisoblanganda  $60+40+20=120$  ming so'mga teng bo'lardi.

Aynan biz bozorda sotuvchi bilan savdolashar ekanmiz tovarning me'yoriy nafiligi jihatidan yondashib 1000 so'm deb turgan tovarini 2 ta olaman, 900 dan bering, 3 ta olaman 800 dan Bering deymiz.

Grafikda bu shtrixlangan maydon bo'lib, yuqorisidan talab egri chizig'i, quyidan baho chizig'i bilan chegaralangan. Narx qancha past, iste'molchining yutug'i shuncha ko'p bo'ladi. Misolimiz bo'yicha ikkita tovar olganda  $(60+40) - (40+40) 100-80=20$  ming so'm, uchta tovar olganda  $(60+40+20)-(20+20+20) =120-60=60$  ming so'm.

Iste'molchining yutug'i kontseptsiyasi neoklassik maktab tomonidan soliqqa tortish, monopolistik narxni shakllanishi muammolarini tadqiq etishda keng foydalaniladi.

Me'yoriy nafililik nazariyasi bilan iste'molchining tanlovi nazariyasi iqtisodiy sub'ekt bozorda o'zini qanday tutadi, qanday tanlaydi, hamda talab va uning miqdorini o'zgarishini bozor muvozanatiga qanday ta'sir o'tkazishini aniq tahlil qilishiga yordam hamda imkon beradi.

Iste'molchilarning tanlovi ularning byudjet daromadlari va vaqtlari bilan chegaralangan. Tanlovga ularning nimani afzal ko'rishlari, ratsional ish tutishlari tasir ko'rsatadi.

Iste'molchi doimo o'zi olayotgan ne'matlar to'plami nafiligi eng yuqori bo'lishini hohlaydi.

Bu maqsadga qanday erishish mumkin?

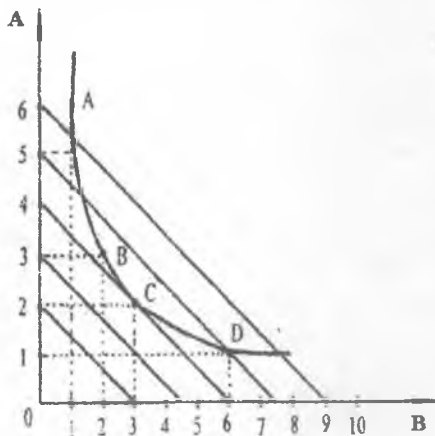
Iqtisodchilarning tadqiqotlari shuni ko'rsatadi-ki, nafililik egri chizig'ining byudjet chizig'iga urinib o'tgan nuqtasida erishilar ekan.

Uni grafikda tasvirlasak, quyidagicha ko'rinishda bo'ladi.

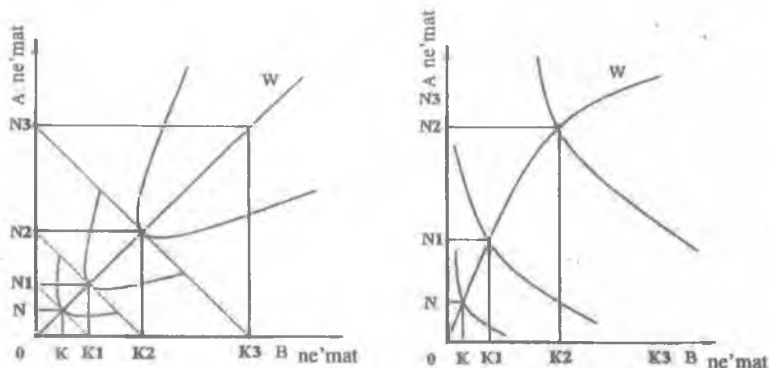
E nuqtasi nafiligi yuqori, lekin u byudjet chizig'idan yuqorida. Birinchi chiziqda esa tovarlar to'plami nafiligi past, sababi u byudjet chizig'ini kesib o'tadi, befarqlik egri chizig'idan pastda joylashgan E-nuqta optimal tanlov yoki muvozanat nuqtasi deb ataladi.

Daromadni o'sishi yoki pasayishi muvozanatni yuqoriga yoki pastga siljishiga olib keladi.

Befarqlik egri chizig'i bilan byudjet chizig'ini birlashtirib, J. Xiks "daromad - iste'mol" deb



atagan egri chiziqni oladi. Amerika adabiyotlarida esa u turmush darajasi egri chizig'i deb ataladi. Bu chiziq turlicha joylashishi mumkin.



Agarda bu egri chiziq koordinata boshiga nisbatan 45 da joylashgan bo'lsa, bu daromad o'sishi bilan iste'molchi A va V mahsulotni iste'molini bir hilda ko'payishini bildiradi.

Agarda ularning nisbati o'zgarsa, u holda W egri chizig'ini joylashishi ham o'zgaradi. Uni quyidagi rasmda ko'rish mumkin.

Birinchisida nisbatlar teng o'ssa, ikkinchisida avvalgi V ne'mat iste'moli tez o'sgan, keyinroq pasaygan.

Shunday qilib, turmush darajasini daromadning o'zgarishi iste'molga va uning tarkibiga qanday ta'sir qilishini tahlil qilib, zarur xulosa chiqariladi, tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Hayotda umumiy nafillikdan ham ko'ra me'yoriy nafillikka ko'proq e'tibor beramiz. Sarflangan pulimizga to'g'ri keladigan umumiy nafillikningina emas, har birini alohida keltiradigan nafilligini ham hisobga olamiz.

Tejamkor xaridor nafillikni maksimalashtirish printsipi asosida xarajat qilar ekan, turli tovarlar miqdorini tanlar ekan, oxirgi summa qanday tovar olishidan qat'i nazar bir xilda me'yoriy naf keltirish darajasiga qadar tanlaydi.

Nafillikni maksimalashtirish printsipi asosan pul ko'p bo'lib, tanlash imkoniyati mavjud bo'lganda ko'proq namoyon bo'ladi. Agar pul miqdori cheklangan bo'lsa, aytaylik 300 so'mgacha, bu printsip ham cheklanadi, sababi u pirojmiy va muzqaymoq olishi kerak bo'lsa, faqat bittadan sotib olishi mumkin. Agar pul 3000 so'mgacha ko'paysa, demak tanlash imkoniyati ham ko'payadi.

Xaridor o'z pulini ratsional sarflash uchun turli ne'matlar ichidan shunday tanlashi kerakki, har bir olayotgan tovarining nafillik darajasi sarflangan pul miqdoriga eng yuqori bo'lishi kerak.

Kundalik hayotda xaridor aynan shunday qiladi. U eng avvalo, eng kerakli tovarlarni sotib oladi. Arzon tovarni kamroq naf keltirsa ham ko'proq sotib oladi, qimmatbaho tovar yuqori iste'mol samarasi bilan kamroq sotib olinadi. Oxir-oqibat bir birligiga (1 so'mga) to'g'ri keladigan samarasi bir-biriga yaqin bo'ladi. Daromad ko'p bo'lsa tanlanadigan tovarlar turi ham ko'payadi.

### 3- §. Taklif va unga ta'sir etuvchi omillar. Taklif elastikligi

Taklif bozor iqtisodiyotining muhim kategoriyasi bo'lib, talab bilan chambarchas bog'liq. Taklif talab bilan qarama-qarshi turadi. Bozorda talab xaridor tarzida namoyon bo'lsa, unga qarama-qarshi sotuvchi o'z taklifi bilan turadi. Taklif bu bozorda mavjud yoki bozorga olib kelinishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar yig'indisidir. Taklif ishlab chiqarish bilan aniqlansa-da, aynan uning o'zi emas. Tovarlarni taklifi yaratilgan mahsulotlar miqdoriga teng bo'lmasligi mumkin, ya'ni tovarlarni taklif qilish va ne'matlar ishlab chiqarish hajmlari bir xil bo'lmasligi mumkin. Yaratilgan mahsulotni faqat bozorga chiqariladigan qismi tovar deyiladi, uning bozorga chiqarilmaydigan qismi taklifni yuzaga keltirmaydi. Masalan, fermer, jamoa, dehqon xo'jaliklari etishtirgan qishloq xo'jalik mahsulotlarining bir qismini o'zi iste'mol qiladi. Masalan, etishtirgan kartoshkasining bir qismini o'zi iste'mol qiladi, urug'likka ishlatadi va hokazo. Agar shu maqsadlarga jami etishtirilgan kartoshkaning 20% i sarflansa, 80%i tovar bo'lib sotiladi, ya'ni taklifni yuzaga keltiradi. Undan tash-qari, agar uni bir qismi chirishi mumkinligini hisobga olsak, yana ham kam bo'ladi.

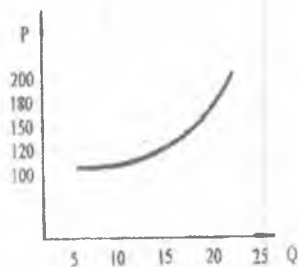
Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida taklif talab bilan muvofiqlashgan yoki talabga nisbatan ko'p bo'ladi. Bu o'z navbatida tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida raqobat kurashini kuchaytiradi.

Taklif qilingan tovar miqdoriga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Taklifga eng avvalo, narx ta'sir qiladi. Talabni o'rganganimizda boshqa omillarni o'zgar olmaydi deb narxni o'zgarishi talabni o'zgarishiga qanday ta'sir etishini ko'rib chiqdik. Endi xuddi shunday tarzda taklifni ko'rib chiqaylik. Xuddi talab kabi taklifni ham xususiy va umumiy takliflarga ajratish mumkin. Dastlab, tovar narxi o'zgarganda ayrim sotuvchi qanday ish tutishini ko'rib chiqaylik.

Bir kg tovar narxi 100 so'm bo'lsa, taklif 10 kg, narx 120 ga ko'tarilsa 12 kg va hokazo tarzida taklif etiladi. Ana shu narx bilan miqdor o'rtasidagi bog'lanishni shartli ma'lumotlarimiz asosida grafikka o'tkazamiz. Nuqtalarni birlashtirsak taklif egri chizig'i hosil bo'ladi. Bu egri chiziq taklif qilingan tovar va xizmatlar miqdori bilan ularning narx o'rtasidagi bog'lanishini ko'rsatadi. Tovar uchun narx qancha yuqori bo'lsa, bozorga ishlab chiqaruvchilar tomonidan shu tovarni shuncha ko'p miqdorda taklif etiladi, negaki tovar sotuvchi olayotgan puli (tushumi) tovarning narxi oshishi bilan ko'payib boradi. Bu holat ularni mavjud tovar ishlab chiqarish hajmini o'stirishga undaydi. Demak, narxni o'sishi taklifni o'sishiga, pasayishi taklifni pasayishiga olib keladi. Bu matematik nuqta nazardan to'g'ri proportsional bog'lanishdir. Mana shu bog'lanish, ya'ni narxni ortishi taklifni ham ortishiga, aksincha pasayishi taklifni ham pasayishiga olib kelishi *taklif qonuni* deb ataladi.

Albatta, taklifni ko'payishi xarajatlarni ham ko'paytiradi. Agar qo'shimcha tovarlarni sotishdan tushgan daromad (tushum) ularni ishlab chiqarish va bozorga keltirish xarajatlarini qoplamaydigan bo'lsa, narx oshishiga qaramay, taklif ko'paymaydi. Boshqa tomondan, agar narx pasaygan holda ishlab chiqarish va sotish

R, narx	Q, taklif
100	8
120	12
150	15
180	20
200	25



xarajatlari yanada ko'proq kamaysa, unda tovarni taklif qilish ko'payishi mumkin. Ayrim bir tadbirkor faoliyatiga to'g'ri keladigan taklif qonuni jami tadbirkorlar, biznesmenlar faoliyatiga nisbatan ham o'z kuchini saqlab qoladi. Shu sababli jami taklif asosan xususiy takliflarga oid omillarning amal qilishiga bo'ysunadi. Narx osha boshlasa, uni ishlab chiqarishga shuncha ko'p tadbirkorlar jalb etiladi. Natijada taklif qilinadigan tovarlarning miqdori ancha ko'payadi. Agar narx yanada oshib boraversa, payti kelib «narxlar tushishi» boshlanadi. Ishlab chiqarishni kengaytirishning zarurati tugaydi va ishlab chiqarilgan tovar miqdori ma'lum darajada narxga bog'liq bo'lmagan ravishda barqarorlashadi.

Bozorda taklif qilinadigan tovar hajmiga nafaqat uning narxi, balki boshqa qator omillar ham ta'sir qiladi.

**1. Ishlab chiqarishda ishlatiladigan tovarlar va xizmatlar narxining o'zgarishi.** Agarda muayyan tovarni ishlab chiqarish uchun sarf qilinayotgan xarajatlarni kamaytirishga erishilsa, bunday tovarlar bozorga ko'plab chiqariladi.

Ularga ham o'z navbatida, qator omillar ta'sir etadi:

a) resurslar narxi. Resurslar narxining pasayishi xarajatlarni kamaytirib, tovar ishlab chiqarishni ko'paytirishga olib keladi. Taklif ko'payadi. Natijada urug'likning va o'g'itning, yonilg'ining narxi pasaysa (ob-havo qulay bo'lib) kartoshkaga bo'lgan taklifning ortishini kutish mumkin. Temir rudasi, kokslanadigan ko'mirning narxi pasayishi po'lat ishlab chiqarishni ko'paytirishi mumkin. Bu o'z navbatida taklifni ko'paytiradi. Aksincha, resurslarning narxi ortsa, po'lat ishlab chiqarishni qisqartirib, taklifni kamayishiga olib keladi;

b) ishlab chiqarish texnologiyasi. Avvalgisiga nisbatan takomillashgan texnologiya mehnat unumini oshiradi. Tovarlar va xizmatlar sifatini yaxshilaydi hamda resurslarni tejash imkonini beradi. Bularning hammasi sarf-xarajatni kamaytirib, mahsulotni ko'paytirishga olib keladi. Bu tovar taklifini ko'paytiradi;

v) soliqlar va subsidiyalar. Daromadga, mol-mulka, resurslarga, xarajatlarga qo'shiladigan soliqlarning ortishi xarajatlarni ko'paytiradi. Taklifning qisqarishiga olib keladi. Aksincha, biror tovar ishlab chiqarishga subsidiya imtiyozlari berilsa u xarajatlarning bir qismini qoplab, tadbirkor uchun ularni umumiy miqdorini pasaytiradi va tovar taklifini ko'paytiradi.

**2. Boshqa tovarlar narxi.** Boshqa tovarlar narxining o'zgarishi ham taklifni o'zgarishiga olib keladi. Bug'doy narxining pasayishi fermerni ko'proq jo'xori

etishtirishga undashi yoki aksincha, bug'doy narxining oshishi jo'xoriga bo'lgan taklifning qisqarishiga olib kelishi mumkin.

3. **Narx oshish ehtimoli.** Kelajakda mahsulot narxining o'zgarish ehtimoli ham mahsulot ishlab chiqarishga ta'sir etishi mumkin. Fermerlar joriy yil hosilini bozorga chiqarishni narx oshish ehtimolini kutib to'xtatib turishi mumkin. Bu joriy taklifning qisqarishini keltirib chiqaradi. Ayniqsa, qayta ishlov beradigan sanoatning ko'p tarmoqlarida narx oshishi ehtimoli firmalarni ishlab chiqarish quvvatini oshirishga undaydi va bu taklif ko'payishiga sabab bo'ladi.

4. **Tovar ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar soni.** Muayyan turdagi tovar ishlab chiqaruvchilar qanchalik ko'p bo'lsa, taklif qilinadigan tovarlar miqdori shunchalik ko'p bo'ladi. Tarmoqdagi firmalar soni ortib borishi taklifni ko'paytiradi, chunki tovar ishlab chiqarish ko'payadi.

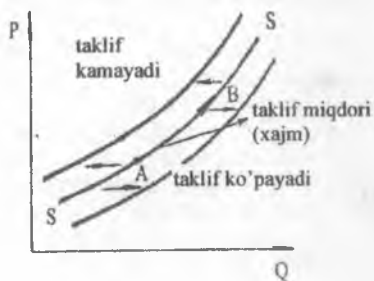
5. **Foyda olishning boshqa manbai mavjudligi.** Agarda muayyan tovar ishlab chiqarishga qaraganda boshqa tarmoq sohalarida ko'proq foyda olish mumkin bo'lsa, ishlab chiqarish xizmat ko'rsatishga o'tishlari mumkin. Bu o'z navbatida shu turdagi tovarlar, xizmatlar taklifini ko'paytiradi.

6. **Fan-texnika sohasida qilingan ixtirolar va ularni ishlab chiqarishga joriy qilish.** Ixtirolar bir tomondan umuman yangi tovarlar, xizmat ko'rsatish turlari taklifini vujudga keltirishi, ikkinchi tomondan, mavjudlarini ishlab chiqarishda tub o'zgarishlar qilishi mumkin. Bular ham taklifni o'zgarishiga ta'sir qiladi.

7. **Ishlab chiqarilgan mahsulotning tovarlik darajasi, bozorga etkazib berish.** Pomidor yoki baliqni olsak achitmay, chiritmay, yo'qotmay, sifatini buzmay bozorga etkazish ham taklifga ta'sir etadi.

8. **Tashqi savdo.** Taklifga tashqi savdo ham katta ta'sir ko'rsatadi. Mamlakatimizda ishlab chiqarilgan yoki kam ishlab chiqarilgan mahsulotlarni chetdan xarid qilish yoki aksincha, daromad topish uchun chetga chiqarish mumkin. Buning natijasida taklif ko'payishi yoki aksincha, kamayishi mumkin. Eksport ichki bozorda tovar taklifini qisqartirsa, import uni ko'paytiradi. Bundan tashqari, yana qator omillarni sanab o'tish mumkinki, ular ham taklifning o'zgarishiga ta'sir etadi.

Taklifning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi bir yoki bir necha omil (determinant)larni o'zgarishi xuddi talab egri chizig'ini o'rmini o'zgarishiga o'xshab butun shkalani, o'z navbatida, butun taklif egri chizig'ini ham siljishiga olib keladi.



Taklif miqdori va taklifni o'zgarishini quyidagi chizmada ko'rish mumkin. Shuni eslatib o'tish joizki, ayrim tovarlarga taklif o'zgar olmaydi. Masalan, noyob san'at asarlari: Behzod miniatyuralari, Leonardo da Vinchi rasmlari, Mikelandjelo haykallari kabilar. Ijodiy kasb sohiblari — shoirlar, rassomlar, musiqachilar mehnati mahsulini taklif qilish ham noo'zgaruvchan hisoblanadi. Dehqonchilik qilishga yaroqli erlar miqdorining cheklanganligi tufayli uni taklif qilishni oshirib bo'lmaydi.

O'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, iqtisodiy resurslarga talab va taklifni birgalikda alohida ko'rib chiqamiz. Iqtisodiy resurslarga talab ham tovarlarga bo'lgan kabi shakllanadi. Lekin, iqtisodiy resurslarga talab birinchi navbatda shu resurslarni qo'llagan holda ishlab chiqariladigan tovarlarga bo'lgan talabga bog'liq. Masalan, stanok ishlab chiqarish kengaysa, resurs bo'lmish metallga talab ortadi.

Iqtisodiy resurslarga talabning o'zgaruvchanligi uch omil bilan belgilanadi:

a) *pirovard mahsulotga talabning o'zgarishi;*

b) *resurslar o'rmini almastirish.* Bir resurs narxi oshganda o'rninga boshqasini qo'llash. Masalan, gaz o'rninga ko'mir, benzin o'rninga dizel yonilg'isi yoki umuman resurs tejaydigan texnologiya modellarini ishlab chiqarishga undaydi;

v) *umumiy sarf-xarajatlarda har bir resurs hissasi.* Resursga talab o'zgaruvchanligi, tayyor mahsulot ishlab chiqarish sarf-xarajatlarida uning hissasi qancha ekanligiga bog'liq. Ishlab chiqarishning umumiy xarajatlari tarkibidagi bir resurs boshqa resurslarga nisbatan taqqoslanganda katta hissa egallasa, ayni shu resurs narxining oshishi xarajatlarni ko'paytiradi. Masalan, poyabzal tikadigan firma xarajatida charm xarajati 50%, bo'yoq xarajati 10% bo'lsin. Charm narxini 10% oshishi narxni 5% ortishiga olib keladi. Bo'yoq 10% ga ohsa, narx 1% ga ortadi.

Bu o'z navbatida talabning ham shu darajada pasayishiga olib kelishi mumkin.

**Iqtisodiy resurslar taklifi.** Resurslarning jami taklifi muayyan bir davrda tamoman aniq bo'ladi. Masalan, ma'lum bir yilda ish kuchi «A» mln kishi, sug'oriladigan er «B» mln ga va hokazo. Respublikamizda qidirib topilgan gaz zaxiralari 2 trillion kubometr, ko'mir 2 mlrd tonna, 4,28 mln ga sug'oriladigan er maydoni mavjud. Albatta, resurslar miqdori keskin bo'lmasa-da, o'zgarishlarga uchraydi. Shubhasiz, ko'plab tabiiy resurslar cheklangan. Biroq, bu bilan ular qat'iy, o'zgarimas degan ma'no bermaydi. Yangi konlar qidirib topilib ishga solinadi. Respublikamizda 900 dan ortiq kon qidirib topilgan bo'lib, ularning tasdiqlangan zaxiralari 970 mlrd AKSh dollarini tashkil etadi. Shu bilan birga umumiy mineral xom ashyo potentsiali 3,3 trillion AKSh dollaridan ortiq baholanmoqda. Demak, ular ishga tushirilgach taklif ham o'zgaradi. Erning taklifini ham irrigatsiya, melioratsiya va boshqa tadbirlar bilan ko'paytirish mumkin.

Mehnat resurslari ham cheklangan bo'lsa-da, qator omillar tufayli o'zgaradi. Mehnat taklifini aholining mehnatga layoqatli qismi cheklaydi. Ammo ish haqi, ish kuni, ish haftasi uzunligi, mehnat sharoiti va boshqalarga qarab mehnat taklifi ham o'zgaradi.

Shunday qilib, resurslar taklifini ko'paytirish mumkin. Lekin ma'lum bir davr mobaynida mavjud imkoniyat darajasida resurslar doimo cheklangan. Resurslar taklifini ehtiyojlar o'sishiga ko'ra ko'paytirib bo'lmaydi.

**Taklif elasti-** Iqtisodchilar iqtisodiy nazariyaga talab  
**tkligi** elastikligi kabi taklif elastikligi tushunchasini ham kiritishgan.

U tovar miqdorining o'zgarishi raqobatli narxlarning qanday o'zgarishiga olib kelishini ko'rsatadi. Talab elastikligi narxning tebranishiga xaridorning reaksiyasini ko'rsatsa, taklif elastikligi esa ishlab chiqaruvchining reaksiyasini ko'rsatadi. U taklif miqdorining nisbiy o'zgarishi narxning nisbiy o'zgarishiga nisbati sifatida hisoblanadi.

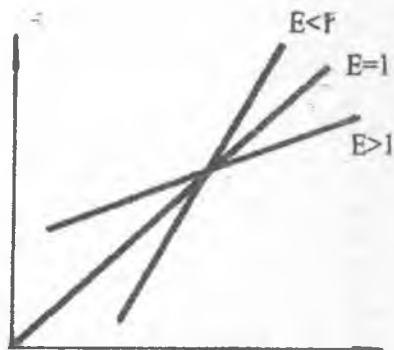
$$E_s = \frac{Q_1}{Q_0} : \frac{P_1}{P_0} ; \text{ yoki } \frac{Q_1}{P_1} : \frac{Q_0}{P_0} ; \text{ yoki } \frac{Q \text{ o'zgarish foizi}}{P \text{ o'zgarish foizi}}$$

Masalan, muzqaymoq 100 so'm bo'lsa, taklifi 25 dona deylik. Uning narxi 150 so'mgacha ko'tarildi, lekin taklif 25 donadan ortmadi. U holda taklif elastikligi  $25/25 : 150/100 = 1/1,5 = 0,66$ ;  $E=0,66$ ; Bunday taklif noelastik taklif bo'ladi.

Muzqaymoqning narxi ko'tarilib 200 so'm bo'lsa, bozorga endi 50 dona keltirilsa,  $50/25 : 200/100 = 2/2 = 1$ ;  $E=1$ ; Taklif yagona elastik.

Agarda muzqaymoq narxi 150 so'mga ko'tarilib, sotishga 75 dona keltirilsa,  $E > 1$  bo'ladi. Chunki:  $75/50 : 150/100 = 3/1,5 = 2$ ;  $E=2$ ; Taklif elastik.

Agar taklif narxning har qanday o'zgarishidan qat'i nazar o'zgarish qat'i y elastik taklif bo'ladi. Asosan, noyob buyumlar taklifi elastikligi shunday bo'ladi.



Taklif elastikligi talab elastikligiga o'xshab umumiy tushum bo'yicha hisoblanmaydi. Sababi narx bilan taklif o'rtasidagi bog'lanish to'g'ri proporsional bo'lgani uchun taklifning elastik yoki noelastiklik darajasidan qat'i nazar narx bilan umumiy tushum (daromad) bir yo'nalishda bo'ladi.

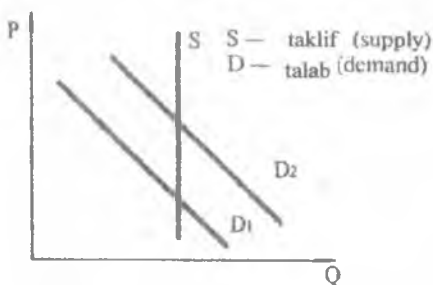
Agarda narxning ozgina o'zgarishi uni qimmatlashuvi yoki arzonlashuvi taklifni haddan ziyod ko'payishiga yoki aksincha, qisqarishiga olib kelsa, bunday taklif **absolyut elastik taklif** bo'ladi.

Har ikkisinin o'rtasida, ya'ni qat'iy elastik taklif bilan absolyut

elastik taklif o'rtasida tutgan o'rniga qarab, taklif elastik yoki noelastik bo'ladi. Elastiklik koeffitsienti birdan qancha kichik bo'lishiga ko'ra noelastik taklif qat'iy elastiklik tomon, aksincha, birdan qancha katta bo'lsa, elastiklik yuqori bo'lib, absolyut elastiklikka yaqinlasha boradi. Uni yuqoridagi misolimiz asosida grafikda tasvirlasak yuqoridagi ko'rinishda bo'ladi.

Taklif elastikligiga ta'sir qiladigan eng muhim omil bu vaqt omilidir. U ishlab chiqaruvchilarni narx o'zgarishiga moslashish imkonini beradi.

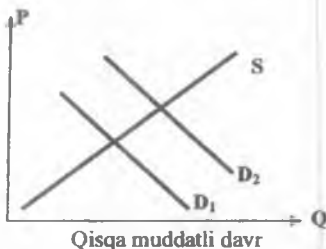
**Vaqt omili.** Ishlab chiqaruvchi narxlarni o'zgarishiga tezda moslashish imkoniyatiga ega emas. Buning uchun ma'lum vaqt kerak. Sabab, asbob-uskuna, xom ashyo, qo'shimcha ish kuchi yoki aksincha, ishchilarni bo'shatib, bank kreditlarini to'lash kerak. Shunday vaziyat ham bo'ladiki, taklif noelastik. Unda talabning o'sishi taklif o'sishiga emas, narx o'sishiga — inflyatsiyaga olib keladi.



Nihoyatda qisqa muddatly davr

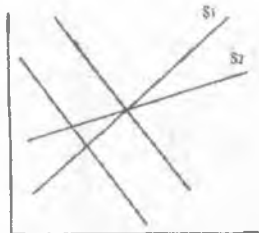
uchun taklif tamomila noelastik. U narxning qanday bo'lishidan qat'i nazar arzonmi, qimmatni sotadi. Agarda kutganidan qimmatroq bo'lsa ham bozorga qo'shimcha pomidor olib kela olmaydi. Chunki, bir kechada pomidor o'stirib bo'lmaydi. Ikkinchi tomondan uni kutganidan past, arzon bo'lsa ham, olib kelgan pomidorini sotadi. Chunki, achisa umuman hech narsa olmaydi. Bu faqat bir fermer emas, boshqalarga ham tegishli. Chunki, bozordagi talabga qarab taklifni ko'paytirish uchun vaqt yo'q. Narxning o'sishi faqat iste'molni nor-mallashtiradi. Lekin uni ishlab chiqarishni ko'paytirmaydi;

b) qisqa muddatli davr. Bu davr mobaynida alohida ishlab chiqaruvchilar va umuman butun tarmoqning quvvati o'zgarmaydi. Lekin, korxonalar o'z quvvatini intensiv tarzda ishga solishi uchun etarli vaqtga ega. Misolimizdagi fermer intensiv uslublardan foydalanib, erga qo'shimcha o'g'it-pestitsid, mehnat sarflab, suv quyib pomidor hosildorligini oshirib, evaziga taklifni ko'paytirishi mumkin. Natijada nihoyatda qisqa muddatli davrga qaraganda taklif ortadi. Lekin narx nihoyatda qisqa muddatli davrga qaraganda pastroq bo'ladi;



Qisqa muddatli davr

v) uzoq muddatli davr. Bunda firmalar bozordagi vaziyatga moslashishlari uchun vaqt etarli. Ayrim firmalar o'z quvvatini kengaytirishi, oshirishi, yangi firmalar tarmoq tarkibiga kirishi, ayrimlari chiqib ketishi mumkin. Misolimizdagi fermerimiz pomidor etishtirish uchun qo'shimcha er uchastkasi, mashina, uskuna va boshqalarni jalb qilib pomidor taklifini ko'paytiradi. Undan tashqari, boshqa fermerlar pomidor etishtirishni ko'paytiradi. U holda taklif yanada elastik bo'ladi.



Uzoq muddatli taklif davri Q



Taklif elastikligiga vaqtdan tashqari tovarlarni uzoq saqlash mumkinligi hamda saqlash sarf-xarajatlari ta'sir qiladi. Uzoq muddat saqlab bo'lmaydigan tovarlarning taklif elastikligi past bo'ladi. Masalan, oziq-ovqat mahsulotlari, qayta ishlanmagan qishloq xo'jalik mahsulotlari.

Ishlab chiqarish jarayoni xususiyatlari ham katta rol o'ynaydi. Agar korxonada, firma, umuman tovar ishlab chiqaruvchilar narx ko'tarilishi bilan shu turdagi xaridorgir mollarni ishlab chiqarishni ko'paytirish, narx tushib ketsa boshqa mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'lsa, tovarlar taklifi elastik bo'ladi. Masalan, kostyum-shim deylik. Talab oshsa korxonada qo'shimcha ish smenasi tashkil etib, kostyum-shim tikishni ko'paytirish mumkin yoki aksincha.

Taklif elastikligi ahamiyati talab elastikligiga qaraganda ikkinchi darajali ko'rsatkich. Talab elastikligining ustunligi shundaki, u umumiy tushgan daromad (tushum) qanday o'zgarishini ko'rsatadi, lekin taklif elastikligi ham muhim bir faktorni, unda vaqt omili asosiy rol o'ynashini, qisqa muddatga qaraganda, nisbatan yuqori narxga hamma o'rganib bo'lgach, uzoq muddatli bozor davrida taklif elastikligi yuqori bo'lishini ko'rsatadi. Shunday qilib, talab va taklifning o'zgarishi narxning o'zgarishiga, o'z navbatida narxning o'zgarishi talab va taklifning o'zgarishiga olib keladi. Yuqorida ko'rib o'tganimizdek, bu bog'lanish talab va taklif qonunida ifodalanaadi.

Talab va taklif qonunining amal qilishi asosida bozorda narx shakllanadi:

— u yoki bu turdagi tovar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish rag'batlantiriladi;

— mamlakat miqyosida ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchini taqsimlashga, ishlab chiqarish strukturasi shakllanishi va o'zgarishiga olib keladi;

— tovar sifatini qanday bo'lishini belgilaydi, uning sifati ustidan nazorat qiladi;

— talab va taklifni faqat miqdoran emas, balki tarkibi jihatidan ham bir-biriga moslashtiradi.

Talab va taklif bozorda xaridor va sotuvchi tarzida uchrashar ekan, ularning bog'lanishi narx orqali amalga oshadi. Talab va taklifning mos kelishi bozor iqtisodiyotining eng muhim talabidir, chunki faqat shunday sharoitda iqtisodiy o'sish yuz beradi.

#### 4- §. Talab va taklif, bozor muvozanati

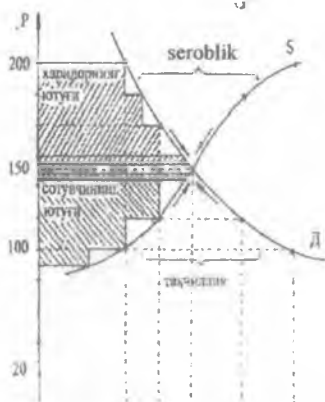
Ma'lumki, har bir xaridor muayyan pul summasi evaziga ko'p-rog va sifati tovar olishni, ko'proq naf ko'rishni o'ylaydi, ya'ni mumkin qadar arzon sotib olishga intiladi. Sotuvchi esa bunga teskari maqsad, mumkin qadar qimmat sotishga intiladi. U tovar ishlab chiqarish uchun qilgan xarajatlarini qoplab, ma'lum miqdorda foyda olishni o'ylaydi.

Shu sababli, bozorda sotuvchi narxi va xaridor narxi mavjud bo'ladi. Biroq, sotib olish va sotishdan iborat har qanday aniq faoliyat sotuvchi bilan xaridor o'rtasidagi bitim natijasi bo'lmish bitta narx bo'yicha amalga oshiriladi. Buni qanday amalga oshirishni quyidagi jadval yordamida ko'rish mumkin. Yuqorida ko'rib o'tganimizdek, talab va taklifning narxga bog'liqligini ifodalovchi ma'lumotlarni jadvalda keltiramiz.

1-birlik tovarning narxi, R	Shu tovarga talab, D	Shu tovarga taklif, S	Talab va taklifning fark kilishi
100	25	8	17
120	20	12	8
150	15	15	0
180	12	20	-8
200	8	25	-17

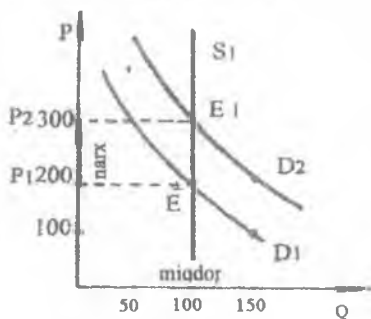
Jadvaldan ko'rinadiki, tovar narxi 150 so'm bo'lgandagina talab bilan taklif miqdori teng. Narx ortgan sari talab kamayib taklif ortib boryapti, narx pasayishiga qarab talab ortib, taklif kamayib boryapti. Buning natijasida bozorda shu tovarga bo'lgan talab va taklif asosida narxga tazyiq o'tkaziladi. Narx 100 so'm bo'lganda, talab 25 birlik, taklif 8 birlik. Talab 7 birlik ortiq, aksincha narx 200 birlik bo'lganda taklif 25, talab esa 8, bozorda 17 birlik tovar ortiqcha. Bu nimaga olib keladi? Qandaydir favqulodda hodisa yuz bermasa 8 birlik tovar sotilganidan so'ng qolganini narxini tushira boradi, bo'lmasa sotilmay qoladi. Narxga yuqoridan tazyiq o'tkaziladi. Shunga o'xshash talabning oshib ketishi narxga quyidan tazyiq o'tkazadi. Talab ko'pligi, taklif qilingan tovar etishmasligi tufayli narx o'sib boradi.

Agar narx 150 so'm bo'lsa, talab qilingan, ya'ni xaridor sotib oladigan tovar miqdori bilan taklif qilingan tovar miqdori teng bo'ladi. Bu talab bilan taklifning muvozanati deyiladi. Bozorda taklif qilingan tovar miqdori bilan talab miqdori teng bo'lgan sharoitdagi narx muvozanat narxi deyiladi. Shu narx bo'lgani holda talab qilingan tovar hajmi miqdoriy muvozanatni bildiradi.



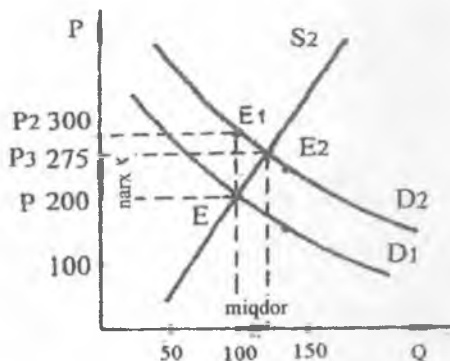
Talab va taklifning muvozanatini tahlil qilishda asrimizning yirik iqtisodchisi, Kembrij maktabi namoyandasi Alfred Marshall (1842— 1924) katta rol o'ynagan. Marshall muvozanatga vaqt nuqtai nazaridan qarab, uni 3 xil: lahzalik, qisqa muddatli, uzoq muddatli muvozanatga bo'ladi.

1. Lahzalik muvozanat, odatda juda qisqa vaqt davomida, asosan narxni ko'tarilishi hisobiga yuz beradi. Aytaylik, bozorga baliq olib kelindi, deylik. Baliqni taklifi o'zgarmagan holda unga o'sayotgan talab bilan muvozanatga kelishi uchun narx shu qadar tez o'sadiki, natijada cheklangan miqdordagi baliq sotib olishni istaganlar o'rtasida taqsimlanib bo'ladi.



a) lahzalik muvozanat

Baliqqa talab baho ko'tarilishi 300 so'mga chiqishi bilan taklif o'zgarmagani holda muvozanatga keladi. Lekin bu muvozanat juda qisqa muddat davom etadi.



b) qisqa muddatli muvozanat

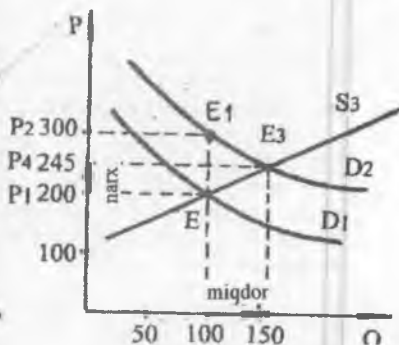
3. Uzoq muddatli muvozanat. Bunda bozordagi narxga qarab tovar ishlab chiqaruvchilar moslashadilar. Yangi firmalar, korxonalar vujudga keladi. Taklif yanada ko'payadi. Narx qisqa muddatli muvozanat narxiga qaraganda past bo'ladi.

Narx yuqori bo'lganda talab qisqarishi, ya'ni taklif talabdan ancha ortiqcha bo'lishi, bozor uchun tabiiy bir holdir. Talab, taklif narxining va xarid qobiliyatining o'zgarishiga qarab tebranib turadi. Bu harakat talab bilan taklif tenglashguncha davom etaveradi. Tenglashish yuz bergach, taklif va talab miqdoran va tarkiban bir-biriga mos tushadi. Odatda, bir tovarga doir talab va taklif o'rtasidagi muvozanatga **juz'iy muvozanat** deyiladi. Ammo, tovarlar dunyosi g'oyat boy bo'lib, tovarlar bozori o'zaro bog'liq qismlardan iborat. Ana shu turli tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talab va takliflarning ham miqdor, ham tarkib jihatidan bir-biriga muvofiq kelishi **bozor muvozanati** deyiladi. Ana shunday muvozanatlar bo'lmasa, bozor muvozanati izdan chiqqan bo'ladi. Talab va taklif uzoq vaqt bir-biridan ajralib qolsa, bozor o'zining me'yorida holatini, qiyofasini yo'qotadi. Udan tashqari makroiqtisodiy muvozanat borki, u yalpi talab bilan yalpi taklifning muvofiq kelishini bildiradi (keyingi bo'limda o'rganamiz).

Bozor muvozanati talab va taklifning mutlaq va abadiyligi emas. Bunday hol umuman olganda, barcha tovarlarga nisbatan va uzoq davrga xos bo'lishi mumkin. Juz'iy, ya'ni ayrim tovarlarga nisbatan moslikning buzilishi muqarrar. Chunki, ehtiyojning yuksalishi oqibatida yangi talab paydo bo'ladi va u darhol qondirilmaydi. Talab va taklif o'zgaradi, muvozanat buziladi va yana qaytadan o'rnatiladi.

2. Qisqa muddatli muvozanat. Bunday yuqori narx bozorga qo'shimcha baliq keltirilishini rag'batlantiradi. Natijada bozorga ilgarigiga qaraganda ko'p baliq olib kelinadi. Buning natijasida narx pasayadi.

Qisqa muddatli muvozanatda u yoki bu turdagi tovar ishlab chiqarishning bor imkoniyatidan foydalanib, ko'paytiriladi. Narx darajasi lahzalik muvozanatga qaraganda pastroq bo'ladi, lekin unga nisbatan uzoqroq muddat o'zgaraydi.



v) uzoq muddatli muvozanat

Bozorda muvozanatga erishish birinchidan, narxlar orqali amalga oshiriladi. Narxlarining o'zgarishiga qarab ishlab chiqarish hajmi o'zgaradi. Narxlar ishlab chiqarish texnologiyasini tanlashga ta'sir etadi. Narxlar oxir-oqibat daromadlar darajasiga ko'ra qaysi mahsulot ko'proq sotib olinishini ham belgilaydi.

Ikkinchidan, talab va taklif o'rtasidagi nisbat. Talab bilan taklif o'rtasidagi nisbatni o'zgarib turishi bozor narxlarini ham tebranishiga olib keladi. Mana shu tebranishlar orqali shunday narx belgilanadiki, u bozordagi talab va taklif muvozanatiga va oxir-oqibat ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasidagi muvozanatga olib keladi.

Uchinchidan, raqobat kurashi. Har bir tadbirkor maksimal darajada foyda olishga intiladi. Buning uchun bozorga xaridorgir tovar ishlab chiqarish kerak. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasida xaridorning puli uchun kurash boradiki, buning natijasida bozorda to'kinchilikka erishiladi.

### Xulosa

\*Bozor iqtisodiyotida talab va taklif asosiy, fundamental kategoriya. Bozordagi talab va taklif va uning nisbatiga ko'ra resurslar taqsimlanadi, ishlab chiqarish tarkibi shakllanadi. Talab xaridorning bozordagi narga ko'ra tovarni xarid qilishga tayyorligi, uning ehtiyojini pul bilan ta'minlangan holda bozorda namoyon bo'lishidir. Taklif esa muayyan narx darajasida tovarni sotish uchun bozorga chiqarilishidir.

\*Talab va taklif qonuni – bozor qonuni. Unga muvofiq talab narxga teskari mutanosiblikda, taklif esa to'g'ri mutanosiblikda o'zgaradi. Talab va taklif o'zgarishiga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Ularni ikkiga narx va narxdan boshqa omillarga ajratiladi.

\*Talab va taklif qonuni talab va taklifni narx o'zgarishiga bog'liq ravishda o'zgarishini ko'rsatadi, lekin qanday o'zgarishini ko'rsatmaydi. Bu vazifani talab va taklif elastikligi ko'rsatkichlari bajaradi va elastiklik koeffitsienti orqali ifodalanadi. Bu koeffitsient Idan katta bo'lsa, talab va taklif elastik, lga teng bo'lsa yagona elastik, birdan kichik bo'lsa nolastik bo'ladi. Elastiklik koeffitsienti narxga nisbatan hisoblangandan tashqari daromadga qarab ham aniqlanadi. Undan tashqari bilvosita talab koeffitsienti ham hisoblanadi. Bunda biz tovarlarni mustaqil tovarlar, bir-birini o'rmini bosuvchi tovarlar, bir-birini to'ldiruvchi tovarlarga bo'lib o'rganamiz.

\*Elastiklik koeffitsientini aniqlash iqtisodiyot uchun muhim ahamiyatga ega. Unga ko'ra firma, uy xo'jaligi, davlat narxni o'zgarishi qanday oqibatga olib kelishini chamalab, muvofiq ravishda chora-tadbirlar belgilaydi.

\*Talab xaridor uchun tovarning qadr-qimmatini ham belgilaydi. Bunda har bir xaridor o'zi tovarning nafilligini uning narxi bilan taqqoslaydi. Nafillik har bir xaridor uchun sub'ektiv bo'lib, unga ko'ra xaridor tanlovi amalga oshadi. U nimani afzal ko'rsa shuni sotib oladi. Iqtisodiyotda me'yoriy nafillik qonuni amal qiladiki, uning amal qilishiga ko'ra xaridorning ehtiyoji qondirilgani sari uning uchun ko'shimcha tovarning nafilligi pasayib boradi. Demak bozorni o'rgangan holda chora-tadbirlar elgilash talab qilinadi.

\*Bozorda talab va taklif muvozanati asosida tovar va xizmatlarning narxi belgilanadi. Alohida tovar-xizmatlarga bo'lgan talab va taklif muvozanati juz'iy

muvozanat, bozordagi barcha tovar, xizmatlar tarkibi va miqdori jihatidan talab va taklifni bir-biriga muvofiq kelishi bozor muvozanatini ifodalaydi.

\*Bozor muvozanati mutloq va abadiy emas, u o'zgarib turadi. Bozorda dinamik muvozanatga: narxlar o'zgarishi, talab va taklif nisbatini o'zgarishi, raqobat kurashi orqali erishiladi. Bozorda muvozanatning davomiyligi sotuvchi uchun ham xaridor uchun ham ayni muddao.

### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALARI

- |                                       |                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Talab.                             | 2. Talab egri chizig'i.         |
| 3. Talab qonuni.                      | 4. Talab elastikligi.           |
| 5. Me'yoriy naflilik.                 | 6. Taklif.                      |
| 7. Taklif egri chizig'i.              | 8. Taklif qonuni.               |
| 9. Taklif elastikligi.                | 10. Talab va taklif muvozanati. |
| 11. Bir-birini to'ldiruvchi tovarlar. | 12. Talab o'zgarishi.           |
| 13. talab miqdorining o'zgarishi.     | 14. Bozor muvozanati.           |

a) Narxning o'zgarishi ishlab chiqaruvchi(sotuvchi)larga qanday ta'sir qilishi, ya'ni ularning reaksiyasini ifodalovchi ko'rsatkich;

b) pul mablaglari bilan ta'minlangan ehtiyojini bozorda namoyon bo'lishi yoki to'lov qobiliyatiga ega ehtiyoj;

v) Tovar narxlari bilan talab miqdorini teskari nisbatda sabab oqibati funksional bog'lanishi;

g) ma'lum bir vaqt mobaynida turli narxlar bo'yicha xaridorlarni sotib olishi mumkin bo'lgan tovar va xizmatlar miqdorini grafik orqali ifodalanishi.

d) Xaridorga narxning o'zgarishi qanday ta'sir qilishini, ya'ni narxning 1%ga o'zgarishi sotib olinadigan tovar miqdorini qanchaga o'zgarishini ifodalovchi iqtisodiy ko'rsatkich;

e) Iste'molchining tovar yoki xizmatni qo'shimcha birligidan ko'rgan nafi, ya'ni umumiy nafga qo'shilgan nafni bildiradi;

yo) Ma'lum bir vakt mobaynida turlicha narxlar bo'yicha sotuvchilarning sotishi mumkin bo'lgan tovar va xizmatlar miqdorini grafikda ifodalanishi;

j) bozorda mavjud yoki bozorga olib kelinishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar ;

z) narxlar bilan sotiladigan tovarlar miqdorini to'g'ridan-to'g'ri sabab- oqibatli, funksional bog'lanishi;

i) talab va taklifni miqdor va tarkibi jihatidan bir-biriga muvofiq kelishi;

y) tovarlar juftligida birini narxining o'sishi ikkinchisiga talabni kamayishiga olib keladigan tovarlar;

k) talab miqdori(hajmi)ning o'zgarishi talab egri chizig'i bo'yicha narxning o'zgarishiga qarab siljishi;

l) talab egri chizig'i narxdan boshqa bir yoki bir necha diterminantlar o'zgarishi natijasida siljishi;

m) xaridor sotib olmoqchi bo'lgan tovar miqdori bilan sotiladigan tovar miqdorining tengligi.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Talab va taklif, uning o'zgarishiga qanday omillar ta'sir qiladi?

2. Talab egri chizig'i va talab qonunini ta'riflang.
3. Talab elastikligini aniqlash iqtisodiyotda qanday rol o'ynaydi? Taklif elastikligini aniqlash-chi?
4. Me'yoriy nafililik deganda nima tushuniladi?
5. Nafililikni pasayib borishi qonunini tushuntirib bering.
6. Taklif funktsiyasi va uning grafikda tasvirini chizing, taklif qonunini tushuntirib bering.
7. Taklif elastikligida vaqt omili qanday rol o'ynaydi?
8. Bozor muvozanati nima sababdan va qanday o'zgarishini tushuntiring.

### Masala va mashqlar

1. Olimjon Neksiya avtomobilini o'tgan yili bozorda 5000000 so'mga sotmagan edi. Bu yil esa 5600000 so'm narx belgilandi. U mashinasini sotdi. Agar o'tgan yilga nisbatan narx 20% ga oshgan bo'lsa, Olimjon mashinasini sotib to'g'ri qildimi?

2. Hafta davomida 60 ming so'mdan 100 dona kostyum – shim sotildi. Ikkinchi haftada esa kostyum shim narxi 5 ming so'mga pasaytirildi. Sotilgan kostyum shim miqdori 150 donaga etdi. Uchinchi haftada esa 109ta sotildi. To'rtinchi haftaga o'tgach, atigi 50 dona sotildi. Talab elastikligini hisoblang. Elastiklik ko'rsatkichidan kelib chiqib ishlab chiqarishga qanday topshiriq ketadi, izohlang.

3. Erkinjon Toshkent Davlat madaniyat institutida talaba. Kundalik maydachuvida xarajatlari uchun kollejda madaniy-ma'rifiy tadbirlarni uyushtirishda tashkilotchi bo'lib ishlaydi. Bajaradigan ishlaridan biri badiiy filmlar namoyish etishni tashkil etish. Asosiy ishlaridan biri kinofilm ko'rish uchun biletlarga narx belgilash. Kinoko'rsatuvlar zalida 700 o'rin, film prokati uchun to'lanadigan haq 180000so'm, zalni ijaraga olish haqi 25000 so'm, operatorga 15000 so'm, bilet tekshiruvchi kontrolyorlarga (ikki kishi) 5000 so'm. Bilet narxiga ko'ra talab quyidagicha

Narx, so'm	Talab, dona, bilet
700	300
600	400
500	500
400	600
300	700

Umumiy xarajatlar, tushum qoladigan daromad va me'yoriy tushumni aniqlang. Undan qanday xulosa chiqarish mumkin, izohlang.

4. Quyidagi jadvalda narxning o'zgarishiga ko'ra taklif hajmining o'zgarishi berilgan. Ma'lumotlar asosida taklif elastikligi koeffitsientini aniqlang. Jadvalni to'ldiring. Elastiklik koeffitsienti deganda nimani tushunamiz? Uni hisoblashning qanday ahamiyati bor? Elastiklik koeffitsientining birga teng bo'lishi, birdan katta yoki kichik bo'lishi nimani bildiradi? Fikringizni izohlab bering.

Tovar turlari	Narx, so'm	Taklif hajmi, dona	Narxga ko'ra taklif elastikligi koeffitsienti	Elastikligi
A	1	2		
	2	4		
B	4	6		
	4	10		
V	8	12		
	10	5		

5. Quyidagilarni diqqat bilan o'qing:

«Jevons fikricha sub'ektiv jihatdan nafillikni miqdoran aniqlash va baholash faqat tovar, xizmatlar va ishlab chiqarish omillarining bozor bahosida namoyon bo'ladi.

(«Vsemirnaya istoriya ekonomicheskix misli» M, 1989g. t.3 s.157)

Pareto esa nazariyaga sub'ektiv nafillikning mikdoriy tushunchasi o'rniga tartibli, ya'ni sub'ektiv jihatdan tanlash afzalligini ketma-ketlik asosida alohida ne'matlarining nafilligini solishtirish o'rniga ularning to'plamini taqqoslashni kiritdi.

(«Vsemirnaya istoriya ekonomicheskoy misli» M, 1989g. t.3 s.164)

Har ikki parchani tahlil qilib, ordinalistik va kordinalistik yo'nalishlari mazmunini aniqlang.

6. Quyidagi jadvalda turli omillarning talab va taklifga ta'siri ko'rsatilgan.

Omil (boshqa shartlar teng)	Talab egri chizig'i siljishi	Talab egri chizig'i bo'yicha	Taklif egri chizig'i siljishi	Taklif egri chizig'i bo'yicha	Taklif egri chizig'i bo'yicha
1. Raqobatdosh tovarlarga baho o'zgarishi					
2. Yangi texnologiya joriy qilindi					
3. Tovarga moda o'zgardi					
4. Daromad o'zgardi					
5. Homashyoning bahosi o'zgardi					

Omillarning ta'sirini talab va taklif egri chizig'i yordamida tushuntirib bering. Omillarning o'zgarishi egri chiziqda qanday ifodalanishini jadval ustunlari bo'yicha belgilar orqali ifodalang.

7. Aytaylik iste'molchining byudjeti 10 ming so'm. U bozordan go'sht xarid qilmoqchi. Ko'y go'shtinig kilosi 2500 so'm, mol go'shti esa 2000 so'm. Agarda puli 1500 so'mga ko'paysa yoki aksincha 5000 so'mga kamaysa, xaridor o'z pulini go'sht olish uchun qanday sarflashi mumkin? Uni mumkin bo'lgan variantlarini ko'rsating, grafikda tasvirlangan javobingizni izohlang.

8. Erkinjondan mavjud uch xil tovar: kostyum-shim, videomagnitafon, entsiklopediya kitobini nafililigi nuqtai nazaridan sanab chiqing deyildi. Lekin video magnitafonga etadigan pul berilganda video magnitafondan ancha arzon turadigan kostyum shim sotib oldi. Iqtisodiy nuqtai nazardan uning bunday qilishi, ya'ni qarorga kelishini qanday tushuntirish mumkin?

a) Erkinjon aniq bir tovarni o'zi uchun nafililigini to'g'ri baholay olmaydigan iste'molchi;

b) olingan pulni sarflash haqida qaror qabul qilar ekan, faqat uch tovar nuqtai nazaridan emas, balki shu pulga sotib olish mumkin bo'lgan boshqa tovarlar nafililigini hisobga olgan;

v) bepulga olish mumkin bo'lgan tovarlar nafililigi bilan pul to'lab sotib olish kerak bo'lgan tovarlar nafililigi bilan taqqoslagan;

g) tovarlarni nazariy jihatdan nafililigi bilan ularni pulga sotib olgandagi nafililigi tubdan farq qiladi;

d) talab qonuni bo'yicha xaridor narxi qimmat tovarlarga nisbatan arzon tovarlarni ko'prok sotib oladi;

e) tovar bahosi tushganda sotib olish rejalashtirilgan tovarlar hajmi ortishini yo) tovar bahosi ko'tarilganda taklifni kamayishini ko'rsatadi.

## T / N

1. Bozor iqtisodiyotida kimning puli ko'p bo'lsa, u shuncha ko'p tovar sotib olishi mumkin .

2. Tovar ishlab chiqarish hajmi va usuli ishlab chiqarish resurslarining bahosiga bog'liq.

3. Mukammal raqobatga asoslangan iqtisodiyotda alohida tovar ishlab chiqaruvchi mahsulot miqdorini kamaytirish orqali narxga ta'sir etadi.

4. Bozor iqtisodiyotida qanday tovar ishlab chiqarish zarurligini ohir-oqibat iste'molchilar hal qilishadi.

5. Avtomashinalarga benzin quyish shaxobchasi – bozorga misol byla oladi.

6. Talab egri chizig'i narxning pasayishi tufayli, talab hajmini o'sishini ko'rsatadi.

7. Kishilarning daromadlarini ortishi barcha tovarlarga talabni oshiradi.

8. Resurslar bahosining har qanday o'zgarishi talab va taklif muvozanatini taklif egri chizig'i b'yyicha yuqori yoki pastga tomon o'zgartiradi.

9. Bir vaqtning o'zida tovar taklifi va iste'molga ajratilgan daromadning o'sishi natijasida baholar o'zgarmasligi mumkin.



10. Taklif egri chizig'ini o'ngga siljishi ishlab chiqaruvchilarning har bir narx darajasida avvalgiga qaraganda kamroq tovar taklif qilinayotganini ko'rsatadi.

### Testlar

1. Ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashuvi....

- a) muvozanat bahosini o'sishiga;
- b) taklif egri chizig'ini chapga siljishiga;
- v) taklif egri chizig'ini o'ngga siljishiga;
- g) taklif egri chizig'ini chapga siljishiga;
- d) talabegri chizig'ini chapga siljishiga olib keladi

2. Agar ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqargan mahsulotlariga ko'zlagan muddatga nisbatan avvalroq yuqori narx belgilashga majbur bo'lishdi, u holda

.....

- a) talab qisqaradi;
- b) talab ortadi;
- v) taklif kamayadi;
- g) taklif ortadi;
- d) talab o'zgar olmaydi.

3. Aytaylik qurg'oqchilik sababli bug'doy taklifi kamaydi. Agarda bug'doy non tayyorlash uchun asosiy xom ashyo bo'lsa iste'molchilar nonning o'rniga kartoshka iste'molini ko'paytirishlari mumkinligi kutilsa, u holda bug'doy narxi

- a) ortadi, non taklifi ortadi, kartoshkaga talab ortadi;
- b) ortadi, non taklifi pasayadi, kartoshkaga talab esa o'sadi;
- v) ortadi, non taklifi pasayadi, kartoshkaga talab kamayadi;
- g) tushadi, non taklifi ortadi, kartoshkaga talab o'sadi;
- d) tushadi, non taklifi pasayadi, kartoshkaga talab o'sadi.

4. Quyidagi tushunchalardan qaysi biri odamlarni biron narsa olish va haq to'lash qobiliyatlarini ifodalaydi.

- a) ehtiyoj;
- b) o'zini ko'rsatish;
- v) zaruriyat;
- g) hohish;
- d) talab.

5. Odamlarni mahsulotlarni qo'shimcha ravishda arzon sotib olishga tayyorligi nisbatan ...

- a) o'rinbosish effektida;
  - b) me'yoriy naflikni pasayishida;
  - v) daromad effektida;
  - g) taklif qonunida;
  - d) T. Veblen effektida
- to'laroq ifodalanadi.

6. Tovar va xizmatlar bozori muvozanat holatda bo'ladi, agar ....

- a) talab taklifga teng bo'lsa;
- b) narx xarajatlar plyus foydaga teng bo'lsa;

- v) texnologiya darajasi sekinlik bilan o'zgarsa;
- g) talab hajmi taklif hajmiga teng bo'lsa;
- d) tovarlar sifati talabga javob bersa.

7. Agar tovarga taklif va talab ortsa u holda...

- a) tovarni umumiy miqdori ortadi;
- b) narx ko'tariladi;
- v) narx barqaror bo'ladi;
- g) jamiyatni faravonligi oshadi
- d) tovarlarni umumiy miqdori kamayadi.

8. Agar tovar narxi talab egri chizig'i bilan taklif egri chizig'i kesishgan nuqtadan past bo'lsa, u holda:

- a) ortiqcha miqdorda tovarlar hosil bo'ladi;
- b) tovar taqchilligi yuz beradi;
- v) xom ashyo ortiqchaligi;
- g) xom ashyo etishmovchiligi kelib chiqadi;
- d) resurslar narxi ko'tariladi.

9. Talab va taklifning narxni tartibga solishdagi rolini tushuntirish uchun:

- a) tovar bozorini;
  - b) resurslar bozorini;
  - v) valyuta bozorini;
  - g) har qanday bozorni;
  - d) xizmatlar bozorini
- misol qilib ko'rsatish mumkin.

10. Agar ikki tovar bir-birini o'rmini bossa, u holda birining narxining o'sishi:

- a) ikkinchi tovarga talabni pasayishiga;
- b) ikkinchi tovarga talabni o'zgarasligiga ;
- v) ikkinchi tovarga talab hajmining ortishiga;
- g) ikkinchi tovarga talab hajmini pasayishiga;
- d) ikkinchi tovarga talabni ortishiga olib keladi.

11. Tovarning narxi 1,5ming so'mdan 2ming so'mga ko'tarildi, talab hajmi esa 1000dan 900donaga tushdi, deydik. U holda narxga nisbatan talab elastikligi ... teng

- a) 3,00;
- b) 2,71;
- v) 0,37;
- g) 0,33;
- d) 1,5;

12. Qaysi holatda bahoga nisbatan talab elastikligi yuqori bo'ladi?

- a) birinchi darajali zarur tovarlarga nisbatan zeb-ziynat buyumlariga;
- b) iste'molchilar mazkur tovardan eng samarali foydalanishsa;
- v) tovar ishlab chiqarish uchun muvohar xarajatlar ko'p bo'lsa;
- g) iste'molchiga tovar shuncha kam zarur bo'lsa;
- d) zeb-ziynat buyumlariga nisbatan eng zarur tovarlarga.

13. Tovar taklifining qisqarishi nimaga olib keladi?

- a) o'zaro o'rin bosuvchi tovarlarga talabni ortishiga;
- b) agar bahoga ko'ra tovarga talab elastik bo'lsa, umumiy tushumni ortishiga;
- v) agar daromadga ko'ra tovar talab noelastik bo'lsa, umumiy tushumni ortishiga;
- g) bu tovarga talabni ortishiga;
- d) o'zaro bir-birini to'ldiruvchi talabni ortishiga olib keladi.

14. Agar tovarning bahosi 1%ga tushishi unga bo'lgan talabni 2%ga ortishiga olib kelsa, u holda talab:

- a) noelastik;
- b) elastik;
- v) yagona elastik;
- g) mutlaq noelastik;
- d) mutlaq elastik bo'ladi.

15. Agar narx 5%ga pasaysa, umumiy taklif hajmini 8%ga qisqarishiga olib keladi, u holda taklif:

- a) noelastik;
- b) yagona elastik;
- v) elastik;
- g) mutlaq elastik;
- d) mutlaq noelastik.

16. Har qanday tovar miqdori bir xil baho bo'yicha sotilsa, u holda bunday tovarga talab:

- a) mutlaq noelastik;
- b) mutlaq elastik;
- v) elastik;
- g) noelastik;
- d) yagona elastik.

17. Taklif qonuni, narxlarning o'sishi, boshqa sharoit (omillar) o'zgarmagani holda....

- a) taklifning o'sishida;
- b) taklifni kamayishida;
- v) taklif hajmini o'sishida;
- g) taklif hajmini kamayishida;
- d) taklifni o'zgarmligida namoyon bo'ladi.

18. Talab qonuni ...

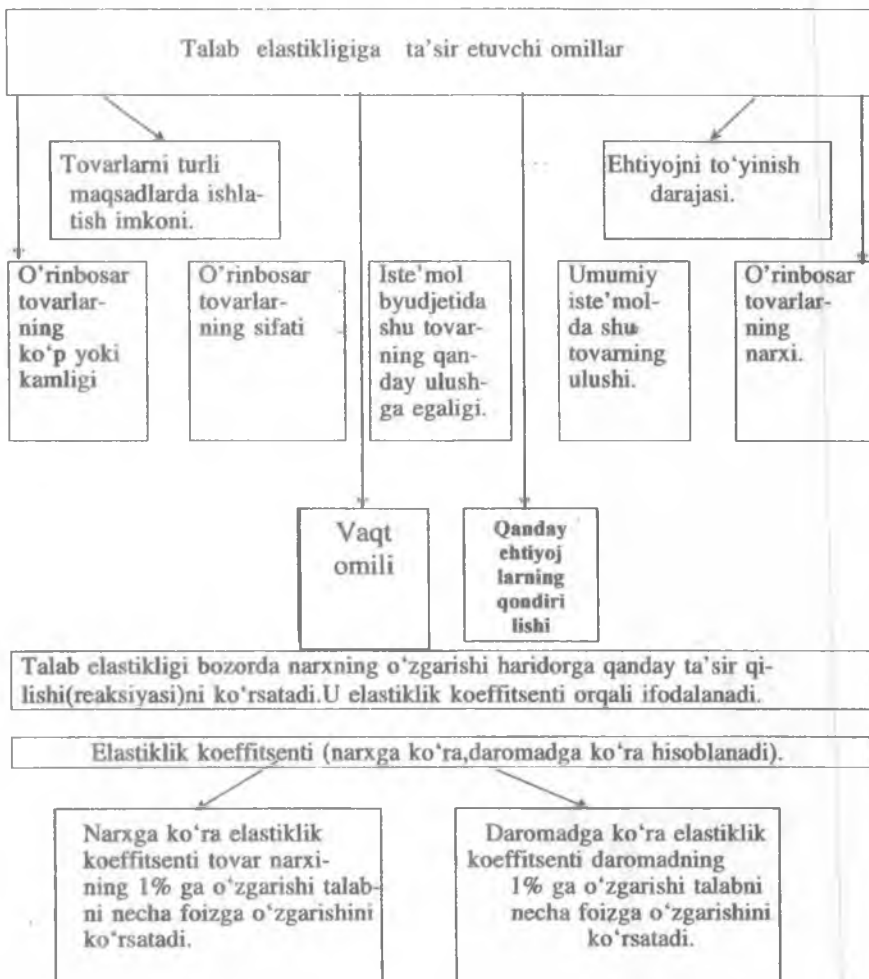
- a) taklifni talabga nisbatan ko'pligi narxning pasayishini;
- b) agar iste'molchilarning daromadi ortsa, tovarlarni ko'proq sotib olishini;
- v) talab egri chizig'ini odatda musbat tomonga og'ishini;
- g) tovar bahosi tushganda, sotib olish rejalashtirilgan tovarlar hajmi ortishini;
- d) tovar bahosi ko'tarilganda taklifni kamayishini taqozo qiladi.

19. Mahsulotning narxini tushishiga sabab bo'lishi mumkin:

- a) xususiy tadbirkorlikka soliqlarni ortishi;

- b) iste'molchilar daromadini ortishi;
- v) bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlar narxini o'sishi;
- g) o'zaro bir-birini o'ldiruvchi tovarlar narxini tushishi;
- d) ishlab chiqarish resurslari narxini tushishi.

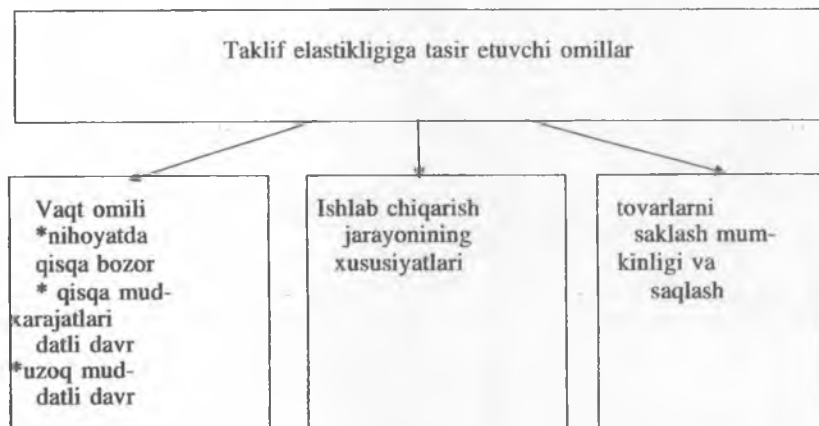
**Tarqatma materiallardan namunalar**



$$E_D^P = \frac{Q_1}{Q_0} : \frac{P_1}{P_0} ; \text{ yoki } \frac{Q_1}{P_1} : \frac{Q_0}{P_0} ; \text{ yoki } \frac{Q \text{ o'zgarish foizi}}{P \text{ o'zgarish foizi}}$$

$$E_D^i = \frac{Q_1}{Q_0} : \frac{I_1}{I_0}$$

Taklif elastikligi – bozorda narxlarning o'zgarishi sotuvchiga ishlab chiqaruvchiga qanday ta'sir kilishini, reaksiyasini ko'rsatadi. U taklif elastikligi koeffitsienti orqali ifodalanadi.



$$E_s^p = \frac{Q_1}{Q_0} ; \frac{P_1}{P_0} ; \text{ yoki } \frac{Q_1 : Q_0}{P_1 : P_0}$$

Javoblar:

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

1b), 2g), 3v), 4d), 5e), 6j), 7yo), 8z), 9a), 10m), 11y), 12l), 13k), 14i).

**Masala va mashqlar:**

1. O'tgan yili 5mln. so'm bu yilgi 6 mln. so'mga to'g'ri keladi.  $5\text{mln} \times 120 = 6\text{mln}$  so'm. Yil davomida eskirganini hisobga olsak aytaylik, amortizatsiya 10% bo'lsa, 50000 desak 5,95 mln. so'm bo'ladi. O'tgan yilga qaraganda arzon sotdi.

2. Ikkinchi haftada talab elastikligi koeffitsienti 1,4ga, birinchi haftaga nisbatan uchinchi haftada  $E = 1$ ga, to'rtinchi haftada esa  $E = 0,46$  ga teng. Bozor bunday kostyui-shimlarga to'yinib borayapti, xarajatlarni pasaytirib, yana narxini tushirish. buning iloji bo'lmasa ishlab chiqarish hajmini qisqartirish va boshqa turdagi mahsulot ishlab chiqarishga o'tish kerak

3. Narx, so'm	Talab, dona, bilet	Tushum, so'm	Talab elastikligi	Normal foyda
700	300	210000	-	-15000
600	400	240000	1,14	15000
500	500	250000	1,19	25000
400	600	240000	1,14	15000

300 700 210000 1,00 -15000  
 Umumiy xarajatlar 225000 so'm. Eng optimal varianti 500 so'mdan narx belgilash

4.

Tovar turlari	Narx, so'm	Taklif hajmi, dona	Narxga ko'ra taklif elastikligi koeffitsienti	Elastikligi
A	1 2	2 4	E=1	Yagona elastik
B	4 4	6 10	E=0,6	Noelastik
V	8 10	12 5	E=1,44	Elastik.

5. Kordinalizm naflilikni absolyut miqdorini o'lchash yo'llarini qidirsang, ordinalizm naflilikni nisbatan tarzda o'lchashni taklif qiladi.

6.

Omil (boshqa shartlar teng)	Talab egri chizig'i siljishi	Talab egri chizig'i bo'yicha	Taklif egri chizig'i siljishi	Taklif egri chizig'i bo'yicha	Taklif egri chizig'i bo'yicha
1. Raqobatdosh tovarlarga baho o'zgarishi	+			+	+
2. Yangi texnologiya joriy qilindi		+	+		
3. Tovarga moda o'zgardi	+			+	+
4. Daromad o'zgardi	+			+	+
5. Homashyoning bahosi o'zgardi		+	+		

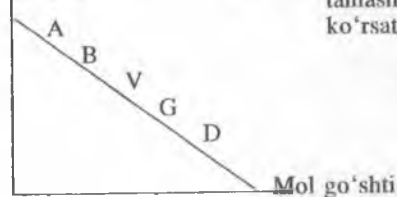
7. Echish:

Iste'molchining cheklangan daromadi (puli) bo'yicha olish mumkin bo'lgan mahsulot

Kombinatiya (variant)	Ko'y go'shti kg	Mol go'shti kg	Byudjet, so'm
A	4	0	$2500 \cdot 4 = 10000$
B	3	1.25	$3 \cdot 2500 + 1.25 \cdot 2000 = 10000$
V	2	2.5	$2 \cdot 2500 + 2.5 \cdot 2000 = 10000$
G	1	3.75	$1 \cdot 2500 + 3.75 \cdot 2000 = 10000$
D	0	5	$5 \cdot 2000 = 10000$

Byudjet chizig'i (A,D) iste'molchi

Qo'y go'shti Mol go'shti bilan qo'y go'shtini tanlashda murosali tanlovni ko'rsatadi.



8. b) javob to'g'ri;

T/N

1T; 2N; 3N; 4T; 5T; 6T; 7N; 8T; 9T; 10N;

Testlar:

1v); 2a); 3b); 4d); 5b); 6g); 7a); 8b); 9g); 10d); 11v); 12g); 13a); 14b); 15v); 16b); 17v; 18g; 19d;

### III- bo'lim. MIKROIQTISODIYOT NAZARIYASI ASOSLARI

#### XI BOB. BOZOR IQTISODIYOTIDA TADBIRKORLIK. TADBIRKORLIK KAPITALINING HARAKATI

Iqtisodiyot murakkab, ko'p bosqichli tizim. Uning barcha bo'g'inlari o'zaro bog'liq va bir-birini taqozo qiladi. Firma, korxonalar tarmoqlar, uy xo'jalik yuritish printsiplari iqtisodiyotni bir butun tizim sifatida rivojlanishi qonunlaridan farq qilishi mumkin emas. Shuning uchun ham iqtisodiyot nazariyasi cheklangan resurslardan samarali foydalanish muammolarini mikrodarajada o'rganadi.

Rusurslarni etishmasligi, extiyojlarni esa cheksizligi iqtisodiyot nazariyasi fanining bosh masalasi, aynan ana shu muammo bizni tanqis resurslardan samarali foydalanish metodlarini qidirishga majbur qiladi. Uni ikki yo'l bilan hal qilishga harakat qilinadi: 1. Mavjud resurslarni to'la bandligi, ishlatilishini ta'minlash. U makroiqtisodiy tadqiqot predmeti. 2. Ishlatilayotgan resurslarni tejab, tergab samarali foydalanish, unga mikroiktisodiy darajadagi tahlil yordam beradi.

Mazkur bo'limimiz mikrodarajadagi muammolarni o'rganishga bag'ishlangan bo'lib, u tadbirkorlik nazariyasini o'rganishdan boshlanadi.

Aynan bozor iqtisodiyotining muhim afzalliklaridan biri ham uning tadbirkorlikka asoslanishidir. Mavzuni o'rganishni eng avvalo tadbirkorlik deganda nimani tushunamiz, tadbirkorlik birinchidan iqtisodiy kategoriya sifatida, ikkinchidan xo'jalik yuritish metodi, uchinchidan, iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida qarasaq nimalarni ifodalaydi, tadbirkorlik faoliyati turlarini chuqur o'rganishdan boshlaymiz.

Bozor iqtisodiyotining asosiy iqtisodiy sub'ektlari firma, korxonalar ekan, ularning turlarini turli jihatidan yondashgan holda kichik, individual xususiy korxonalar, sherikchilik asosida tashkil etilgan o'rta korxonalar, yirik korporatsiyalarning afzalliklari va kamchiliklarini ko'rib chiqamiz. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash qanday amalga oshirilayotganiga diqqat qaratamiz.

Bu bob yana shu bilan ajralib turadiki, unda tadbirkorlik kapitali va uning harakatini ham tahlil qilamiz.

#### 1- §. Tadbirkorlik va uning iqtisodiyot nazariyasida talqin etilishi

Bozor iqtisodiyoti tadbirkorlikka asoslanadi. Tadbirkorlik (ing. entrepreneur) insonning xislati, uning erkin, tavakkal qilib foyda yoki boshqa iqtisodiy naf ko'rish uchun o'z mulkidan ham ayrilib qolish xavf-xataridan qo'rqmay faoliyat yuritish, puxta o'ylab, natijasini ko'z o'ngiga keltirib ish tutish qobiliyati. Ana shu qobiliyatga ega kishilar tadbirkor deyiladi. Tadbirkorlik qobiliyatini ishga solish, faoliyatga aylantirishning namoyon bo'lishini g'arbda biznes (business — ish, faoliyat, mashg'ulot) deb ataladi. Biznes bilan shug'ullanuvchilarni esa biznesmen (business — ish, man — odam) deyiladi. Biznes bilan shug'ullanuvchilarni, ya'ni biznesmenlarni harbiy qo'mondon bilan qiyoslash



mumkin. U o'z ishini tamal toshini qo'yar ekan, uning potentsialini vujudga keltiradi, oldindan strategiyasini ishlab chiqadi, taktikasini belgilaydi.

Biznesni tashkiliy shaklini g'arbda uchga bo'lishadi: individual (xususiy) korxonaga, sherikchilik, korporatsiya.

O'zbek tilida, odatda tadbirkorlik deganda faqatgina insonning qobiliyati emas, balki uni namoyon qilish (yuzaga chiqarish), faoliyat yuritishning tashkiliy shakli ham tushuniladi. Lekin keyingi paytda biznes so'zi ham tez-tez ishlatilmoqda.

Bizning yurtimizda tadbirkorlik faoliyati bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan yana qayta jonlandi. Yurtimizda tadbirkorlik uzoq tarixga ega. Bu avvalo, savdogarlik shaklida rivoj topgan. Buyuk ipak yo'li savdo-sotiqning o'z navbatida tadbirkorlikning rivojlanishida nihoyatda katta ahamiyatga ega bo'lgan. Qolaversa, islom aqidalari ham tadbirkorlikning rivojlanishida muhim rol o'ynagan. Chunki, islom dinida mehnat qilmay topilgan daromadni harom deyiladi. Har bir inson, albatta biron faoliyat, ish bilan shug'ullanishi darkor. Buning natijasida turli-tuman hunarmandchilik, kulolchilik, temirchilik, tikuvchilik, to'quvchilik, qandolatchilik va hokazolar rivojlangan. Bu xususiy tadbirkorlikning naqadar rivojlanganidan darak beradi. Shu bilan birga me'morchilik va sug'orish inshootlarining qurilishi o'z navbatida jamoatchilikka asoslangan tadbirkorlikni ham rivojlanishiga olib kelgan deya olamiz. Tadbirkorlik tushunchasi XVIII asrga xos bo'lib, bu atamani iqtisodiy nazariyaga ingliz iqtisodchisi R. Kantilon olib kirgan. Uning fikricha tadbirkor bu noaniq daromadga ega kishilar (dehqon, hunarmand, savdogar va boshqalar). Ular boshqalarning tovarlarini ma'lum narxlarda sotib oladilar. O'z tovarlarini qanchaga sotishlari esa noma'lum. Bundan shunday xulosa chiqarish mumkin: tavakkalchilik xatari tadbirkorlikning bosh farqlanuvchi xususiyatidir.

A. Smit tadbirkorni tijorat bilan shug'ullanib, foyda olish uchun iqtisodiy tavakkalchilik qiluvchi mulk egasi deb ta'riflaydi.

J. B. Sey tadbirkorlikni kengroq ma'noda talqin etadi. Tadbirkor o'z foydasi uchun faol iqtisodiy agent sifatida ishlab chiqarish omillarini o'z tajribasi va bilimi asosida tavakkalchilik xataridan qo'rqmay ishga soluvchi kishi sifatida ta'riflaydi. Sey fikricha, tadbirkorning daromadi uning tadbirkorlik faoliyati evaziga olingan.

Tadbirkorlik haqidagi nazariyaga nemis olimi V. Zombert va Avstriya iqtisodchisi Y. Shumpeter katta hissa qo'shganlar. Zombert fikricha tadbirkor bu «zabt etuvchi», g'alaba uchun kurashuvchi (xatarga tayyor, ruhan erkin, g'oyalarga boy, irodali, tirishhqoq) tashkilotchi, ya'ni u birgalikda ishlash uchun kishilarni birlashtira oladi. U haqiqiy savdogar, tovarlarini sotish uchun odamlarni jalb qila oladi, ularni ishontira oladi. Zombert tadbirkorning maqsadi foydaning o'sishiga erishish bo'lib, buning uchun u o'z ishini o'sishi, ravnaq topishiga intiladi, harakat qiladi.

I. Shumpeter esa tadbirkorni novatorligiga alohida e'tibor beradi. Uning fikricha tadbirkor deb, ishlab chiqarish omillarini yangi nisbatlarini (kombinatsiyasini) izlovchi, vujudga keltiruvchi, shu bilan iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi kishi tushuniladi. Shumpeterning fikricha tadbirkor ishlab chiqarishda individual xususiy mulk egasi bo'lishi shart emas. U bank boshqaruvchisi bo'lishi yoki aksioner jamiyatining boshqaruvchisi bo'lishi ham mumkin.

Tom ma'nosi bilan mulk egasi va tadbirkorni yagona kishi sifatida qarash kredit vujudga kelishi bilan buzila boshladi. Tadbirkorlikni mulkdan ajralishi aksionerlik jamiyatlarida nisbatan osongina ko'zga ko'rinadi. Korporativ mulk aksionerlik jamiyatida har bir aktsiya egasi o'zi alohida mulkni tasarruf qilish huquqini yo'qotadi. Bu yuridik fakt. Ishlab chiqarishda hokimiyat mulk egasidan ishlab chiqarishni tashkil etuvchiga o'tadi. Mulq egasining roli passivlashib boradi. An'anaviy mulk sifatida tushunilgan aniq buyumlar o'rniga aksioner bir parcha qog'oz, mulk tituli — *aktsiyaga* ega xolos.

Korxonada ishi yuzasidan aktsiya egasi shartli nazorat o'rnatadi. U korporatsiya faoliyati yuzasidan javobgar emas. Bunday javobgarlik mulk egasi bo'lmagan tadbirkor — menejer zimmasida bo'ladi. Shunday qilib, kredit munosabatlarining rivojlanishi boylikni individual xususiy mulk shaklidan korporativ xususiy mulk shakliga o'tishi tadbirkorni tasarruf etishini egalik qilishdan ajralishiga olib keladi. Bundan shunday nazariy xulosa chiqarish mumkin: tadbirkorlik bilan mulk egaligi o'rtasida qat'iy aloqa yo'q. Tadbirkorlik bu faqat mulk egasiga xos xislat emas.

Iqtisodiy nuqtai nazardan tadbirkorlik deganda nimani tushunish mumkin? Ilmii adabiyotlarda uni uch jihatdan qarash tavsiya etiladi.

1. Iqtisodiy kategoriya sifatida qarash. Buning uchun uning ob'ekti va sub'ektlarini aniqlash zarur.

**Tadbirkorlik ob'ekti** maksimal darajada daromad olish maqsadida ishlab chiqarish omillari (kapital, yer, mehnat) ni eng samarali nisbatini topib ishga tushirishdir.

I. Shumpeter fikricha tadbirkorning asosiy ishi iqtisodiy resurslarni ishlatishning eng optimal-maqbul variantini va ularni eng ratsional nisbatlarini qidirishdir. Aynan ana shu xislati bilan tadbirkor oddiy xo'jalik yurituvchidan farq qiladi. Tadbirkor iste'molchilarga ma'lum bo'lmagan ne'matlar ishlab chiqarish, ishlab chiqarishning yangi usuli (texnologiyasi)ni yaratish, yangi bozorlarni egallash, yangi xom ashyo manbalarini o'zlashtirish va hokazolarga intiladi.

**Tadbirkorlik sub'ektlari**, eng avvalo jismoniy shaxslar (yakka hol, oilaviy) bo'lishi mumkin. Bunda ular o'z mehnatlari asosida, shu bilan birga chetdan ishchi yollab ish yuritishlari mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati bir guruh shaxslar tomonidan o'zaro shartnoma va iqtisodiy manfaatdorlik asosida bog'langan kishilar jamoasi tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Jamoaviy tadbirkorlik sub'ektlari sifatida aksionerlik jamiyatlari, ijara jamoalari, kooperativ, shirkat va boshqalar, alohida tadbirkorlik sub'ekti sifatida davlat, uning tashkilotlari (organlari) ish olib borishi mumkin.

2. Tadbirkorlikka **xo'jalik yuritish uslubi** (metodi) sifatida qarasaq, uning **bosh xususiyati**, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning mustaqilligi va erkinligidir. Tadbirkorning mustaqilligi huquqiy jihatdan asoslangan bo'lishi kerak. Eng avvalo, tadbirkorlik faoliyat turini tanlash, ishlab chiqarish dasturini ishlab chiqish, moliyalashtirish manbalarini tanlash, resurslarni sotib olish, mahsulot sotish, ularga narx belgilash, foydani tasarruf qilish va hokazo. Tadbirkorlik erkinligi ma'nosida uni faoliya-ti ustidan rahbarlik qiluvchi, ya'ni nima faoliyat bilan shug'ullanishi kerak, nima ishlab chiqarishi, qancha xarajat qilishi, kimga sotishi, necha puldan sotishi, qancha ishlab chiqarishini ko'rsatadigan, belgilab

beradigan tashkilot — organ yo'q. Lekin, tadbirkorning faoliyati doimo bozor, undagi talab va taklif nisbati, narx bilan chambarchas bog'liq.

Tadbirkorlikning ikkinchi xususiyati natija qanday bo'lishidan qat'i nazar qabul qilingan qarorga javobgar bo'lish. Tadbirkorning faoliyati doimo tavakkalchilik xatari bilan bog'liq. U esa doimo noaniqlik, bilib bo'lmaydigan natija bilan bog'liq. Nihoyatda aniq hisob-kitob ham, uni asosida qilingan taxmin (prog-noz) ham nazariy jihatdan to'g'ri bo'lishiga qaramay, amalda hammasi puchga chiqishi mumkin. Tadbirkorning oldindan qilgan mo'ljali oqibatining noaniqligi uning doimiy yo'ldoshidir.

Tadbirkorlikning uchinchi xususiyati uning faoliyatini muvaffaqiyatga erishishga yo'naltirilganligi, foydani ko'proq olishga intilishidir. Hozirgi paytda esa shu maqsaddagina faoliyat yuritish emas, balki jamiyatda sotsial muammolarni hal qilish, madaniyat, fan, sog'liqni saqlash, maorif, atrof-muhitni muhofaza qilish va hokazolarda faol qatnashishi ham ko'zda tutiladi.

3. Tadbirkorlikni iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida qarasaq, tadbirkor o'z faoliyatidagi turli muammo va masalalarni echishda o'ziga xos kutilmagan yondashuvi, original echimlar topishi, ya'ni yo'llarini qidirishi, xullas tinmay izlanishi bilan xarakterlanadi. Bunda asosiy o'rinda tadbirkor shaxsi turadi.

Har qanday bozor xo'jaligining asosini iqtisodiy faol sub'ektlar — tadbirkorlar tashkil etadi. Insonning tabiat in'om etgan eng muhim xususiyatidan biri uning qanday moddiy va ijtimoiy mavqega ega bo'lishidan qat'i nazar, o'zining qobiliyatini tatbiq etishga harakat qilishi, imkon qidirishidir.

O'z maqsadiga muvofiq biron ishni yo'lga qo'yish xuddi o'z yeriga ishlov berishga harakat qilish kabi insonning tug'ma intilishidir.

Bozor iqtisodiyotida iqtisodiy jarayonning markaziy omili tadbirkordir. Bozor iqtisodiyotini tadbirkorsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Tadbirkorlar sinfi erkin, bozor iqtisodiyotiga tayangan demokratik jamiyatdagi o'rtacha tabaqa, ular iqtisodiy faol, qonunga rioya qilishga harakat qiluvchi qatlam hisoblanadi. Ular ikki qutb: boylar va kambag'allar hisobidan ortib boradi.

Tadbirkorlik bu biron ish bilan oddiygina mashg'ul bo'lish emas, u insonning o'ziga xos fikrlashi, dunyoqarashi, shaxsiy intuitsiyaga ega bo'lishi, xislatidir. Tadbirkor bo'lish — demak bosh-qalar qilmagan ishni qilishdir, deb hisoblaydi Shumpeter. Uzoqni ko'ra bilish, tasavvur qilish, doimo qoloqlik, eskilikka, to'siqlarga, chetdan ko'rsatiladigan bosimlarga dosh berish, qarshi tura bilish kabi xislatlarga ega bo'lish kerak. Tavakkal qilishni bilish, noaniqlik oldidan qo'rquvni engishi, yuz beradigan jarayonlarga qarab ish tutish emas, balki ana shu jarayonlarni izmiga bo'ysundirishga harakat qilishi kerak. Tadbirkorni g'alabaga bo'lgan intilishi olg'a undaydi. Bu uning o'ziga xos mehnati va shu mehnatining iqtisodiy xarakterga ega ekanligidir.

Har bir kishi tadbirkor bo'lishi uchun eng avvalo o'zidagi xislatlarga to'g'ri baho bera olishi kerak. Tashkil etiladigan turli kichik firmalarning 15 — 20% i qolib, qolganlari kasodga uchrashining asosiy sabablaridan biri ham shunda. Tadbirkorlik iste'dod va maxsus tayyorgarlikni talab etadi. Bizni adabiyotlarimizda tadbirkorlik ko'proq xo'jalik yuritish nuqtai nazaridan qaraladi.

Respublikamizda qabul qilingan tadbirkorlik to'g'risidagi qonunda tadbirkorlikka shunday ta'rif berilgan: «Tadbirkorlik mulkchilik sub'ektlarining foyda olish maqsadida, tavakkalchilik va mulkiy javobgarligi asosida amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdir».

Jahon adabiyotida tadbirkorlikning uchta funktsiyasi ajratib ko'rsatiladi.

Birinchi funktsiyasi — resurs bilan ta'minlash. Har qanday xo'jalik faoliyatining asosini resurslar tashkil etadi. Chunki, resurslarsiz hech nima qilib bo'lmaydi. Ishlab chiqarishning ob'ektiv (ishlab chiqarish vositalari, ya'ni yer, kapital) hamda sub'ektiv (zarur bilim, kasb, tajriba va mohirlikka ega kishilar) omillari birlashgandagina biron ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish, umuman olganda biron faoliyat yuritish mumkin.

Ikkinchi funktsiya — tashkilotchilik. Buning ma'nosi — biron faoliyat uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish omillarini birlashtirish va kombinatsiyalashning maqsadga tez va samarali tarzda olib boradigan yo'llarini topish va shu asosda ish olib borish.

Uchinchi funktsiya — ijodkorlik, tashkiliy xo'jalik novatorligi, yangilikka intilishi bilan bog'liq. Hozirgi fan-texnika taraqqiyoti sharoitida, ayniqsa, narxsiz raqobat kurashi uslublari kuchaygan sharoitda biznes uchun bu funktsiyaning ahamiyati yanada kuchayadi. Natijada innovatsiya bilan bog'liq tadbirkorlik uchun yangi sharoit yaratiladi, ilmiy-texnikaviy ishlanmalar, venchur biznesi (texnika-texnologiya yangiliklarini qo'llashga asoslangan biznes) bozori rivojlanadi. Tadbirkorlikning axborot infrastrukturasi takomillashadi. Davlat tashkilotlarining foydali axborotlaridan foydalanish imkoni, patent-litsenziya xizmatlari, elektron hisoblash mashinalari, kompyuterlar yordamida ma'lumot to'plash, internet orqali axborot olish imkonlari kengayadi.

Shunday qilib, tadbirkorlik risk qilgan holda, mablag'larni samarali sarflab, ishlab chiqarish omillarini eng optimal nisbatini topib ishga tushirish evaziga daromad, foyda olishga qaratilgan, insonlarga naf keltiruvchi, iqtisodiy faoliyatdir.

## 2- §. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy turlari

Tadbirkorlik faoliyati nihoyatda xilma-xil bo'lib, unga turli nuqtai nazardan qarash mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati sub'ektlarining huquqiy maqomiga ko'ra:

a) jismoniy shaxslar, ya'ni yuridik shaxs tashkil qilmay faoliyat yuritadiganlar. Ular patent, litsenziya asosida faoliyat yuritishadi;

b) huquqiy shaxslar, ya'ni yuridik shaxs maqomiga ega holda tadbirkorlik qilish. Ular asosan turli shakldagi firmalar, korxonalar bo'lib, qabul qilgan nizomlari asosida ish yuritadilar.

**Mulkchilik maqomiga ko'ra** tadbirkorlik faoliyati, asosan individual, oilaviy-xususiy, korporativ-xususiy, jamoa, davlat, qo'shma mulkchilikka asoslangan tadbirkorlikka bo'linadi. Ulardan har biri xo'jalik yuritish tizimida o'z o'rnini topadi.

Tadbirkorlik faoliyatining mazmuni, xarakteri, takror ishlab chiqarish jarayoni, uning asosiy bosqichlarining farqlanishiga ko'ra tadbirkorlik quyidagi

turlarga bo'linadi: ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy, sug'urta, vositachilik va boshqalar.

Mamlakatda amal qilinayotgan qonunlar asosida ish olib borishi yoki yo'qligiga qarab, tadbirkorlik legal-rasmiy ochiq hamda yashirin (jinoiy) — xufiya tadbirkorlikka bo'linadi.

Tadbirkorlikni ish ko'lami, ishlab chiqargan mahsuloti hajmi, yoki band bo'lganlar soniga qarab iqtisodchilar kichik, o'rta, yirik biznesga bo'lishadi.

Respublikamizda qabul qilingan «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunga ko'ra tadbirkorlikni quyidagi turlari e'tirof qilinadi:

— yakka tartibdagi mehnat faoliyati asosidagi tadbirkorlik;

— ayrim fuqaro tomonidan yollanma mehnatni jalb etish asosida amalga oshiriladigan xususiy tadbirkorlik;

— bir guruh fuqarolar tomonidan amalga oshiriladigan jamoa tadbirkorligi;

— oilaviy tadbirkorlik;

— yuridik shaxslar va fuqarolar, o'z mulklari va mulkiy huquqlarini birlashtirish asosida amalga oshiriladigan tadbirkorlik.

Tadbirkorlik faoliyatini boshlashda eng qiyini — aniq maqsadni tanlash, uni amalga oshirishdir. U quyidagi bosqichlardan tarkib topadi.

**Birinchi bosqich**, g'oya qidirish va uni baholash bosqichi. U o'z ichiga:

a) yangi g'oyani, o'ylab qo'yilgan fikrni amalga oshirishni tashkil etish;

b) g'oyani bevosita va potentsial qadr-qimmatini aniqlash;

v) tavakkalchilik xatarini hamda olinishi mumkin bo'lgan foydani aniqlash;

g) raqobatdoshlarning mahsuloti yoki bajarayotgan ishlari bilan taqqoslash;

d) korxonaning mulk shaklini belgilash.

**Ikkinchi bosqich**. Bisnes-reja tuzish:

a) bozorni o'rganish, bozor segmentini qaysi bo'g'inini egallash rejasini, marketing rejasini tuzish;

b) ishlab chiqarish rejasi;

v) moliya rejasi va moliyaviy ta'minot;

g) bozorga kirib borish strategiyasini ishlab chiqish.

**Uchinchi bosqich**. Shartnomalar tuzish:

a) biznes-operatsiya ishtirokchilari o'rtasida shartnomalar miqyosini aniqlash;

b) potentsial xaridorlar bilan shartnomalar;

v) mehnat shartnomalari;

g) resurs egalari bilan shartnomalar tuzish.

**To'rtinchi bosqich**. Zarur resurslar ta'minoti:

a) mavjud resurslarni aniqlash;

b) etishmovchi resurslar va ularni potentsial etkazib beruvchilarni aniqlash;

v) zarur resurslarni jalb qilish usulini belgilash.

**Beshinchi bosqich**. Firmani boshqarish.

a) rahbarlik strukturasi va stili;

b) muvaffaqiyatning asosiy omillari;

v) zaif tomonlar va ularni bartaraf etish yo'llarini aniqlash.

Iqtisodiy faoliyat faqat o'zi hamda oilasi uchungina daromad topish maqsadida emas, boshqalar uchun olib ham borilar ekan, u qabul qilingan qonunlar bo'yicha aniq belgilangan shakl, tashkiliy va boshqarish tarkibiga muvofiq bo'lishi zarur.

Firmalarning asosiy maqsadi maksimal darajada foyda olish, lekin bu hammaning qo'lidan kelavermaydi. Firma o'z maqsadini amalga oshirish uchun uzoq muddatli strategiya belgilaydi. Bu strategiya 2 turga bo'linadi:

1. Mudofaaga asoslangan strategiya.
2. Hujumkorlikka asoslangan strategiya.

Mudofaaga asoslangan strategiya ikkita yo'nalishda olib boriladi:

**Imitatsion strategiya** — yangiliklarni qo'llashdan keladigan xatarning kam bo'lishi uchun raqiblari fan-texnika yutuqlaridan foydalanib, erishgan yutug'iga qarab, o'z faoliyatida qo'llaydi.

**Kutish pozitsiyasiga asoslangan strategiya.** Bunda firma bir necha turdagi mahsulot ishlab chiqarish xizmat ko'rsatishga ixtisoslashadi. Shulardan qaysi birida raqiblari muvaffaqiyatga erishsa yoki mag'lub bo'lsa, shunga qarab ish yuritadi.

Hujumkor strategiya 4 yo'nalishda olib boriladi:

1. **Ratsionalizatsiya** strategiyasi. Yangiliklarni joriy qilishga, yangi texnologiyani sinab ko'rishga harakat qiladi. Bunda ularni ko'pincha venchur<sup>1</sup> kompaniyalar moliyaviy qo'llab-quvvatlaydi.

2. **Kvota** (mahsulot ulushi)ni tabaqalashtirish strategiyasi. Bunda firma maksimal foyda olish maqsadida investitsiya qilib, mahsulot sotish bo'yicha bozorda tovar sotishdagi ulushini ko'paytirishga harakat qiladi. Tovarni narxini tushirib, talabni ko'paytirishni ko'zda tutadi.

3. **Innovatsion strategiya.** Bunda firma mahsulot va xizmatlarni yangilashni ko'zda tutadi. U mahsulotni yangilash yoki **texnologiyani yangilash** bo'lishi mumkin. Mahsulot yangilanganda xarajatlarni pasaytirish orqali foyda olish ko'payadi.

4. **Bozorni boshqalar egallamagan segmentini to'ldirish.** Bu yo'nalishda ilmiy izlanishlar olib borib, uning asosida ishlab chiqarishni tashkil etish. Masalan, dorivor o'simliklardan (boshqa yerda o'smaydigan) turli dorilar tayyorlashni yo'lga qo'yish. Bu anchagina xatar bilan bog'liq. (Xatar — bu ko'zlagan daromadini ola bilmaslik yoki zarar ko'rish ehtimoli.)

Bozor iqtisodiyotida individual tadbirkorlik o'ziga xos o'rin tutadi, lekin iqtisodiy faoliyatga nisbatan obro'li, barqaror, uzoq muddatli vaqtga mo'ljallangan, tashkil etish ko'lami jihatidan salmoqli shakli — korxonadir. Aynan u xo'jalik faoliyatining eng ko'p tarqalgan tipik shaklidir. Korxonaga qaysi mulkka taalluqli bo'lmasin firma, zavod, fabrika nomlari bilan ataladi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida mulkchilikning barcha shakllariga mansub korxonalarni barpo etish, ular faoliyatini tashkil etish va tugatishning huquqiy, iqtisodiy va ijtimoiy asoslari, O'zbekiston Respublikasida korxonalar to'g'risidagi qonunida belgilab berilgan.

Korxonaga xo'jalik yurituvchi sub'ekt sifatida mulkchilikning biron shakliga asoslangan holda iqtisodiy jihatdan alohidalashgan xo'jalik yurituvchi sub'ekt sifatida maydonga chiqadi. Korxonaga bozor munosabatlarining sub'ekti sifatida qatnashibgina qolmay, uning ob'ekti hamdir. Korxonaga mulkchilikning muayyan ob'ekti bo'lib, uning qo'lida resurslar va yaratilgan mahsulot mavjud. Korxonaga iqtisodiy faoliyat jarayonida munosabatlarning sub'ekti sifatida maydonga chiqadi.

Har qanday iqtisodiyot kabi bozor iqtisodiyoti ham murakkab tizim sifatida ichki tarkibga ega. Undagi turli bo'g'inlarning har biri ma'lum vazifani

bajaradi. Korxonalar har qanday ishlab chiqarishning birlamchi, asosiy bo'g'inidir. Bozor iqtisodiyotida asosiy tarkibiy birlik, xo'jalik yurituvchi bo'g'in korxonalar (firma) hisoblanadi.

Korxonalar (firma) ishlab chiqarish resurslarini rejali asosda, ma'lum nisbatda, kombinatsiyada birikishini ta'minlab, o'z manfaatini mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish yo'li bilan amalga oshiruvchi, xo'jalik yurituvchi bo'g'in «zveno»ni ifodalaydi.

Firma ham, korxonalar ham xo'jalik yurituvchi huquqiy shaxs bo'lgani uchun xo'jalik faoliyatining ob'ekti bo'ladi. Shu bilan birga iqtisodiy faoliyatni amalga oshiruvchi xo'jalik yuritish sub'ekti hamdir. Iqtisodiyotda, odatda firma ko'proq umumlashtiruvchi tushunchalar sifatida ishlatiladi. Firma o'z ichiga bitta yoki bir nechta korxonalar, ishlab chiqarish turini olishi mumkin. Korxonalar esa odatda bir turdagi mahsulot ishlab chiqarishga, bir xil narsalar ishlab chiqarishga ixtisoslashadi.

Barcha korxonalar faoliyatining majmui iqtisodiyotni tashkil etadi. Ishlab chiqarish omillari korxonada birikib, bu yerda mehnat yuz beradi. Jamiyatning talab-ehtiyojini qondirishga qaratilgan moddiy mahsulotlar yaratiladi va har xil xizmatlar ko'rsatiladi.

Firmalarni tasniflash (klassifikatsiya qilish) uchun iqtisodiy adabiyotda turli mezonlar olinadi. Ulardan eng asosiysi 2 ta: mulkchilik shakli, firmaning kattakichikligi.

Mulkchilik bo'yicha qarasaq, ular 3 xil:

- a) individual yoki xususiy firma;
- b) sherikchilik asosida tashkil topgan firma;
- v) korporatsiya (aktsionerlik jamiyati).

Korxonalar o'z mulkiga o'zi egalik qilishi uni erkin bo'lishi garovidir. Korxonalar xo'jalik yurituvchi sub'ekt sifatida iqtisodiy mustaqillikka ega. Nimani qancha, qanday usullar bilan ishlab chiqarish, uni kimga, qayerda qanchadan sotishni, tushgan pulni qaysi maqsadda ishlatishni korxonaning o'zi hal qiladi.

Barcha muammolarni echishda korxonalar bozorga qarab ish tutadi. U bozordagi resurslar narxi, o'zining tovarlari narxi, qilgan xarajatlariyu oladigan foydasi miqdoriga qarab ish tutadi. Narx-navo va xarajatlar miqdori korxonaga el qatori foyda olish imkonini bergandagina u faol ishlaydi. Bozordagi raqobat korxonani iqtisodiy sharoitga tez moslashib doimo manyovr qilishi — tovarlarni yangilash sifatini oshirish, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishi, investitsiya va innovatsiya bilan shug'ullanish, faol reklama siyosatini olib borish kabilarga undaydi. Korxonalar mulkiy maqomi, tashkiliy-huquqiy asoslari, xo'jalik yuritish uslublariga ko'ra xilma-xil bo'lib, asosiylari:

— xususiy firma, shirkat firmalari, mas'uliyati cheklangan firma, davlat korxonasi, aralash firmalar. Hozirgi paytda korxonalarining keng tarqalgan shakli — aktsioner jamiyatlari yoki korporatsiyalardir.

Xususiy firma — ayrim shaxslarga yoki oilalarga qarashli korxonalar. Ular asosan o'ta kichik va kichik biznes doirasida faoliyat ko'rsatadilar. O'rta va yirik biznesda hozirgi paytda nihoyatda kam uchraydilar. XIX asrda esa ular korxonalarining asosiy turi hisoblangan.

Shirkat firmalari mulk egalari o'z mulkini birlashtirish va tadbirkorlikdan olingan foydani qo'shgan hissasiga ko'ra baham ko'rishga asoslangan korxonalar.

**Mas'uliyati cheklanmagan firma.** Uning mol-mulki sherikchilik asosida yuzaga keladi. Ularning dastlabki qo'ygan kapitali Nizom kapitali bo'lib, uning faoliyati uchun to'la huquqli sheriklar birgalikda javob beradilar. Agarda firma sinib, qarzlarni to'lash uchun aktivlari etarli bo'lmasa, qolgan qarzni to'la quchuqqa ega bo'lgan ta'sischilar o'z zimmasiga oladi. Bunda uning hajmi hanchagacha bo'lishi mumkinligi ustav kapitalidagi badaliga nisbatan necha marta ko'pligi (firma nizomida belgilanadi) shartnomada ko'rsatiladi.

**Franchayzing (franchise — imtiyozli) firmalar** — bu mayda xususiy firmalar tizimi bo'lib, u yirik firmalar qanotida ish yuritib, uning tovar markasidan ma'lum hudud va muhitda foydalanadi. Narxlarga chegirma olish va boshqa imtiyozga ega. Tovarlarni tashishda, uskunalar sotib olish, kredit olishda yordam beradi. Bu mayda firmalar yirik kompaniyalarning chakana sotuvchisi bo'lib qoladi.

**Venchur (venture — xatarli) firmalari** — bu ilmiy izlanishlar bilan shug'ullanib, ularni ishlab chiqarishga joriy qilish bilan shug'ullanadi. Ular ishining xatari yuqori. Sababi yaratgan yangiliklari, ixtirolari bozor talabiga mos kelmasligi mumkin. Bu turdagi firmalar dastlab AQSh da vujudga kelgan, hozirgi paytda boshqa mamlakatlarda ham mavjud.

**Mas'uliyati cheklangan firma.** Uning kapitali ham sherikchilik asosida tashkil etiladi. Uning nomi ko'rsatib turibdi — mas'uliyati, ya'ni majburiyati cheklangan. Bu cheklanish nizom kapitali doirasida bo'lib, bordi-yu firma sinsa, undan faqat nizom kapitaliga teng bo'lgan miqdordagina pulni undirish mumkin. To'lov majburiyatidan ortiqcha qarzni hech qanday yo'l bilan undirib bo'lmaydi. Bunday firmalar nomiga odatda «limited» so'zi qo'shiladi. U inglizcha «cheklangan» degani.

Agar firmada mulk egasi sifatida sheriklar miqdori ortib ketsa, u aktsionerlik jamiyati sifatida ro'yxatdan o'tishi kerak. Hozirgi paytda firmalarning keng tarqalgan shakli **aktsiyadorlik jamiyatlari** yoki korporatsiyalardir. Bu aktsiyadorlarning uyushmasi bo'lib, uning a'zolari biznes ishi yo'lida jamiyatga birlashadilar. Jamiyatga qo'yilgan kapitalga qarab, maxsus qimmatbaho qog'oz — aktsiya chiqaradilar. Aktsiyani sotib olganlar hissadorlarga aylanadi va foydadan o'z hissasiga muvofiq — *dividend* oladi. Aktsioner jamiyatlarining yopiq va ochiq turlari bo'ladi.

Yopiq jamiyat aktsiyalari faqat ma'lum guruh kishilari, masalan, korxonalar ishchi-xizmatchilari o'rtasida tarqatiladi. Ochiq jamiyatda esa uning aktsiyasi barcha xohlovchilarga sotiladi.

**Davlat korxonalari** davlat mulki bo'lgan va uning nazorati ostida ishlovchi korxonadir. Bozor iqtisodiyotida davlat tadbirkorligi mavjud bo'lganidan davlat korxonalari ham mavjuddir. Bu korxonalar markaziy va mahalliy hokimiyatga qarashli bo'ladi. Ular birgalikda davlat sektorini tashkil etadilar va iqtisodiy-ijtimoiy hayotda ishlab chiqarishning eng muhim va mas'uliyatli vazifalarini bajaradi (mudofaa, aloqa, transport va boshqalar).

**Aralash firmalarga** ikki nuqtai nazardan qarash mumkin:

a) turli mulk shakliga asoslangan milliy korxonalar;

b) milliy va xorijiy kapital asosida vujudga keltirilgan qo'shma korxonalar.

Ularning kapitali hissadorlik qoidasiga binoan tashkil topadi, foydasi ham shunga qarab taqsimlanadi. O'zbekistonda hozirgi paytda xorij kapitali



ishtirokida tuzilgan 1000 dan ortiq qo'shma korxonalar, 400 atrofida aralash mulkka asoslangan milliy korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda.

Firmalar shoxobchasi (filiali) yirik firmalarning tarkibiy qismi bo'lib, turli joylarda ish yuritadi. U mustaqil emas, bosh firmaning bir qismi. Ish ko'lami hududiy jihatdan kengaygan sharoitda firma bo'limlari tashkil etiladi. Bu ayniqsa, xalqaro korporatsiyalarga xos bo'lib, ular turli mamlakatlarda o'z bo'limlarini ochadilar.

Korxonalar ishlab chiqargan mahsuloti, ish ko'lamiga qarab: kichik korxonalar (biznes), o'rta korxonalar (biznes) va yirik korporatsiya (biznes)ga ajratiladi. Buning uchun mezon qilib firmada ishlovchilar soni yoki firmaning ishlab chiqarish va savdo-sotiq hajmi qabul qilingan.

AQShda ishlovchilar soni necha kishidan iboratligiga qarab, korxonalar 5 toifaga bo'linadi:

- 1) o'ta kichik korxonalar (10 kishi),
- 2) juda kichik korxonalar (20 kishi),
- 3) kichik korxonalar (99 kishigacha),
- 4) o'rta korxonalar (500 kishigacha),
- 5) yirik korxonalar (500 dan ziyod kishi).

Respublikamizda sanoat va qurilishda 50 kishigacha, boshqa ishlab chiqarishda 25 kishigacha, fan va ilmiy xizmat ko'rsatish sohasida 10 kishigacha, chakana savdoda 5 kishigacha bo'lgan korxonalar kichik korxonalar hisoblanadi. Kichik korxonalar yirik korxonalar nisbatan qator afzalliklarga ega. Ular quyidagilar:

- a) tez muddatda qurilishi;
- b) kapital aylanish tezligining yuqoriligi;
- v) talabning o'zgarishiga qarab ishlab chiqarilayotgan mahsulot turini tezda o'zgartirish imkoniyati;
- g) mabodo, korxonalar bozor iqtisodiyoti sharoitida sinsa ham mulk egasi ko'radigan zarar yirik korxonaga qaraganda kamligi va boshqalar.

Shuning uchun ham xalq iste'mol mollari ishlab chiqarishda kichik korxonalar shubhasiz ustunlikka ega.

Hozirgi paytda AQSh da iste'mol mollari ishlab chiqaradigan umumiy sanoat ishlab chiqarishning 48%, Yaponiyada 51%, Frantsiyada 45%, Germaniyada 25% i kichik korxonalar hissasiga to'g'ri keladi. AQShda 18 million atrofida kichik korxonalar mavjud.

Respublikamizda ham ularning afzalligini hisobga olib, kichik korxonalar barpo etishga katta ahamiyat berilyapti. Mamlakatimizda hozir 500 mingdan ortiq kichik korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda.

Ma'lumki, Osiyoda, jumladan respublikamiz aholisiga mayda tovar ishlab chiqarish, hunarmandchilik an'analari xos. Bu xususiyat respublikamizda xususiy mulkchilikka asoslangan individual, oilaviy ishlab chiqarish kichik biznesni rivojlantirish imkonini beradi. Ularning asosiy kamchiligi moliyaviy resurslarning etishmasligi.

Turli-tuman mulkchilik sharoitida qaysi mulk turiga asoslangan, qanday iqtisodiy faoliyat yuritish afzal ekanligi aniq shart-sharoitdan kelib chiqib aniqlanadi. Uni quyidagi mezonlar asosida solishtirish mumkin:

1. Xo'jalik yuritish turini tashkil etish osonmi yoki qiyinligi.
2. Mulkiy mas'uliyat va boshqarishni amalga oshirish darajasi.

3. Bozordagi talabni o'zgarishiga moslashish darajasi.  
4. Fan-texnika taraqqiyotini ta'minlay olish, ishlab chiqarish sifatini yaxshilash imkoniyati.

5. Ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish darajasi.

Xususiy mulkchilikka asoslangan xususiy-oilaviy fermer xo'jaligi ko'pchilikni diqqatini shunisi bilan jalb etadiki, uni tashkil etish oson, ko'p mablag' talab etmaydi. Mulk egasi eng avvalo o'z bilimi, tajribasiga tayanadi. Bozordagi talabga tezda moslasha oladi. O'zi xohlagancha xo'jaligida o'zgarishlar qila oladi. Daromad uning o'ziga tegishli. Qonun bo'yicha cheklashlar minimal darajada.

Bu xo'jalik yuritishning eng kata kamchiligi mulkiy mas'ulicht mulk egasining bo'ynida bo'lgani uchun, barcha faoliyatga o'zi javob beradi. Bordinyu, sinsa- bankrot bo'lsa, qarzlarni o'zi to'laydi. Buni natijasida ayrim paytlarda uy-ro'zg'or buyumlarini ham sotishga to'g'ri keladi. Ikkinchidan, xo'jalik yuritish uchun zarur bo'lgan daromad va mablag'larini kamligi, cheklanganligidir.

Shirkat, kooperativ, kichik jamoa xo'jaliklarini yuqoridagi xo'jalik shakllaridan afzalligi shundaki, bir necha mulk egalarning qo'shilishi omillarni ko'paytiradi. Bozorga tez moslasha oladi. Bu xo'jalik turida ham ko'pincha daromad, ishlab chiqarishni tashkil etish, kengaytirish uchun mablag' etishmaydi.

Xususiy — korporativ mulkka asoslangan aksionerlik jamiyatlari bu kamchilikdan xoli. Fan-texnika taraqqiyotiga katta ta'sir o'tkazadi. Pay mulkdan umumiy maqsadda yagona boshqaruv orqali foydalaniladi. Shu bilan birga har bir paychini o'z mulki boshqarishda qatnashishini ta'minlaydi. Korxonada xo'jalik faoliyatining pirovard natijasiga qarab, har bir mulk egasi o'z ulushini oladi. Aktsiya egalarning javobgarligi cheklangan. Agar korxonada bankrot bo'lsa, u o'z aktsiyasi miqdorida mulkini yo'qotadi, xolos. Xohlaganda aktsiya sotib olib mulk egasi bo'ladi yoki aksincha, sotib mulk egalari safidan chiqadi. Bunday xususiylik bilan umumiylikning afzalliklari qo'shilishi xususiy va umumiy o'zlashtirishning asosiy tamoyillarini bir butun qilib birlashtiradi.

Korporatsiyalar katta miqdorda pul sarflab biron mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgach, yangi mahsulot ishlab chiqarishga tezda moslashishi qiyin.

Biznesning korporativ shaklida ba'zi bir suiiste'mol qilish uchun imkoniyat mavjud. U hech qanday qiymatga ega bo'lmagan qimmatbaho qog'ozlarni sotishi va sotib olish uchun baza bo'lishi mumkin. Undan tashqari, tipik aktsiya egasi korxonada faoliyatiga ta'sir ko'rsata olmaydi. Ko'pchilik o'zining ovoz berish huquqidan foydalanmaydi. Undan tashqari, soliq ikki marta: foydadan hamda dividenddan olinadi.

Mulk va xo'jalik yuritish shakllarini qiyoslar ekanmiz, hech qaysi shaklini har taraflama afzal deya olmaymiz. Biridagi afzallik ikkinchisida yo'q. Biri ikkinchisining o'rmini bosa olmaydi.

Milliy iqtisodiyotda har birining o'z o'rni, ahamiyati borki, undan kelib chiqib davlat har bir mulk va xo'jalik shaklini rivojlanishi uchun sharoit yaratishi lozim.

Hozirgi sharoitda iqtisodiy faoliyat yuritish uchun turli korxonalarni ittifoq (assotsiatsiya)larga birlashuvi jarayoni yuz bermoqda.

Rivojlangan mamlakatlarda keng tarqalgan, bizda ham hozirgi paytda vujudga kelayotgan assotsiatsiya shakllaridan biri *konsortsiumdir*.

Konsortsium korxonalarining maxsus tashkil etilgan birlashmasi bo'lib, uning ishtirokchilari o'z mustaqilligini saqlab qoladi, ammo muayyan maqsad yo'lida birlashadilar. Odatda, konsortsium moliyaviy ishlar yuzasidan tuzilib, unga davlat, banklar, moliya, investitsiya kompaniyalari, yirik firmalar, har xil pul fondi tashkilotchilari uyushadi. U katta mablag' talab etadigan ishlarni amalga oshirish maqsadida tuziladi. **Konsortsium odatda xolding kompaniya shaklida tuziladi.** Uni tarkibida bosh — ona korxonaga, atrofida tarmoq korxonalar ma'lum maqsad yo'lida hamjihatlik bilan ish olib boradilar.

**Kontsern** korxonalarining shunday birlashmasi, u ishlab chiqarish, investitsiya — moliya, texnika va tashqi iqtisodiy aloqalar sohasida birgalikda ish yuritishni ko'zlaydi. Kontsern bir tarmoq doirasida yoki tarmoqlararo (konglomerat) birlashmalar shaklida tashkil etiladi.

Kontsern monopol turdagi birlashma bo'lib, investitsiyalarni samarali joylashtirish, bozordagi o'zgarishlarga qarab diversifikatsiyani amalga oshirishga yordam beradi.

Korxonaga birgina kontsernga a'zo bo'lishi mumkin, vaholanki, konsortsiumda unday emas.

Qanday mulkchilikka asoslanishidan qat'i nazar, korxonani korporativ guruhni manfaatli mavjud. Korxonaga mulk shaklidan mustasno holda, ishlab chiqarish jamoasi uyushmasini tashkil etadi. Bu jamoa a'zolarini birlashtiruv manfaatli bo'lib, faqat korxonaga doirasidagina, korxonaga normal ishlagandagina yuzaga chiqadi. Korxonaga jamoasi uch toifa kishilardan tashkil topadi. Korxonaga egalari, menejerlar (boshqaruvchilar), yollanib ishlovchilar. Ular turlicha mulkiy mavqega ega. Korxonaga egalari mulkdorlar, korxonadagi moddiy resurslar, yaratilgan tovarlar va pul mablag'lari ularga tegishli. Ammo korxonaga maqomiga qarab mulkdorlar tarkibi turlicha bo'ladi. Korxonaga egasi — tadbirkorlardan tashqari ularning sheriklari bo'lgan menejerlar, oddiy ishchi-xizmatchilar ham bo'lishi mumkin. Ular korxonaga ishida nafaqat mablag'i, mehnati va tadbirkorlik iste'dodi, boshqarish mahorati bilan qatnashadilar. Korxonaga ishida kapitaldan tashqari mehnat ham qatnashar ekan, olingan foyda omillar ulushiga qarab taqsimlanishi amalga oshiriladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir korxonaga xuddi shunday tovar chiqaruvchi xizmat ko'rsatuvchilar yoki shu tovarni o'rni bosa oladigan tovar ishlab chiqaruvchilar bilan ularga qaraganda qulayroq sharoitga ega bo'lish hamda yuqoriroq daromad olish uchun kurashadi. Raqobatda g'olib chiqishda insoniy omil muhim rol o'ynaydi. Korxonaning raqobat kurashi natijasida taqabalanishi kuchayadi. U nihoyatda katta daromadga ega bo'lishi yoki sinishi mumkin. Raqobat kurashida yutib chiqishda tijorat siri muhim. **Korxonaning tijorat siri deganda korxonaning ishlab chiqarish, texnologiya axboroti, boshqaruv, rejalashtirish, moliyasi va boshqa faoliyati bilan bog'liq bo'lgan hamda e'lon qilinishi, uning manfaatlariga zarar etkazishi mumkin bo'lgan, davlat siri bo'lmagan ma'lumotlar tushuniladi.** Tijorat sirini tashkil etuvchi ma'lumotlar tarkibi va hajmi, ularni himoya qilish tartibi korxonaga rahbari tomonidan belgilanadi. Har bir korxonaga uni mahkam tutishga harakat qiladi. Qaysi korxonada uning jamoasida «firma — meniki» degan hissiyoti paydo bo'lishi uchun iqtisodiy sharoit yaratilgan ekan, u yerda tijorat sirini sotishga

intilish, mehnat intizomini buzish, mulkni o'g'irlash, firma obro'sini to'kish ishlovchilarning xayoliga ham kelmaydi. Chunki, har bir kishi firma erishgan yutuqdan manfaatdor. Firma korporativ manfaatini amalga oshirishning muhim omili — firma ishini yaxshi boshqarish hisoblanadi. Korxonada o'z faoliyati davomida ko'plab iqtisodiy faoliyat sub'ektlari bilan aloqa bog'laydi. Firma ichida uning ichki tuzilishiga muvofiq turli bo'linmalari o'rtasida aloqa mavjud. Bu o'z navbatida korxonada bo'linmalari ishini bir-biriga moslash, korxonada faoliyatini bozorga, bozordagi vaziyatga, boshqalar faoliyatiga muvofiq lashtirish talab qilinadi. Ana shu faoliyatlarni moslashtirish boshqarish, ya'ni menejment deb yuritiladi. Hozirgi paytda menejment o'ta murakkab va mas'ul ish bo'lganidan, uni bajarish maxsus bilim va mahorat, tajribani talab qiluvchi kasbga aylandi. Shu kasb egalari menejer deyiladi. Fan-texnika revolyutsiyasi boshqarishda revolyutsiya yasadi. «Hokimiyat» mulk egalari menejerlar qo'liga o'tdi. Boshqaruvchilik — menejment fanining asoschisi deb haqli ravishda amerikalik injener va tadqiqotchi F. Teylor hisoblanadi. U boshqarishni, nima qilishni aniq bilish, eng arzon, eng a'lo darajada bajarishni bilish san'ati deb atagan. Korxonaning muvaffaqiyati yangi texnika-texnologiya va ish kuchi sifatidan tashqari uning yaxshi boshqarilishiga ham bog'liq ekanligini ko'rsatib, taniqli iqtisodchilardan A. Marshall uni ishlab chiqarishning alohida omili deb ko'rsatgan. Boshqarishning hozirda ham ahamiyatini yo'qotmagan printsiplarini Teylarning zamondoshi frantsuz Fayol ishlab chiqqan. Ishlab chiqarishni tashkil etishni Ford sistemasi ham hali-hanuz qadr-qimmatini yo'qotgani yo'q.

Iqtisodiy aloqalar murakkablashgan sari boshqarish xizmatiga talab oshadi. O'z ishining ustasi farang menejerlar toifasi paydo bo'ladi. Ular g'oyat murakkab, o'ta mas'uliyatli ish boshqarish bilan shug'ullanishadi. Menejerlar g'oyani topib tayyor mahsulot ishlab chiqarib, uni iste'molga topshirib, qayta pul shakliga keltirguncha bo'lgan faoliyat davomida bayon qilingan 5 bosqichdan iborat maqsadni amalga oshiradi.

Firma faoliyatining muvaffaqiyati uni bozor talabiga moslashtirishga bog'liq. Ana shu moslashtirish marketing deb ataladi.

«Marketing» so'zi inglizcha *Market* — bozor degan so'zdan olingan bo'lib, tovarlarni sotish sferasidagi faoliyatini anglatadi. Lekin marketing hozirgi paytda iqtisodiy faoliyat tizimi sifatida faqat oldi-sotdini ifodalamaydi.

Marketing bir tomondan, bozorni har tomonlama o'rganish (talab, ehtiyojlar), ishlab chiqarishni ana shu talabga va uni o'zgarishiga moslashtirish, mo'ljallash, mahsulotni aniq iste'mol uchun ishlab chiqarish, ikkinchi tomondan bozorda mavjud talabga faol ta'sir ko'rsatib talabni shakllantirishdir. Yuqsak saviyadagi marketing xizmatida korxonalar gullab-yashnaydi.

### 3-§. Tadbirkorlikda tavakkalchilik xatari va uni kamaytirish, sug'urta

Ma'lumki hammaning ham tadbirkorlik bilan shug'ullanish qo'ldan kelavermaydi. Tadbirkorning eng muhim fazilatlaridan biri tavakkal qilishni, riskni yoqtirishidir. Avvalgi bobda ko'rib o'tdik, noaniqlik bozor iqtisodiyotining doimiy yo'ldoshi. Shunday ekan xar bir tadbirkorning faoliyati tavakkalchilik xatari bilan bog'liq. Tavakkalchilik xatari deb, faoliyat natijasi

qanday bo'lishi ehtimolini bilgan holda, baribir oqibati qanday tugashini aniq aytib bo'lmaydigan vaziyat ya'ni noaniqlik tushuniladi.

Noaniqlik sharoitida har bir kishi o'zini turlicha tutadi. Birov tavakkal qilish, riskni yoqtiradi, birov esa aksincha. Lotereya o'yinlarida qatnashish tavakkalchilik faoliyatiga, riskka tipik misol bo'la oladi. Bunda yutish yoki yutqazish mumkin. Uni ehtimollik nazariyasiga ko'ra tadqiq etishimiz mumkin. Ma'lumki, tasodifiy kattalikni kutilayotgan salmog'ini yoki hodisani ro'y berish ehtimoli quyidagi matematik formula yordamida aniqlanadi.

$$E(x) = \pi_1 x_1 + \pi_2 x_2 + \dots + \pi_n x_n;$$

Bu yerda:  $\pi_1, \pi_2, \dots, \pi_n$  - har bir hodisani yuz berish ehtimoli;

$x_1, x_2, \dots, x_n$  - har bir hodisaning salmog'i.

Bu yerda shuni hisobga olish muhimki, ehtimollik turlicha tabiatga ega bo'lishi, ya'ni ob'ektiv, yoki sub'ektiv bo'lishi mumkin. Ehtimollikni ob'ektiv tabiatini tan oluvchi olimlar hodisalarni yuz berishi ehtimolini matematik asosda, potentsial tarzda aniqlasa bo'ladi deb ko'rsatishadi. Frantsuz astronomi, matematik va fizigi Per Laplas tadqiq etilayotgan hodisani yuz berishini ya'ni ijobiy natijani mumkin bo'lgan barcha imkoniyatlar natijasiga nisbati asosida aniqlab beradi.

Sub'ektiv yondashuv tarafdorlari esa(masalan, amerikalik iqtisodchi va statist Leonard Sevij) ehtimollik bu kishilarni u yoki bu hodisani yuz berishiga ishonchlari darajasini ko'rsatadi deb hisoblashadi.

Ehtimollik nazariyasining qay biri: ob'ektiv yoki sub'ektivmi qarashlar bo'lishidan qat'iy nazar, biz uchun matematik kutish bilan kutilayotgan nafililikni ajratish muhim ahamiyatga ega.

Kutilayotgan nafililik nazariyasini matematik jihatdan asoslab berishni shveysariyalik matematik Gabriel Kramer va Daniil Bernullilar boshlashgan.

D. Bernulli<sup>1</sup> o'zining mashhur Sankt-Peterburg paradoksi yordamida masalaning echimini bayon qilgan. Paradoks quyidagicha ifodalanadi: individlar uncha ko'p bo'lmagan miqdorda pul to'lab, yutuqni kutish matematik jihatdan cheksiz bo'lgan turli xil yutuqli o'yinlarda qatnashishlari mumkin. O'yin aytaylik, tangani tashlash bo'lib, «gerb» tomoni tushsa yutuq bo'lsin. O'yin belgilangan miqdorda "gerb" tomoni tushguncha davom etsin. Yutuq tangani tashlash soni va "gerb" tomoni tushishi bilan bog'liq. Birinchi marta tashlaganda "gerb" tushsa, X sub'ekt U sub'ektga, oddiygina qilib aytganda, Odiljon Olimjonga 1 doll, ikkinchi marta ham "gerb" tushsa 2 doll, uchinchi martasida ham "gerb" tushsa 4 doll., ya'ni har bir keyingi safar ham tangani "gerb" tomonini tushishi, n-chi martasida  $2^{n-1}$  dollar to'lasin.

Yutish ehtimoli ( $\pi$ ) ehtimollik nazariyasiga ko'ra har safar tanga tashlaganda, 0,5 yoki 50% ga teng, ya'ni yo "gerb" tushadi, yoki tushmaydi.

Tangani birinchi marta tashlaganda yutish ehtimoli matematik jihatdan kutish  $\pi \times 1$  doll. yoki  $0,5 \times 1 = 0,5$  dollarga teng. Ikkinchi tashlaganda esa  $(0,5 \times 0,5) \times 2$  doll = 0,5 dollarga teng. Umumiy kutilayotgan natija har bir bosqichda  $0,5 + 0,5 + 0,5 + 0,5 + \dots$  ni summasi tarzida ifodalanadi. Bu cheksiz qatorning yig'indisi cheksiz katta miqdorni tashkil qiladi.

<sup>1</sup> D. Bernulli (1700-1782) shveysariyalik matematik va tabiatshunos. 1723-1725 yillarda Sankt-Peterburg fanlar Akademiyasining fiziologiya va matematika kafedrasida ishlagan.

Paradoks shunda ifodaladiki, kutilayotgan pul yutug'i bunday o'yinda cheksiz bo'lishiga qaramay, ko'pchilik unda ishtirok etmaslikni afzal ko'radi.<sup>1</sup> Nima sababdan? Uning sababini Bernulli shunday tushuntiradi. Individlilar kutilayotgan pul yutug'ini emas, balki ruhan qoniqishni maksimalashtirishga intilishadi. Keyinchalik uni yutuqdan kutilayotgan naflilik deb ataldi.

Bu muammoni odamlarni tavakkalchilik xatariga munosabati nuqtai nazaridan ko'rib chiqaylik. Bernullining g'oyalari amerikalik iqtisodchi Jon fon Neyman va Oskar Mengenshternning ishlarida rivojlantirildi. Ularni ko'pincha "kutilayotgan naflilik" nazariyasining asoschilari deb ham yuritiladi. Ular axborot to'liq bo'lmagan sharoitda individning ratsional tanlovi maksimal darajada kutilayotgan naflilik bo'ladi deyishadi. Kutilayotgan naflilikning turlicha varianti bo'lishi mumkin. Uni quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$E(U) = \sum_{i=1}^n u_i \pi_i$$

Bu yerda  $u_i$  – natija naflligi;

$\pi_i$  – natija ehtimoli;

$i, n$  – natija miqdori.

So'ngra individ kutilayotgan naflilik variantlarini taqqoslaydi va kutilayotgan naflilikni maksimalashtirishga harakat qilgani holda birini tanlaydi.

Uni tavakkalchilik xatariga munosabati qanday bo'ladi? Odamlarning tavakkalchilik xatariga munosabatlari turlicha. Iqtisodiy nazariyada ularni:

a) riskka neytral;

b) risk qilishga ishqivoz;

v) riskni yoqtirmaydigan yoki unga qarshilarga bo'linadi.

Ba'zi hollarda tavakkalchilik bilan faoliyat yuritishdan matematik kutish pul ko'rinishida bunday xatarga yo'l qo'ymagandagi natija bilan bir xil bo'lishi mumkin. Lekin odamlar o'zlarini turlicha tutishadi, turlicha tanlashadi. Masalan: 10 ming so'm qarz olgan o'z qarzini qaytarish o'rniga, «Keling, tanga tashlaymiz, agar yutsangiz qarzingizni 2 barobar qilib qaytaraman, agar yutqazsangiz qarzdan voz kechasiz», deyishi mumkin. U holda matematik kutish natijasi  $n \times 0,5 - n \times 0,5 = 0$ ; yoki  $10 \times 0,5 - 10 \times 0,5 = 0$ ; nolga teng. Siz uchun bunday qarasangiz qarzdor bilan tanga tashlab o'ynash yoki qarzni talab qilish baribir.

Lekin kimdir ko'proq pul topish uchun risk qiladi, kimdir bo'lsa tavakkalchilik xatari bilan bog'liq hech qanday faoliyatga aralashmaslikni ma'qul ko'radi. Kishilarni nimani tanlashini tushuntirish uchun tahlilni kutilayotgan naflilik kontseptsiyasi asosida olib boramiz.

Tajriba shuni ko'rsatadiki, odamlarni asosiy qismi tavakkalchilikni yoqtirishmaydi. Bu holatni odamlarni psixikasidan tashqari sof iqtisodiy sabab, me'yoriy naflilikni pasayib borishi qonunini amal qilishi bilan tushuntirish mumkin. Uni quyidagi 1-rasm yordamida ko'rib chiqamiz.

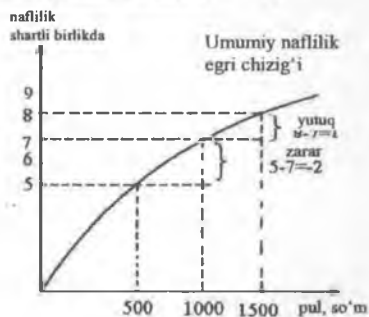
Aytaylik, 1000 so'm pulingiz bor. Uni 500 so'mini yutuqli o'yin o'ynashga sarflashingiz mumkin. Yutuq sarflagan pulingizga 2 baravar bo'lsin. U holda

<sup>1</sup> Bernulli D. Opit novoy teorii izmereniya jrebiy. V knige «Teoriya potrebitelskogo povedeniya i sprosa». Sankt-Peterburg, 1993, str. 23.

yutsangiz 1000 so'm olasiz. Pulingiz 1500 so'm bo'ladi. Agar yutqazsangiz pulingiz 500 so'm qoladi. U holda matematik kutish pul ifodasida:

$$-500 \times 0,5 + 500 \times 0,5 = 0$$

Me'yoriy nafilik esa pasayib boradi (7bob, §2 rasm 1). Shuning uchun kutilayotgan nafilik manfiy qiymatga ega bo'ladi.

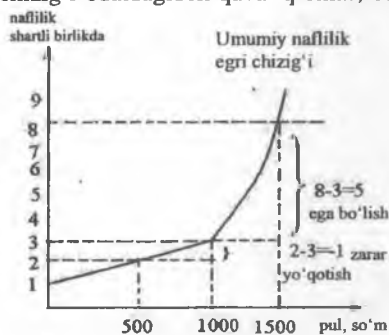


Umumiy nafilik egri chizig'i

Tavakkalchilikdan, riskdan qochish kutsin bilan uning kutilayotgan nafiligi o'rtasida farq bor. Oddiy til bilan aytganda qo'lingizdagi pulni sarflab, qo'shimcha pul yutish sizga quvonch bag'ishlaydi, lekin borini yo'qotish, qo'ldagi puldan ayrilish siz uchun og'ir, sezilarli bo'ladi. Iqtisodiy nazariyada bu fenomen egalik qilish effekti deb ataladi. Egalik qilish effekti odamlarning o'zlarida borini ularga tegishli bo'lmagan narsaga nisbatan yuqori baholashlari, afzal ko'rishlarini ifodalaydi. «Osmondagi turnadan qo'ldagi chittak yaxshi» naqli aynan ana shu effektini ifodalaydi.

Sankt-Peterburg paradoksiga qaytsak, odamlar yutuqli o'yindan, misolimizda tanga tashlashdan matematik jihatdan kutilayotgan natijasi cheksiz katta son bo'lishiga qaramay voz kechishlariga sabab kutilayotgan nafilikni pasayib borishi bo'ladi.

Albatta riskni yoqtiradigan odamlar ham bor. Kimki riskdan qo'rqsak, g'oliblik nashidasini surmaydi Tadbirkorlik bilan shug'ullanish o'zi ozmi-ko'pmi tavakkalchilik xatari bilan bog'liq. Bunday kishilar uchun umumiy nafilik egri chizig'i odatdagidek qavariq emas, balki unga teskari, botiq shaklda bo'lar ekan.



Umumiy nafilik egri chizig'i

Tavakkalchilik, riskka moyillik

Umumiy nafilik egri chizig'i. Risk qilishdan qochish. Rasm-1

Rasm asosida xulosa chiqaradigan bo'lsak, shartli birlikda o'lchangan nafilik bo'yicha siz uchun yutqazib qo'ygandagi zarar, yutganingizda olgan pulingizdagi nafilikdan ko'p bo'ladi. Bunda me'yoriy miqdor kategoriyasidagi natija puldagi miqdor o'lchovidan boshqacha bo'ladi. Siz tavakkalchilikdan voz kechasiz. Ana shuning uchun ham yutuqni qadr-qimmatini o'lchaganda yuz berish mumkin bo'lgan natijani matematik

Bunday odamlar uchun o'yindagi yutuqning nafiligi qo'ldagi yutqazgan pulining nafiligiga qaraganda yuqori baholanadi. Umumiy nafilik egri chizig'i. Risk qilishga moyillik.

Bunda ham hodisaning matematik kutilishi pul ifodasida yuqoridagiga o'xshash -  $500 \times 0,5 + 500 \times 0,5 = 0$  bo'ladi.

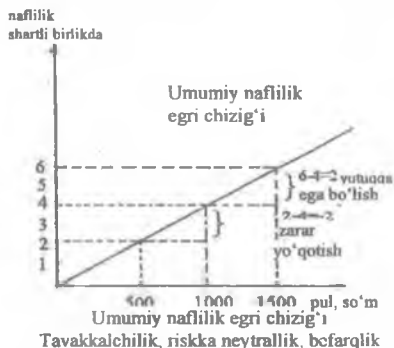
Lekin endi me'yoriy nafilik o'sib boradi. Shuning uchun shartli birlikda

kutilayotgan nafilik musbat qimmatga ega bo'ladi.

$$-1 \times 0,5 + 5 \times 0,5 = 2$$

Risk qilishga moyil kishilar yutqazganda xafa bo'lishganiga qaraganda yutishganda ko'proq xursand bo'lishadi. Yo'qotganda qayg'urgandan, topganda ko'proq quvonishadi.

Va, oxir-oqibat riskka neytral tarzda yondashuvchilar uchun umumiy nafilik egri chizig'i, to'g'ri chiziq shaklida namoyon bo'lar ekan.



Umumiy nafilik egri chizig'i, riskka neytrallik, befarqlik.

Matematik kutilish tabiiy o'zgarmaydi.  $U -500 \times 0,5 + 500 \times 0,5 = 0$ ; Lekin riskka befarq kishilar uchun me'yoriy nafilik ham o'zgarmaydi. Shuning uchun kutilayotgan nafilik ham shartli birlikda nolga teng bo'ladi.  $-2 \times 0,5 + 2 \times 0,5 = 0$ ;

Shunday qilib, riskka befarq kishilar yutishsa qanchalik xursand bo'lishsa, yutqazishganda shunchalik xafa bo'lishadi.

#### Kutilayotgan nafilik nazariyasi

nuqtai nazaridan hamma ko'rib chiqilgan variantlarda tanlov ratsional hisoblanadi. Lekin keyinchalik ma'lum bo'ldiki, ko'rib chiqqan holatlarimizga **to'g'ri kelmaydigan holatlar** ham mavjud ekan. Ulardan biri "**sanoq nuqtasi effekti**" bilan bog'liq. Uni quyidagi misol bilan tushuntirish mumkin: Erkinjon 20000 so'mga jinsi shim olmoqchi. Uyining yonidagi magazinda 20000 so'mga turibdi. Bozordan esa shu shimni 15 mingga sotib olish mumkin. U 20 ming so'mga magazindan, yoki 15 ming so'mga bozordan tanlab olish mumkin. Unda tanlov imkoniyati bor. Lekin unga har qalay magazindan olgandan ko'ra qo'shimcha 2 soat vaqt sarflab, bozordan olishi uchun rag'bat bor, chunki u 5 ming so'm iqtisod qiladi. U charm kurtka olmoqchi deylik. Bunday kurtkani bozorda 250 ming so'mga beradi, shu magazinda esa 255 ming so'mga turibdi.

Har ikki variantda ham u 5 ming so'm foyda ko'rishi mumkin. Lekin ikkinchi holda bozorga borish uchun unda rag'bat ancha past bo'ladi. Nimaga shunday? Hamma gap shundaki, har ikki holda ham beixtiyor ravishda sanoq nuqtasini iqtisod qilingan foizdan, ya'ni iqtisod qilingan pulni tovarning narxiga nisbatan hisoblashdan boshlaymiz. Birinchisi  $5:20 = 0,25$  yoki 25%, ikkinchisida  $5:255 = 0,019$  yoki 1,9%

**Odami o'zini tanlovi bilan kutilayotgan nafilik kontsepsiyasini inkor qilishi mumkin.** Bu ob'ektiv va sub'ektiv ehtimollikning nomuntazam bog'lanishi tufayli yuz beradi.

Voqeani yuz berishiga hohishni o'sishi bilan sub'ektiv ehtimollikni o'sishi tendentsiyasi amal qiladi. Natijada kishilar hohish-istaklarini voqelik, haqiqat tarzida ko'rsatishga intilishadi.

Tavakkalchilik faoliyatiga mengzasak, odamlar yuz berishi mumkin bo'lgan hodisani o'ziga jalb qilishiga qarab risk qilishga moyilligi ortib boradi.

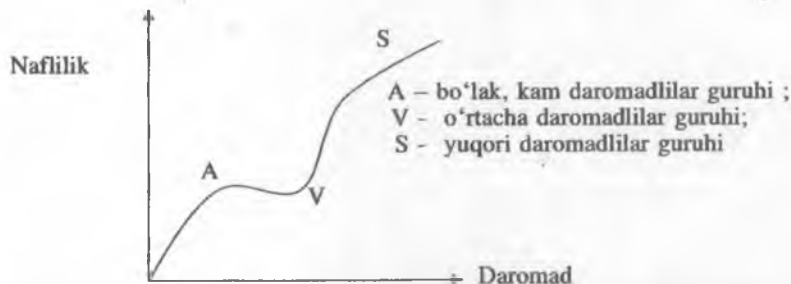
Ko'pchilik kishilarni iloji boricha **riskdan kochishini** ham kutilayotgan nafilik nazariyasiga istisno tariqasida qarash mumkin. Bunda **muqarrarlik**



effekti amal qiladi. U odamlarni yuz berishi muqarrar natijani, hodisani noaniqlikka qaraganda juda yuqori baholashlarida ifodalanadi.

Iqtisodchilar tomonidan o'tkazilgan eksperimentlar shuni ko'rsatadiki, odamlar yutuqni 100%li ehtimolini unga nisbatan pastroq 97,98 foizli yutuq ehtimoliga qaraganda juda yuqori, ya'ni nomutanosib holda baholashar ekan. Bundan odamlar ehtimollikni nafaqat miqdor, balki sifat jihatidan ham baholashar ekan. Ularning riskka moyilligi kutilayotgan nafillik nazariyasi asosida taxmin qilingan darajadan ham past ekan.

M. Fridmen va L. Sevij o'zlarining "Riskka mo'ljallangan muqobil tanlovda nafillik tahlili" maqolasida odamlarni risk qilishga moyilligini yoki uni yoqtirmasligini ularning daromadlari darajasi bilan baholashadi va uni grafikda kuyidagicha ifodalashadi.



4-rasm. Umumiy nafillik: daromadga ko'ra risk qilishga munosabatni o'zgarishi

Ularning fikricha A va S guruhlarini risk qilishni yoqtirishmaydi. V guruh esa risk qilishga moyil. Ular daromad, boylikka hali o'rganib ulgurishmagan. Avval A guruhida edi, lekin ularda S guruhga o'tish imkoniyati bor. Ular uncha ko'p emas. O'zlarining riskka moyilligi sababli A yoki S guruhdagilar qatoriga tezda o'tib ketishadi. Bunda tanlov ratsionalligi riskka nisbatan mavjud daromad, boylik, farovonlikka bog'liq.

Kutilayotgan nafillik kontsepsiyasiga qarama-qarshi boshqa dalillar ham bor. Lekin bu kontsepsiya axborot etishmovchiligi, to'liq axborot olib bo'lmaydigan sharoitda ratsional tanlovni baholashda asosiy kontsepsiya bo'lib qoladi.

Shunday qilib, aksari odamlar riskni yoqtirishmaydi uni iloji boricha kamaytirishga harakat qilishadi.

Riskni kamaytirishni bir necha yo'llari bor. U sug'urtalash bo'lib, uning bir necha usullari bor. Sug'urta katta talofotlarni kichik yo'qotishlar bilan almashtirish imkoniyati beradi. U kuyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi.

1. Tavakkalchilik xatarini birlashtirish, umumlashtirish. Bu tavakkalchilik xatarini pasaytirish usuli bo'lib, u qatnashchilar o'rtasida taqsimlanadi. Har bir qatnashchiga to'g'ri keladigan zarar uncha katta bo'lmaydi. Turli jamoa, o'zaro yordam fondlari shu metodga asoslanadi. Sug'urta kompaniyalari ham aynan ana shu metoddan foydalanadi.

2. Tavakkalchilik xatarini taqsimlash. Bu sug'urta usuli bo'lib, katta talofot, zarar ehtimolini qoplash majburiyatini kompaniya o'z zimmasiga

ololmagan sharoitda qo'llaniladi. Masalan, korxonada o'z faoliyatini yong'indan sug'urta qildirmoqchi. Korxonada katta, bordiyu yong'in bo'lsa, yo'qotishlar katta bo'lishi mumkin. Uni ustiga bunday korxonalar juda kam: bitta, yoki ikkita.

Shuning uchun avvalgi tavakkalchilik xatarini birlashtirish metodidan foydalanib bo'lmaydi. Bunda ular yirik sug'urta assotsiatsiyalariga murojaat qiladilar. Natijada tavakkal qilib ko'rilishi mumkin bo'lgan zarar assotsiatsiya a'zolari o'rtasida taqsimlanadi.

3. Diversifikatsiya usuli. Bu usul iqtisodiy sub'ektlarni o'z moliyaviy mablag'larini turli sohalarga qo'yishi orqali bir sohadagi zararlarini ikkinchi sohadagi foydalari bilan qoplashlarini ko'zda tutadi. Masalan, turli kompaniyalarning aksiyalarini sotib olish.

Sug'urtalashning umumiy printsipti shuki, siz ma'lum bir miqdorda joriy iste'moldan voz kechib, kelgusida yuz berishi ehtimoli bo'lgan katta yo'qotishlardan o'zingizni mumkin qadar himoyalaysiz. Yana shuni ham eslatib o'tish kerakki, ayrim faoliyat turlari xavf-xatarga sug'urta qilinmaydi. Yadro urushi, ekologik katastrofalardan hech kim sug'urta qilmaydi. Lekin sug'urtalanmaydigan risklar ham bor. Bu tadbirkorlik faoliyati, uni bir butun holda sug'urtalab bo'lmaydi.

Tadbirkor asosiy o'z g'oyasini amalga oshirish jarayonida, o'z faoliyatining ayrim tomonlarini sug'urtalaydi xolos. Masalan, duradgorlik bilan shug'ullansa yong'indan, ishchilarni esa ishlab chiqarishda yuz berishi mumkin bo'lgan falokatdan sug'urta qildiradi va hokazo. Lekin ma'lum bir tarmoqda korxonada barpo etish g'oyasi, maqsadi va uni amalga oshirish baribir tavakkalchilik xatari bilan bog'liqligicha qoladi. Shunday qilib, riskka asoslangan tadbirkorlik bilan hamma ham shugullanavermaydi.

#### 4- §. O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash

Iqtisodiyotda tadbirkorlikning naqadar muhim o'rin tutishini hayot tasdiqladi. Chunki, bozorning mo'l-ko'lligi ko'p jihatdan tadbirkorlikka bog'liq. Ayniqsa, xalq iste'mollari tovarlari ishlab chiqarish, turli-tuman xizmatlar ko'rsatish borasida tadbirkorlikning ahamiyati beqiyos. Bunda kichik biznes alohida o'rin egallaydi. U o'zining yuqorida ko'rsatib o'tgan qator afzalliklari tufayli zarur bo'lgan mahsulot bozorni to'ldirishga, kutilganidek xizmat ko'rsatishga qodir. Shuning uchun ham respublikamizda tadbirkorlikni, ayniqsa kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga doimiy ahamiyat berilib, diqqat-e'tibor qaratilmoqda. Eng avvalo, Respublikamizda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun huquqiy baza yaratishga ahamiyat berilib, tadbirkorlik to'g'risida qonun qabul qilindi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1994 yil 21 yanvardagi «Iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, xususiy mulk muhofazasini ta'minlash va tadbirkorlikni rivojlantirish tadbirlari to'g'risida»gi farmoni bilan xususiy mulkchilik asosidagi tadbirkorlikning yuzaga kelishi iqtisodiy islohotlarning shu bosqichdagi eng asosiy vazifalaridan biri sifatida qayd etildi. Tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida har bir viloyat, mintaqada dasturlar ishlab chiqildi va uni amalga oshira boshlandi. Tadbirkorlikni rivojlantirishning eng kuchli iqtisodiy omillaridan biri imtiyozli soliq solishdir.

Qishloq xo'jalik, savdo, umumiy ovqatlanish va aholiga maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarini qo'shilgan qiymat uchun soliq to'lashdan ozod qilinganlar. Xalq iste'mol buyumlari, qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi xususiy korxonalar ikki yil mobaynida daromad solig'idan ozod qilinadilar, keyingi ikki yil ichida esa kamaytirilgan stavkalarda soliq to'lashadi. Bulardan tashqari, xususiy korxonalar ishlab chiqarishni rivojlantirish, ijtimoiy ehtiyojlar uchun yo'naltirilgan mablag'lardan olinadigan soliqlarda ham imtiyoz berilgan.

Ish boshlagan dastlabki ikki yil ichida xususiy korxonalar mulkka solinadigan soliqdan, 1995 yildan boshlab esa barcha korxonalar 20% lik amortizatsiya ajratmalari to'lashdan ozod qilinadi. Respublikamizda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda «Xususiy tadbirkorlikni tashabbuslantirish va rag'batlantirish to'g'risida»gi qonun katta ahamiyatga ega. Mamlakatimizda xorijiy investitsiya-larni jalb etish asosida iqtisodiyotni rivojlantirishga ham katta ahamiyat berilyapti. Qabul qilingan qonunlarda xorijiy investorlar uchun ko'pgina kafolatlar, jumladan, siyosiy xatardan sug'urtalash kafolati ham ta'minlangan. «Chet el investitsiyalari va xorijiy investorlar faoliyatining kafolatlari to'g'risida»gi qonun O'zbekistonda ish olib borishni istovchi barcha ishbilarmonlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratadi.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda moliyaviy ko'mak alohida o'rin tutadi. Shu maqsadda tashkil etilgan kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga ko'maklashish jamg'armasi «BIZNES FOND» eng muhim moliyaviy vosita hisoblanadi. Bu fond mablag'lari byudjetdan ajratilgan, davlat va munitsipal mol-mulklarni xususiylashtirishdan topilgan daromadlar va huquqiy, jismoniy shaxslarning ixtiyoriy bergan mablag'laridan va boshqalardan tashkil topgan. Fond ana shu mablag'lardan kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish uchun qaratilgan dasturlar, loyihalarni va tadbirlarni moliyalashtiradi, imtiyozli kredit olishga yordamlashadi.

«BIZNES FOND» i bilan «MADAD» sug'urta agentligi bevosita hamkorlikda ish olib boradi. Davlat bu sug'urta tashkilotining hammuassisi bo'lib, kichik va o'rta korxonalar faoliyatini kreditlash bilan bog'liq kattagina xatarning moliyaviy ta'minotini o'z zimmasiga oladi.

Vazirlar Mahkamasi tomonidan «O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturi» (28 avgust 1995 yil) qabul qilinishi O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirishga alohida diqqat-e'tibor qaratilayotganining ifodasidir. Bu dasturda ko'zlangan maqsadlarni amalga oshirilishi respublikamizda kichik biznesni va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish asosida bozor munosabatlarini shakllantirish, ish bilan bandlik, xalq iste'moli mollari ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish borasidagi qator muammolarni bartaraf etishga yordam beradi. Kichik va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tadbirlari quyidagi shakllarda amalga oshiriladi: qonuniy-huquqiy hujjatlar ishlab chiqish, qabul qilish, ya'ni huquqiy ta'minot, moddiy-texnikaviy sharoit yaratish, moliyaviy-kredit, sug'urta ta'minoti, kadrlar tayyorlash, malaka oshirish, tashqi iqtisodiy faoliyatni qo'llab-quvvatlash, axborot-maslahat ta'minoti va boshqalar.

«Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi qonun, Prezident farmonlari va hukumat qarorlarining qabul qilinishi kichik va o'rta biznes, fermer va dehqon xo'jaliklari faoliyatining huquqiy asosini mustahkamladi. Tadbirkorlikni rag'batlantiradigan va uni kafolatlaydigan kuchli

tizim yaratildi. Hisobot berish tartibi soddalashtirildi. Kichik, o'rtta biznes, tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi shaxslar uchun soliq tizimiga sezilarli darajada engillik kiritildi. Kredit berish tizimi yaxshilandi. Tadbirkorlar ehtiyoji uchun zarur bo'lgan o'z pul mablag'larini tijorat banklaridan naqd pul holda olish imkoniyati yaratildi. Buning natijasi o'laroq mamlakatimizda kichik va o'rtta biznesning barqaror rivojlanayotganini quyidagi ma'lumotlar ham tasdiqlaydi.

#### Kichik va o'rtta biznes rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	2000	2001	2002	2003
YalM dagi KO'B ulushi	%	31,0	33,8	34,6	35,5
Kichik va o'rtta korxonalar	%	13,1	14,8	15,7	16,4
KO'Bda band bo'lganlar soni*	Ming kishi		800,0	900,3	1045,1

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi.

\*) Yakkartaftidagi tadbirkorlik sub'ektlaridan tashqari

YalMda KO'Blarning ulushini to'rt yil davomida 31,0 %dan 35,5% ga ko'tarilishi, unda band bo'lganlarning sonini ortishi albatta ijobiy hol.

#### Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarishda KO'B sub'ektlarining salmog'i (%)

Iqtisodiyot tarmoqlari	2000	2001	2002	2003
Sanoat	11,3	14,1	14,1	16,6
Qishloq xo'jaligi	72,4	75,6	76,4	76,8
Chakana tovar ayirboshlash	45,0	45,8	43,8	45,5
Pullik xizmatlar	37,9	39,9	41,3	45,7

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

Sanoat, chakana tovar ayirboshlash, pullik xizmatlar ko'rsatishda KO'Blarning ulushini barqaror o'sib borishi respublikamizda davlatning tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlashi natijasidir.

Mamlakat iqtisodiyotida xususiy sektor salmog'ini oshirish, aholini ishlab chiqarish sohasida bandligini ta'minlash va kichik tadbirkorlikni intensiv rivojlantirib borish maqsadidagi 2003 yil 30 avgustda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 9 aprel 1998 yil qabul qilgan «Kichik va o'rtta biznes, xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada kuchaytirish bo'yicha chora-tadbirlar haqidagi» qaroriga o'zgarishlar va qo'shimchalar kiritish to'g'risidagi» Farmoni qabul qilinishi KO'Bni rivojlanishiga yana bir ijobiy turki bo'ldi. Mamlakatimizda jamiyat tayanadigan o'rtta mulkdorlar sinfi vakillarini yanada ko'payishiga olib keldi. Yuqorida jadval ma'lumotlari ham bu fikrni tasdiqlaydi. «Kichik biznesni rivojlantirish, rag'batlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar, ularni ro'yxatga olish tartibini sezilarli darajada soddalashtirish, eng muhimi tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish bo'yicha samarali mexanizmining amalda joriy etilgani iqtisodiyotimizda katta ahamiyatga ega bo'lgan xususiy tarmoqni yanada rivojlantirish va mustahkamlash imkonini berdi»<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Karimov I. A. Islohotlar strategiyasi-mamlakatimiz iqtisodiy salohiyatini yuksaltirishdir. 2002 yilda mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish yakunlari va 2003 yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning

Albatta tadbirkorlikni rivojlantirishda respublikamizda muammolar, kamchiliklar mavjud. Lekin eng asosiysi, diqqat ularni bartaraf qilish yo'llarini topish, tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilganidir.

## 5- §. Tadbirkorlik kapitali va uning aylanishi

**Kapital harakati** Ma'lumki, tadbirkorlik faoliyati kapital sarfini talab qiladi. Kapital lotincha so'z bo'lib, katta mablag', ko'p pul, boylik degan ma'noni anglatadi. Bu so'z iqtisodiy tizimda uning o'zi yaratgan ishlab chiqarish omilini ifodalash uchun ishlatiladi. Kapitalni ishlab chiqarish omili sifatida iqtisodchilar ishlab chiqarish vositalari deb qarashadi. Bunday yondashuv klassik siyosiy iqtisoddan boshlanadi. A. Smit kapitalni jamg'arilgan mehnat mahsuli, D. Rikardo ishlab chiqarish vositalari deb hisoblashgan.

Hozirgi paytda jahon miqyosida iqtisodiy fanlarda kapitalni talqin etishda yagona fikr yo'q. I. Fisher kapitalni natural va qiymat shaklidan qat'i nazar boylik zaxirasidan iborat, u o'z egasiga xizmat ko'rsatib daromad olib keladi, degan.

Taniqli iqtisodchilardan J. Xiks, A. Marshall, E. Bembaverk fikrlarni davom ettirib, ishlab chiqarish uchun ajratilgan tovarlar yig'indisini kapital deb atashgan.

J. Robinson kapital, hali investitsiyaga aylanmagan ma'lum miqdordagi pul, degan fikrni bildirgan. P. Keyne fikriga ko'ra kapital bu — kelajakda ne'matlar ishlab chiqarish uchun foydalansa bo'ladigan ishlab chiqarish vositalaridan iborat.

Nisbatan tor buxgalteriya hisobi bo'yicha yondashilsa firmaning barcha aktivlari (mablag'lari) kapital deb yuritiladi.

Kapital tushunchasini qanday talqin qilinishidan qat'i nazar, hamma qarashlarda umumiy bo'lgan bir narsani ilg'ash mumkin. Bu daromad keltirishdir. Shunday qilib daromad topish maqsadida ishlab chiqarish resurslari va ularga sarflangan pul kapital bo'ladi.

Biznes bilan shug'ullanishdan maqsad ham daromad topish. Biznesning mohiyatini quyidagi formulada ifodalash mumkin:

$$P-T-P^1.$$

P — iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish uchun dastlab sarflangan pul mablag'lari.

T — sotib olingan tovar (ishlab chiqarish resurslari).

$P^1$  — tovarni sotilgandan so'ng olingan, ya'ni avanslangan pulni ko'payib qaytishi,  $P^1=P+\Delta n$ ;  $\Delta n$  — avanslangan pulning ko'paygan qismi, ya'ni foyda.

Biznes formulasi tadbirkorning faoliyatini ko'rsatib turibdi.

Biznes qanday shaklda bo'lmasin daromad olish umumiy tarzda ana shunday amalga oshadi. Tadbirkor o'z pulini sarflab ishlab chiqarish resurslari sotib oladi. Agarda yakka tartibda ishlovchi yoki oilaviy tadbirkorlik bo'lsa, faqat ishlab chiqarish vositalari sotib oladi. Ishlab chiqarish jarayonida yangi tovarlar

yaratilib, bozorga chiqariladi. Ularni sotib avanslangan pulini foydasi bilan qaytarib oladi. Ishlab chiqarish biznesi formulasi umumiy biznes formulasidan farq qiladi. U quyidagicha:

P - T                    mehnat omili (ishchi kuchi)  
                          ... U ... T<sup>I</sup> — P<sup>I</sup>  
                          real kapital (ishlab chiqarish  
                          vositalari)

U — yangi tovarlar ishlab chiqarish jarayoni

T<sup>I</sup> — ishlab chiqarilgan yangi tovar

... belgisi muomala to'xtab ishlab chiqarish  
boshlanganini resurslar ishlab chiqarish omili

(unumli kapital)ga aylanganini ko'rsatadi.

Yangidan yaratilgan tovar qiymati avvalgisidan ko'p. Uni bozorda sotib olingan pul P<sup>I</sup>, avvalgi avanslangan puldan ko'p, ya'ni tadbirkor olishi mumkin bo'lgan foyda miqdorida pul ko'p bo'ladi. Ishlab chiqarish jarayonida talab taklif nisbatiga qarab, sof yoki qo'shimcha foyda olishi yoki aksincha bo'lishi mumkin (XII bob).

Ishlab chiqarishni amalga oshishi uchun iqtisodiy shart-sharoit bo'lishi kerak. Har qanday tovar ishlab chiqaruvchi firma uchun ishlab chiqarish omillari zarur. Tovar ishlab chiqarish uchun eng avvalo, tabiiy resurslar zarur (minerallar, o'rmon va boshqa tabiiy boyliklar, ularni qisqacha yer deb ataladi). Boshqa birovni yeridan foydalanilganlik uchun haq to'lanadi. Bu haq renta bo'lib, u yer egasining daromadini tashkil etadi.

Kishilarning iste'molini qondiradigan tovarlar ishlab chiqarish uchun insonlarning mehnati talab etiladi.

Tadbirkor tomonidan yollangan ishlovchilar mehnat shartnomasi asosida o'z mehnati uchun ish haqi oladilar. Biznes uchun kapital — pul talab etiladiki, u mashina, xom ashyo va hokazolar sotib olish uchun ishlatiladi. Agar tadbirkorning o'zidagi mablag'i etmasa, qarz olib ishlatadi. Ana shu qarz olib foydalangan pulga ham haq to'lash zarur. Bu haq protsent bo'lib, uni qarzga pul bergan oladi.

Oxir-oqibat ma'lum xatar asosida o'z maqsadini, yangi g'oyasini amalga oshiruvchi hamma omillarni to'plab ishga soladigan tadbirkorning harakati kerak. Agar uning harakati muvaffaqiyatli yakunlansa, unga mukofot foydaning bir qismi tegadi (yo'qsa zarar ko'rishi mumkin).

Tadbirkor kapitalini uzluksiz tarzda ishga solishga harakat qiladi. Kapital harakati dastlab pulga zarur resurslar sotib olishdan boshlanadi, ikkinchi bosqichda, resurslarni unumli iste'mol qilinadi, ya'ni tovar yaratiladi. Bu tovarning yangi qiymati eski qiymat hamda qo'shilgan qiymatdan iborat bo'ladi.

Uchinchi bosqich, oxirgi bosqichda, bu ishlab chiqarilgan yangi tovar realizatsiya qilinadi. Tovar pulga aylanadi.

Shunday qilib, bu harakat bozor bilan boshlanib, bozor bilan tugallanadi.

Kapital o'z harakatini qaysi shaklda boshlagan bo'lsa, yana qaytib shu shaklga kelishi kapitalning doiraviy aylanishi bo'ladi. Doiraviy aylanishda kapitalning harakati uch bosqichdan iborat: birinchi bosqich muomala, ikkinchi

bosqich ishlab chiqarish, uchinchi bosqich yana muomaladan iborat. Boshqacha aytganda bozor, ishlab chiqarish, bozor tarzida yuz beradi.

Kapital o'z doiraviy harakati jarayonida uch shakl: pul, unumli kapital, tovar shaklini oladi.

Firmaning kapitali doimo ma'lum nisbatda, har uchala shakl-da mavjud bo'ladi.

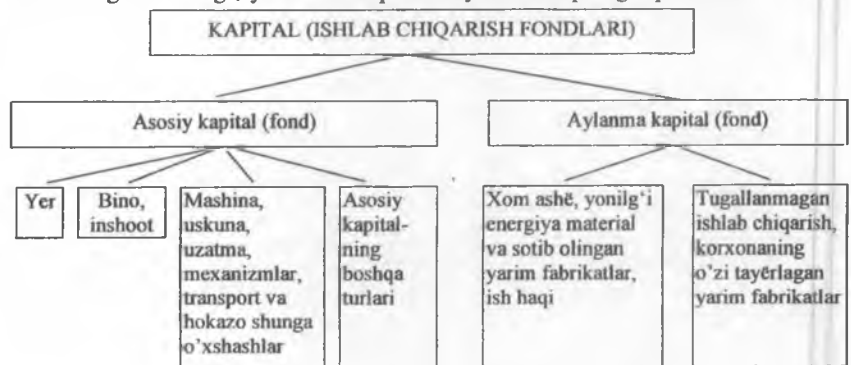
Kapitalning harakati bir doiraviy aylanish bilan to'xtab qolmaydi. U qayta-qayta takrorlanadi (firma miqyosida u bankrot bo'lgandagina to'xtatish mumkin). Aynan shu kapitalning doiraviy aylanishini to'xtovsiz davom etishi kapitalning aylanishi deb ataladi.

Ana shu harakat ma'lum bir vaqtda yuz beradi, u ishlab chiqarish va muomala vaqtdan iborat bo'ladi. Ishlab chiqarish vaqti o'z ichiga ish davri, ishlab chiqarish resurslarini zahirada turgan vaqti va tanaffuslarni oladi.

Ishlab chiqarish vaqti tarkibining nisbati turli tarmoqlarda turlicha bo'lib, ular ob'ektiv zaruriyat tufayli tarkib topadi. Ayrim tarmoqlarda kimyo sanoati, qishloq xo'jaligi, o'rmonchilikda tabiiy tanaffuslar muhim rol o'ynab, uzoq muddatni o'z ichiga oladi.

Muomala vaqti esa ishlab chiqarilgan tovarlarni realizatsiya qilinadigan joyga olib borish vaqti, tovarlarni sotguncha zahirada turgan vaqti va realizatsiya qilish vaqtdan iborat. Bu vaqtlarni ajratib ko'rsatishdan maqsad kapital harakatini tezlashtirish uchun tadbirkor qanday chora-chora tadbirlar ishlab chiqishi zarurligini aniqlashdir.

**Asosiy va aylanma kapital** A. Smit va J. S. Mill, S. Marshall va boshqa iqtisodchilar kapitalning bino, inshoot, stanok, asbob-uskunalar sifatida moddiylashgan, bir necha ishlab chiqarish tsiklida qatnashadigan va bir necha yil xizmat qiladigan qismini alohida ajratib ko'rsatishgan. Kapitalni ana shu qismini **asosiy kapital** deb ataladi. Kapitalning bunday bo'linishining moddiy asosi mehnat vositalari bilan mehnat ashyolari o'rtasidagi farqdir. Ishlab chiqarish vositalarining bir qismi, ya'ni asosiy kapital ishlab chiqarish jarayonida qatnashib, xossasini o'zgartirmaydi. Kapitalning ikkinchi qismi xom ashyo, material, energiya resurslari va boshqa shunga o'xshashlar, bir ishlab chiqarish tsiklida qatnashib to'la sarflanadi hamda o'z xossasini o'zgartirib, yangi tovarda mujassamlashadi. Uni **aylanma kapital** deb ataladi. Ish kuchiga sarflanadigan mablag', ya'ni ish haqi ham aylanma kapitalga qo'shiladi.



Aylanma kapitalga sarflangan pul, mahsulotni realizatsiya qilingach, tadbirkor qo'liga to'la qaytib keladi. Asosiy kapitalga sarflangan xarajat esa tez qoplanmaydi. Bizni hisobotimizda, odatda kapital o'rniga fondlar iborasi qo'llaniladi. Fondlar mazmuni jihatidan farq qilib:

1. Aniq maqsadga mo'ljallangan, qaratilgan bo'ladi. Uni boshqa maqsadlarda ishlatish mumkin emas.

2. Miqdori jihatdan cheklangan fondlarga mablag' to'plash va ishlatish hajmi belgilangan normativlardan oshmasligi kerak.

Firma, korxonalar fondlari harakati belgilangan normativlar bo'yicha nazorat qilinadi.

Asosiy kapital ikkiga bo'linadi. Bir qismi aktiv kapital bo'lib, unga mashina, stanok, asbob-uskuna kabi ishlab chiqarish jarayonida faol qatnashadigan mehnat vositalari kiradi.

Ikkinchi qismi passiv kapital bo'lib, unga bino, inshoot, yo'llar, ko'priklar va shunga o'xshashlar kirib, ular xizmat bo'yicha ancha uzoq hamda ishlab chiqarishda passiv tarzda qatnashadi. Ular iqtisodiy faoliyat uchun sharoit yaratadi. Odatda, aylanma kapital bir yil davomida bir necha marta aylanadi. Asosiy kapital esa aksincha, bir necha yil davomida bir marta aylanadi. Ishlab chiqarish jarayonida asosiy kapital eskiradi. O'zining texnik xarakteristikasini asta-sekinlik bilan yo'qotib boradi. Mashina, asbob-uskuna va boshqalar eyiladi, eskiradi, arzonlashadi. Asosiy kapitalning mahsulotga ko'chgan qiymati kelajakda uni yangilash maqsadida jang'ariladi. Ana shu jang'arma, amortizatsiya fondini tashkil etadi.

Amortizatsiya fondi mablag'larini ma'lum bir qismi eskirgan fondlarni qisman iste'mol xossasini tiklash, ya'ni ularni kapital (remont) ta'mirlash uchun ishlatiladi. Bunda uning yo'qotgan qiymatini tiklash amalga oshadi. Asosiy kapitalni ishlatish muddati tugagach, hisobdan chiqariladi. Jang'arilgan amortizatsiya fondi yangi vositalarni sotib olish imkonini beradi. Asosiy kapitalni jismoniy eskirishi ikki xil bo'ladi:

1. Tabiat ta'sirida eskirish.

2. Ishlatilib eskirish, unda insonning yoshi o'tgan sari o'z jismoniy baquvvatligini yo'qotib borgani kabi asosiy kapital ham o'z iqtisodiy qiymatini yo'qotib boradi.

Asosiy kapital (fondlar) faqat jismoniy emas, ma'naviy ham eskiradi. Ma'naviy eskirish ham ikki xil bo'ladi.

1. Ishlab chiqarishni samaradorligi oshishi natijasida u yoki bu turdagi mehnat vositalarining ishlab chiqarish xarajatlari kamayadi, natijada asosiy kapital (fondlar) arzonlashadi. Mashina, stanok, uskuna va hokazolarni narxi avvalgi xuddi shundaylaridan arzon bo'ladi.

2. Yangi, sifati jihatidan takomillashgan, ilgarigiga nisbatan samarali mehnat vositalari yaratilishi bilan bog'liq. Ulardan foydalanish natijasida ishlab chiqarilayotgan mahsulot arzonlashadi hamda ko'plab ishlab chiqarish imkoniyati yaratiladi.

Ishlatiladigan asosiy kapital jismoniy eskirmagan bo'lsa-da, ko'pincha jamiyat, sotsial nuqtai nazardan ular iste'mol qiymatini yo'qotadi. Bu — dunyodagi hamma narsani to'lovi bo'lganidek fan-texnika taraqqiyoti uchun to'lovdir. Ma'naviy eskirishning oqibati qarama-qarshi: bir tomondan jamiyat iqtisodiy jihatdan yutqazadi, ikkinchi tomondan yutadi. Sababi eskirgan



vositalar qiymatini yangilarini ishlatilishidan olingan foyda bilan tezda qoplanadi. Amaliyotda asosiy kapitalning narxi asossiz ravishda qimmat belgilansa, ma'naviy eskirish emas, balki aksincha, texnikani qimmatlashuvi tarzida namoyon bo'ladi. Bu, albatta, asosiy kapital (fondlar)ni yangilashga to'siq bo'ladi. Fan-texnika taraqqiyotiga g'ov bo'ladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu muammoni echishda talab va taklif asosiy rol o'ynaydi.

Asosiy kapitalni qiymatining ishlab chiqarilgan tovarga qo'shish amortizatsiya normasi orqali amalga oshadi. Amortizatsiya normasi asosiy kapitalning qiymati va uni xizmat qilish muddati bilan bog'liq. Amortizatsiya normasi qancha yuqori bo'lsa, asosiy kapital (fondlar) o'z qiymatini shunchalik tez muddatda ishlab chiqarilayotgan mahsulotga o'tkazib bo'ladi. Aksi bo'lsa, uzoq muddat o'tkazadi. Amortizatsiya lotincha — *so'ndirish* so'zidan olingan bo'lib, asosiy kapital qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga astalik bilan xizmat muddati davomida ko'chirishdir. Amortizatsiya fondi asosiy kapital (fondlar)ni to'la tiklash uchun amortizatsiya normasiga ko'ra belgilanadi. U asosiy kapitalning xizmat muddatiga nisbatan foizda ifodalanadi.

Amortizatsiya normasi=100%/xizmat muddati

Masalan, ko'p qavatli temir-beton uylarning xizmat muddati 100 yil. U holda amortizatsiya normasi  $100:100=1\%$  ga teng. Yoki traktorning xizmat muddati 16 yil. Amortizatsiya normasi  $100:16=6,25\%$ . Ya'ni har yili traktor bahosining  $6,25\%$ i ishlab chiqarilgan mahsulotga ko'chadi. Agar traktorimiz 3 mln so'm turadi desak, har yili 187500 so'mlik eskirar ekan, shu miqdordagi pulni amortizatsiya fondiga o'tkazamiz.

Amortizatsiya normasi shunday belgilanishi kerakki, u ham jismoniy, ham ma'naviy eskirishni hisobga olgan bo'lishi kerak.

Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda amortizatsiya normasi yuqori belgilangan. Masalan, AQShda qishloq xo'jalikda ishlatiladigan traktorlarning xizmat muddati 10—12 yil, o'arbiy Evropada 15—20 yil qilib belgilangan. Haqiqiy xizmat muddati 15—25 yilni tashkil etadi. Bunga texnikani asrab-avaylab ishlatish orqali erishiladi. Chunki, uning egalari bundan manfaatdor. Bizda ham 1991 yildan boshlab amortizatsiya normasini belgilash tartibi o'zgartirildi.

1. Asosiy kapitalni amortizatsiya normasi o'zgartirildi.

2. Ta'mirlash uchun amortizatsiya to'lovlari bekor qilindi. Endi korxonalar hamma remont turlarini mahsulot tannarxiga o'tkazadigan bo'ldi. Zarur bo'lsa, remont uchun alohida fond tashkil etish mumkin (tuzatish, ta'mirlash fondi).

3. Mashinalar, uskunalar va transport vositalari normativdagi xizmat muddati tugagach, amortizatsiya to'lovlari to'xtatiladi.

4. Korxonalarining asosiy kapitali (fondlar)ni yangilashni tezlashtirish maqsadida aktiv fondlarga tezlashtirilgan amortizatsiya normalari belgilash ruxsat etiladi. Vaholanki, chet mamlakatlarda bu anchadan beri qo'llaniladi, kichik korxonalarga xizmat muddati uch yildan oshadigan kapitalni 20% gacha qiymatini ekspluatatsiya qilishning birinchi yildan ishlab chiqarish xarajatlariga qo'shishga ruxsat berildi. Bularning hammasi asosiy kapitaldan foydalanishni yaxshilashga qaratilgan.

Ishlab chiqarishda asosiy kapitaldan tashqari aylanma kapital ham muhim o'rin tutadi.

Aylanma kapital tarkibiga mehnat ashyolari, zaxiralari, tugallanmagan ishlab chiqarish, jumladan yarimfabrikatlar, ish haqi kiradi.

Bir vaqtning o'zida har bir korxonada muomalada kapital mavjud bo'lib, ular tayyor mahsulot va korxonada pul mablag'larini tashkil etadi.

Aylanma kapital bilan muomaladagi kapital o'rtasida chambarchas aloqa mavjud bo'lib, ular doimo biridan ikkinchisiga aylanib, har bir doiraviy aylanishda to'la yangilanadi. Shuning uchun ular birgalikda oborot mablag'lari deb ataladi.

Asosiy kapital samaradorligi kapital sig'imi, kapital qaytimi kabi ko'rsatkichlar orqali aniqlansa, oborot mablag'laridan foydalanish samaradorligi aylanish tezligi bilan aniqlanadi.

Qancha ishlab chiqarish vaqti va muomala vaqti qisqarsa, kapital shuncha tez aylanadi va ishlab chiqarish samaradorligi oshadi. Aylanish qancha sekinlashsa, aksincha. Shuning uchun aylanish vaqtini bilish muhim ahamiyatga ega. Chunki, shunga qarab, qaysi vaqtni qisqartirish mumkin, uni qanday amalga oshirsa bo'ladi, yo'llari va usullari axtariladi, maqbullari tanlab olib amalga oshiriladi.

Oborot mablag'laridan qanday foydalanilayotganini yil davomida aylanish soni bilan o'lchanadi. Bu ko'rsatkich yil davomida realizatsiya qilingan tovar hajmini o'rtacha yillik oborot mablag'lari qoldig'iga nisbati topiladi. Aytaylik, realizatsiya hajmi 120 mln so'm, o'rtacha oborot mablag'lari qoldig'i 40 mln so'mlik bo'lsin, bu  $120:40=3$ . Demak, yil davomida to'la uch marta aylanishini bildiradi. Bundan tashqari, aylanma mablag'larining aylanish muddatidan foydalanish mumkin. U yil davomida kunlarni aylanish soniga bo'lish bilan topiladi. Misolimiz bo'yicha  $355:3=118$  kun atrofida bo'ladi. Aylanma kapitaldan foydalanish darajasiga material sig'imi, energiya sig'imi, mehnat sig'imi kabi ko'rsatkichlar orqali ham baho berish mumkin.

Shunday qilib, tadbirkorning resurslarga sarflagan kapitali ishlab chiqarish jarayonida unumli kapitalga, ya'ni ishlab chiqarish omillariga aylanadi. Ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarda xarajatlar tarzida gavdalanadi.

### Xulosa

\*Bozor iqtisodiyotining muhim afzalligidan biri uni tadbirkorlikka asoslanganligidir. Iqtisodiy nuqtai nazardan tadbirkorlikni 1) iqtisodiy kategoriya sifatida; 2) xo'jalik yuritish metodi; 3) iqtisodiy fikrlashning o'ziga xos tipi sifatida qaraladi.

\*Tadbirkorlik qobiliyatini ishga solish, faoliyatga aylantirishning namoyon bo'lishi, tashkiliy shakli g'arbda biznes deb yuritiladi. Tadbirkorlikning asosiy tashkiliy shakllari uchga: individual xususiy, sherikchilik, korporatsiyaga bo'linadi.

\*Tadbirkorlik faoliyati sub'ektlarning huquqiy maqomiga ko'ra: yuridik shaxslar, yakka xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar tadbirkorligi; Mulkchilik maqomiga ko'ra: individual-xususiy, oilaviy-xususiy, korporativ-xususiy, jamoa, davlat, aralash mulkchilikka asoslangan tadbirkorlik; Faoliyat yuritish mazmuni jihatidan: ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish (tijorat, moliya, vositachilik, servis, konsalting, maishiy va boshqalar)ga; Tadbirkorlik yuritish tarmoq, sohasiga ko'ra sanoat, qurilish, qishloq xo'jaligi,

xizmat ko'rsatish; Faoliyat yuritish ko'lami, ishlab chiqarish hajmi yoki band bo'lgan ishlovchilar soniga qarab, kichik, o'rta, yirik tadbirkorlik-biznesdan iborat.

\*Bozor iqtisodiyotida individual –xususiy tadbirkorlik o'ziga xos muhim o'rin tutadi. Lekin iqtisodiy faoliyatga nisbatan obro'li, barqaror, uzoq muddatli vaqtga mo'ljallangan, ko'lami jihatidan salmoqli shakli korxonalar, firmadir.

\*Biznesning tashkiliy shaklining o'ziga xos afzalliklari va kamchiliklari mavjudki, tadbirkor, biznesmen biznesning tashkiliy shaklini tanlaganda, davlat tadbirkorlik faoliyatini ko'llab quvatlash uchun chora-tadbirlar belgilaganda hisobga olishi zarur.

\*Korxonalar, firmalar o'z maqsadlarini amalga oshirish uchun turli iqtisodiy birlashmalartashkil etishadi. Bular xolding, kartel, va hokazolalar bo'lib, undan tashqari turli jamoatchilik uyushmalari, tadbirkorlar ittifoqi, savdo-sanoat palatalari, biznesni qo'llovchi turli fondlar va hokazolardan iborat.

\* Tadbirkorlik riskka asoslanadi, doimo tavakkalchilik xatari mavjud. Shuning uchun ham tadbirkorlik qilish hammani qo'lidan kelavermaydi. Tadqiqotchilarning kuzatishicha, riskka ishqivozlar tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga moyil bo'lishar ekan. Tadbirkorlar riskni kamaytirish yo'llarini qidirib topishadi. Tadbirkorlik faoliyati yuritishda 2 xil strategiya mavjud: mudofaaga asoslangan, hujumkorlikka asoslangan.

\*Tadbirkorni faoliyat yuritish uchun sarflagan mablag'i uning foyda olish maqsadiga xizmat qilishi uchun real kapitalga aylanishi zarur. Real kapital o'z xususiyatlari: ishlab chiqarish jarayonida o'z xossalarini o'zgartirish yoki o'zgartirmasligi, qiymatini tiklash muddatiga ko'ra asosiy va aylanma kapitalga bo'linadi.

\*Tadbirkorlar asosiy va aylanma kapital samaradorligiga alohida diqqat qaratishadi. Kapital samaradorligi, mehnat, material. Energiya sig'imi, kapitalning aylanish tezligi, kapital, mehnat unumdorligi va hokazo ko'rsatkichlar orqali baholanadi.

\*Tadbirkorlikning iqtisodiy o'sishni, ish bilan bandlikni ta'minlashda nihoyatda katta ahamiyatga ega ekanligini hisobga olib, respublikamizda uni rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| 1. Tadbirkorlik.                        | 2. Biznes.                      |
| 3. Tadbirkor.                           | 4. Biznesning tashkiliy shakli. |
| 5. Firma.                               | 6. Tadbirkorlik ob'ekti.        |
| 7. Mudofaaga asoslangan strategiya.     | 8. Asosiy kapital.              |
| 9. Hujumkorlikka asoslangan strategiya. | 10. Aylanma kapital.            |
| 11. Aktiv kapital.                      | 12. Passiv kapital.             |
| 13. Amortizatsiya.                      | 14. Oborot mablag'lari.         |

a) tadbirkorlik qobiliyatini ishga solish, faoliyatga aylantirishning tashkiliy shakli;

b) risk qilgan holda mablag'larni samarali sarflab, faoliyat yuritishning tashkiliy shakli;

- v) maksimal darajada daromad olish maqsadida ishlab chiqarish omillari(yer, kapital, mehnat)ni eng smarali nisbatini topib ishga tushirish;
- g) bir yoki bir necha korxonalar va faoliyat turini amalga oshiruvchi xo'jalik yurituvchi sub'ekt;
- d) raqiblarini faoliyatini kuzatish asosida, ular erishgan natijadan foydalanib ish yuritish strategiyasi;
- e) tadbirkorlik qilish fazilatiga ega inson;
- yo) yangiliklarni joriy qilishga, boshqalar qo'llamagan usullarni qo'llashga asoslangan strategiya;
- j) mulkiy maqomi, tashkiliy-huquqiy asoslari, xo'jalik yuritish, boshqarish uslublariga ko'ra faoliyat yuritishning namoyon bo'lishi;
- z) kapitalning ko'p yil xizmat qilib, bir necha ishlab chiqarish tsiklida(doiraviy aylanish)da qatnashib, qiymatini ishlab chiqarilayotgan tovarga asta -sekinlik bilan o'tkazadigan, ishlab chiqarish jarayonida o'z xossasini o'zgartirmaydigan qismi;
- i) aylanma kapital va muomaladagi kapitalning birgalikdagi ifodasi;
- y) asosiy kapitalning mahsulot yaratish uchun zarur miqdorining bahosi, ya'ni mahsulotga ko'chgan, xarajatlarda ifodalangan qismi;
- k) kapitalning bir ishlab chiqarish tsikli(doiraviy aylanish)da qatnashib, o'z qiymatini ishlab chiqarilayotgan mahsulotga o'tkazadigan, ishlab chiqarish jarayonida o'z xossasini o'zgartiradigan qismi;
- l) asosiy kapitalning ishlab chiqarish jarayonida faol qatnashadigan qismi; odatda mashina, mexanizmlar, asbob-uskuna kabilar kiritiladi;
- m) asosiy kapitalning faoliyat yuritish uchun sharoit yaratuvchi, ancha uzoq xizmat qiluvchi, ishlab chiqarishda passiv qatnashuvchi qismi.

### Taqrorlash va munozara uchun savollar

1. Tadbirkorlik deganda nima tushuniladi? Uni taniqli iqtisodchilar qanday ta'riflashgan?
2. Tadbirkorlikni: a) iqtisodiy kategoriya; b) xo'jalik yuritish uslubi; v) iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida qanday ta'riflash mumkin?
3. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy turlarini ko'rsating.
4. Tadbirkor nima?, qancha?, qanday?, kimga? muammolarini qanday hal etadi?
5. O'zbekistonda nima sababdan tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratilmoqda? Tadbirkorlikni yanada rivojlantirishga nima xalaqit berayapti deb o'ylaysiz?
6. Tadbirkorlik kapitali aylanishini tushuntirib bering.
7. Biznesning tashkiliy shakllari afzalligi va kamchiliklarini ko'rsating.
8. Kapitalning doiraviy aylanishi va aylanishini izohlang.
9. Siz tadbirkorlikni o'ziga jalb etadigan tomonlari nimada deb o'ylaysiz? Yoki aksincha, siz uchun ko'nikib bo'lmaydigan qanday xususiyatlari bor?
10. Yashirin biznes qanday biznes, sizningcha u nima sababdan mavjud?
11. «Boylik bu baxt emas, lekin qashshoqlik kamsitish, azob-uqubatlar manbai, u jur'atsizlik, qo'rqinch va g'am-anduhga olib keladi», degan fikrga qanday qaraysiz?

## Masala va mashqlar

1. Mulkdor bilan tadbirkor tushunchasi birmi? Quyidagi javoblardan qaysi biri to'g'ri?

A) Yo'q. Bu ko'proq yakka egalik asosida tashkil etilgan korxonaga shchakliga xos. Korporatsiyalarda mulkdor bilan tadbirkor tamomila farq qiladi. Siz biron-bir firma aktsiyasiga ega bo'lishingiz bilan hamkorlikdagi mulkka sherik bo'lasiz. Tadbirkorlikka esa hech qanday aloqangiz yo'q.

B) Ha. Mulkdor bo'lgandan keyin tadbirkor bo'ladi. Mulkka yakka egalik qilish shart emas. Tadbirkor o'zi mulkka ega bo'lgandagina tadbirkor bo'lishi mumkin. Tadbirkorlik bilan shug'ullanar ekan mulkdor bo'lishi shart.

2. Iqtisodiy nazariyadan malumki, tadbirkorlik risk bilan bog'liq. O'ylab ko'ringchi, bu risk aniq nima bilan bog'liq deb o'ylaysiz?

a) pul yo'qotish bilan;

b) obro'-e'tiborni yo'qotish bilan;

v) bozor iqtisodiyotiga xos xususiyat noaniqlik uning doimiy yo'ldoshi ekanligi bilan;

g) axborot asimmetriyasi bilan;

d) mol-mulkni yo'qotish bilan;

e) to'g'ri qaror qabul qila bilmaslik bilan;

yo) qat'iyat etishmasligi bilan.

Bulardan qaysi biri siz uchun shaxsan katta ahamiyatga ega? Tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan bo'lsangiz qaysi biriga ko'proq ahamiyat bergan bo'ladingiz?

3. Firmada sizning ulushingiz 500000 so'm. Sizdan boshqa teng huquqli 19 ta sherik bor. Firmaning ustav kapitali 10 mln. so'm. Firma 50 mln. so'mlik zarar ko'rdi. Unga bankrotlik xavf solib turibdi. Agar korxonaga bankrotlikka uchrasa, sizning zimmangizga tushadigan mablag'ni hisoblan

a) agar mas'uliyati cheklanmagan;

b) aksionerlik jamiyati bo'lsa;

4. 2003 yili «Toshqishloq mash» OAJ 1630 mln. so'mlik mahsulot sotdi. «O'zqishloq mash» OAJda esa 764 mln. so'mlik mahsulot sotildi. Asosiy kapital (asosiy fond)ning o'rtacha qiymati muvofiq ravishda 3476 mln: so'm va 845 mln. so'm. Inlab chiqarish quvvati esa 3167 mln. so'm va 1421 mln. so'm. Korporatsiyalarning kapital(fond) unumdorligi, kapital(fond) sig'imi, ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish darajasini hisoblang. Natijani taqqoslang va ularning faoliyatiga baho bering. Ana shu iqtisodiy ko'rsatkichlarni yuqori darajada bo'lishi uchun sizningcha nimalar qilish kerak? Fikringizni asoslab bering.

5. AQShda biznesning tashkiliy-huquqiy shakllari quyidagicha

Biznes shakllari	Firmalar soni	Ularning umumiy sotish hajmidagi ulushi,%da
Individual, xususiy firmalar*	14783000	6
Sherikchilik	1554000	4
Korporatsiyalar	3717000	90
Hammasi		100

\*Fermer xo'jaliklarini qo'shmaganda

Biznesning tashkiliy- huquqiy shakllari bo'yicha ulushlarini hisoblang. Sotish hajmi va firmalar soni ulushlarini diagrammalarda ifodalang. Ularni taqqoslash asosida qanday xulosalar chiqarish mumkin. Javobingizni izohlang. Topishmoq: Bir vosita borki, u barcha-tartib qoidalari bilan sotiladigan bo'lsa, tadbirkor uchun mahsulot ishlab chiqarishga qaraganda ham ma'qulroq, sababi u hech qachon qadrini yo'qotmaydi.

### T/N

1. Y. Shumpeter tadbirkorni novatorligiga alohida e'tibor berib, tadbirkor ishlab chiqarish omillarini yangi nisbatlarini izlovchi, iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi kishi deb ta'riflaydi.
2. Tadbirkorlikni a) iqtisodiy kategoriya, b) xo'jalik yuritish uslubi, v) iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida qarab o'rganish zarur.
3. Tadbirkorning mustaqilligini ta'minlash huquqiy jihatdan asoslangan va himoyalangan bo'lishi shart emas.
4. Iqtisodiy kategoriya sifatida tadbirkorlikning ob'ekti maksimal darajada daromd olish maqsadida ishlab chiqarish omillarini samarali nisbatini topib ishga tushirishdir.
5. Tadbirkorlik qilishni hamma eplaydi, qiyini hujjatlarini rasmiylashtirish.
6. Kichik korxonaning muhim afzalligi uni tez tashkil etish mumkinligi, kapital aylanish tezligini yuqoriligi, bozor talabiga tezda moslashuvchanligi
7. Tikuvchilik korxonalarining asosiy xom ashyosi material. Shuning uchun uni asosiy kapitalga misol qilib keltirish mumkin.
8. Amortizatsiya normasi asosiy kapitalni jismoniy eskirishini hisobga olgan holda belgilanadi.

### Testlar

1. Muomala vaqti bu...

- a) tovarni oldi-sotdi qilish, zahirada turish vaqti;
- b) tovarlarni ishlab chiqarish joyidan bozorga olib borish, oldi-sotdi qilish, zahirada turish vaqti;
- v) tovarlarini ishlab chikarilgan joydan bozorga olib borish, oldi-sotdi qilish vaqti;
- g) tovarlarini ishlab chikarilgan joydan bozorga olib borish, zahirada turish vaqti;
- d) tovarlarini ishlab chikarilgan joydan bozorga olib borish, oldi-sotdi qilish, tanaffuslar vaqti;

2. Tadbirkorlikka iqtisodiy adabiyotlarda uch jihatdan qaraladi:

- a) iqtisodiy kategoriya, xo'jalik yuritish uslubi, iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida;
- b) iqtisodiy kategoriya, xo'jalik yuritish uslubi, mulk egasi sifatida;
- v) xo'jalik yuritish uslubi, iqtisodiy fikr yuritishning o'ziga xos tipi sifatida mulk egasi sifatida;
- g) xo'jalik yuritish uslubi, mulk egasi, daromd topishning o'ziga xos tipi sifatida;

d) iqtisodiy kategoriya, xo'jalik yuritish uslubi, daromad topishning o'ziga xos tipi sifatida;

3. Jahon iqtisodiy adabiyotida tadbirkorlikning uchta funksiyasi ajratib ko'rsatiladi:

- a) resurslar bilan ta'minlash, tashkilotchilik, ijodkorlik;
- b) resurslar bilan ta'minlash, kapital bilan ta'minlash, ijodkorlik;
- v) kapital bilan ta'minlash, xomashyo bilan ta'minlash;
- g) resurs bilan ta'minlash, tashkilotchilik, omillarni birlashtirish;
- d) tashkilotchilik, omillarni birlashtirish; ijodkorlik;

4. Quyidagi sanab o'tilganlardan qaysi biri yakka tartibdagi mehnat faoliyatiga asoslangan individual tadbirkorlikka to'g'ri kelmaydi:

- a) individual mulkka asoslanadi;
- b) o'zi mehnat qiladi;
- v) olingan natija uning o'ziga tegishli bo'ladi;
- g) mulkidan daromad topish maqsadida foydalanadi;
- d) yollangan xodimlarga ish haqi to'laydi;

5. Quyidagi sanab o'tilganlardan qaysi biri xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlik faoliyatiga mos emas:

- a) xususiy mulkka asoslanadi;
- b) ishlab chiqarish natijasi mulk egasiga tegishli bo'ladi;
- v) chetdan ishchi yollaydi;
- g) kapital omiliga jamoa egalik qiladi;
- d) mustaqil erkin faoliyat yuritadi;

6. Asosiy va aylanma kapitalning farqlanuvchi jihatlariga quyidagilardan kaysi birini qo'shib bo'lmaydi?

- a) o'z qiymatlarini ishlab chiqarish natijasi-mahsulotga o'tkazishi;
- b) doiraviy aylanishda qatnashishiga ko'ra;
- v) ishlab chiqarish jarayonida o'z xossasini o'zgartirishi;
- g) amortizatsiya ajratmalarini hisoblash;
- d) sarflangan mablag'ni qaytishi;

7. Quyidagilardan qaysi biri biznesning korporatsiya shaklining kamchiligiga kirmaydi?

- a) kapitalni jalb qilishning keng imkoniyatlari;
- b) tashkil etishning tashkiliy-moliyaviy murakkabliklari;
- v) boshqarish xarajatlarning ko'pligi;
- g) ikki tomonlama soliqqa tortish sub'ekti;
- d) mulk va nazoratni ajratilishi

13. Chayqovchilik faoliyati ...

- a) qonun asosida ish yurituvchi tadbirkorlar uchun riskni orttiradi;
- \*b) narxlarni beqarorligi tendentsiyasini kuchaytiradi;
- v) iqtisodiy bum va retsessiyaga olib keladi;

- g) doimo foyda olishga olib keladi;  
d) tadbirkorlar uchun riskni kamaytiradi.

### Tarqatma materiallardan namunalar

#### 1-tarqatma material

##### Korporatsiyaning afzalliklari:

- Kapital jalb qilish imkoniyati katta;
- Boshqarish bilan mutaxassis menejerlar shug'ullanadi;
- Yuridik shaxs sifatida barqaror. Jamiyatdan bir-ikki kishining chiqishi bilan uning faoliyati to'xtamaydi;
- Mas'uliyati cheklanganligi. Aktsiya egalari javobgarligi aktsiya qiymati doirasida cheklangan.

##### Korporatsiyaning kamchiliklari:

- Daromad solig'i ikki marta to'lanadi (foydadan va dividenddan);
- Iqtisodiy jihatdan suiste'mol qilish imkoniyati bor. Real qiymatga ega bo'lmagan aktsiyalarni chiqarib sotishi mumkin;
- Tashkil etishning mliyaviy murakkabliklari mavjudligi;
- Tashkil eti shva boshqarish xarajatlarining ko'pligi;
- Mulk va nazoratning ajralishi.

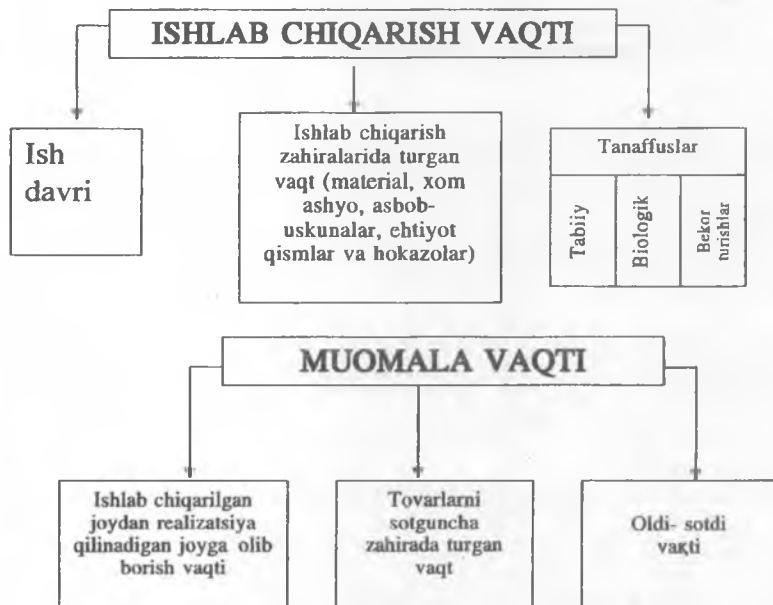
#### 2-tarqatma material

### Biznesning tashkiliy shakllarining afzalligi va kamchiligi

Biznesning tashkiliy shakli	Afzalligi	Kamchiligi
Individual xususiy korxon	Tez tashkil etish, nisbatan erkin faoliyat yuritish, nazoratning oddiy, osonligi	Moliya resurslarining cheklanganligi barkerorlikning etarli emasligi, tula moliyaviy javobgarligi, nazorat va boshkarishni kushib olib borishning kiyinligi
Sherikchilik	Tez tashkil etish, individual korxonaga karaganda boshkarishda nisbatan ixtisoslashuv xamda moliyaviy imkoniyatga ega bulish (pul mablaglari birlashtiriladi). Davlat tomonidan ta'sir kursatish cheklangan.	Boshkarishda manfaatlar ajralishining vujudga kelish extimoli, faoliyat yuritishda kelishmovchiliklar kelib chikishi, sheriklardan birortasining ketishi bilan firmaning tugatilishi mumkinligi, moliyaviy resurslar cheklanganligi, tula moliyaviy javobgarligi
Korporatsiya	Kapitalni jalb kilishda keng imkoniyatlar mavjudlig, mas'uliyatning cheklanganligi (aktsiya egalari javobgarligi aktsiya kimmati doirasida cheklangan), kapitallar birlashuvi imkoniyati, yuridik shaxs sifatida barkerorligi, maxsus boshkaruvchilarni yollash imkoniyati mavjudligi	Tashkil etishning tashkiliy-moliyaviy murakkabliklari, tashkil etish va boshkarish xarajatlarining kupligi, ikki tomonlama solikka tortish sub'ekti ekanligi: korporativ daromad va dividenddan solik tulash, mulk va nazoratni ajralishi (raxbar-ijro etuvchi muammosi)



### 3-tarqatma material



#### Javoblar:

##### Asosiy tayanch tushchunchalar:

1b); 2a); 3e); 4j); 5g); 6v); 7d); 8z); 9yo); 10k); 11l); 12m); 13y); 14i);

##### Masala va mashqlar:

1. a) javob to'g'ri
2. Barchasi bilan to'qnash kelish mumkin.
3. a) 2,5 mln so'm; b) 10 mln. so'mdan 5% yoki ulushingiz bo'yicha 0,5 mln. so'm.
4. kapital(fond) unumdorligi 1) 0,44 so'm; 2) 0,9 so'm;  
Karital(fond) sig'imi 1) 2,3 so'm; 2) 1,1 so'm;  
Ishlab chiqarish quvvatidan 1) 48,5% ; 2) 53,9% foydalanilgan
5. Korporatsiyalarning umumiy firmalar sonidagi ulushi 18% bo'lgani holda sotishdagi ulushi 90%. Bu ularning etakchi rol o'ynashini ko'rsatadi.  
Topishmoq: Omilkor aql.

T/N

1T; 2T; 3N; 4T; 5N; 6T; 7N; 8N;

Testlar

1b); 2a); 3a); 4d); 5g); 6g); 7a);

## XII BOB. SARF-XARAJATLAR VA FOYDA NAZARIYALARI

Iqtisodiyot murakkab, ko'p bosqichli tizim. Uning barcha bo'g'inlari o'zaro bog'liq va bir-birini taqozo qiladi. Firma, korxonalar tarmoqlar, uy xo'jaligi faoliyat yuritish printsiplari iqtisodiyotni bir butun tizim sifatida rivojlanishi qonunlaridan farq qilishi mumkin emas. Shuning uchun ham iqtisodiyot nazariyasi cheklangan resurslardan samarali foydalanish muammolarini mikrodarajada hamda makrodarajada o'rganadi.

Rusurslarni etishmasligi, ehtiyojlarni esa cheksizligi iqtisodiyot nazariyasi fanining bosh masalasi, aynan ana shu muammo bizni tanqis resurslardan samarali foydalanish metodlarini qidirishiga majbur qiladi. Uni ikki yo'l bilan hal qilishga urinishadi: 1. Mavjud resurslarni to'la bandligi, ishlatilishini ta'minlash. U makroiqtisodiy tadqiqot predmeti. 2. Ishlatilayotgan resurslarni tejab, tergab samarali foydalanish, unga mikroiqtisodiy darajadagi tahlil yordam beradi.

Mazkur bob aynan mikrodarajada resurslardan foydalanish masalalariga qaratilgan. U xarajatlar va foyda nazariyalariga bog'ishlangan bo'lib, unda xarajatlar va ularning tarkibiga turli jihatdan yondashgan holda ularni guruhlariga ajratib o'rganiladi. Foyda haqida to'xtalar ekanmiz normal foyda, iqtisodiy foyda, balans bo'yicha foyda tushunchalariga ham diqqat qaratiladi.

### 1- §. Xarajatlar va ularning turlari

Bozor iqtisodiyoti erkin raqobatga asoslangan iqtisodiyot bo'lib, u o'z navbatida to'kinchilikni yuzaga keltiradi. To'kinchilik tufayli ishlab chiqarish xaridorning izmiga bo'ysunadi. Xaridor esa o'z manfaatidan kelib chiqib, tovarlar va xizmat ko'rsatishni yaxshi sifatli bo'lishini hamda ularni narxi uni qoniqtiradigan darajada bo'lishini istaydi.

Narx bozor iqtisodiyoti sharoitida talab va taklif darajasiga qarab shakllanadi. Taklifni qanday hajmda, miqdor va tarkibda bo'lishi ishlab chiqarishga bog'liq. U yoki bu turdagi tovarni ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishga undaydigan, uning hajmini belgilaydigan omil bir tomondan bozordagi narx bo'lsa, ikkinchi tomondan shu tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishga ketgan xarajatlardir. Chunki, ular asosida ana shu tovarni ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishdan qo'yilgan maqsad, foyda olish amalga oshadi.

Tovar ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) ma'lum iqtisodiy resurslar xarajatini talab etadi. Iqtisodiy xarajatlar tushunchasi eng avvalo resurslar cheklanganligi hamda ularni muqobil (alternativ) ishlatish imkoni bilan bog'liq. Masalan, yer resurs sifatida cheklangan. Undan turli maqsadda foydalanish mumkin. Uy qurish, korxonalar qurish, paxta, bug'doy ekish va hokozalar kabi. Agarda paxta ekilsa, bug'doy ekib bo'lmaydi. Ya'ni bir maqsadda foydalanilayotgan yerdan, xuddi shu vaqtda boshqa maqsadda foydalanib bo'lmaydi.

Har bir korxonalar, firma, tadbirkorlar u yoki bu resursni sotib olib ishlatar ekan, demak, bu resursni boshqalar ishlatolmaydi. Resurslarni sotib olgach, uni samarali ishlatish uchun harakat qiladilar.

Tanlangan resurslarni eng maqbul ishlatish, o'zgalar ishlatishiga yo'l bermay, o'ziga jalb etish uchun qilgan sarf, resurslar egasiga to'langan pul iqtisodiy xarajat yoki zimmadagi xarajatlar deb ataladi.

Iqtisodiy xarajatlar mikromiqyos darajadagi iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'lib, firma, korxonona miqyosida biron turdagi tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishni qanchalik samarali ekanligini ko'rsatadi. Xarajatlar korxonona, firma faoliyatiga baho berishda asosiy, etakchi ko'rsatkich hisoblanadi. Xarajatlar turli-tuman. Odatda, xarajatlar tarkibiga qay jihatdan yondashishga qarab, turli guruhlariga bo'linadi.

Ishlab chiqarish hajmi bilan bog'liq va uning qay darajada optimal ekanligini aniqlashda doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar, yalpi, o'rtacha xarajatlar; qo'shimcha xarajatlar samarasini va ishlab chiqarishning samarali hajmini aniqlashda me'yoriy xarajatlar; real imkoniyatlardan qay darajada foydalanganlikni aniqlashda haqiqiy va zimmadagi xarajatlar; iqtisodiy resurslarni jalb etilishiga ko'ra ichki va tashqi xarajatlar; ishlab chiqarishning quvvati, miqyos o'zgarishi nuqtai nazaridan qisqa muddatli va uzoq muddatli xarajatlar kabi guruhlariga bo'linadi.

Iqtisodiy xarajatlar birinchidan, eng avvalo firma, korxonona nuqtai nazaridan ichki va tashqi xarajatlardan iborat. Tashqi xarajatlar bu — chetdan sotib olingan mehnat resurslari, xom ashyo, yonilg'i, transport xizmatlari, energiya va boshqalar. Boshqacha aytganda, o'ziga tegishli bo'lmagan resurslar uchun to'lovlardan iborat.

Ichki xarajatlar bu — firma, korxononaning o'z ixtiyoridagi resurslar qiymatining puldagi ifodasi yoki boshqacha aytganda, bu resurslarni chetdan olganda to'lanishi mumkin bo'lgan pul miqdoridir. Bu xarajatlar firmaning o'zini bino, inshoot, mashina, uskuna, ishlatish uchun qarzga olingan mablag', unga to'lanadigan foiz bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, ichki xarajatlarga normal foyda ham kiradi.

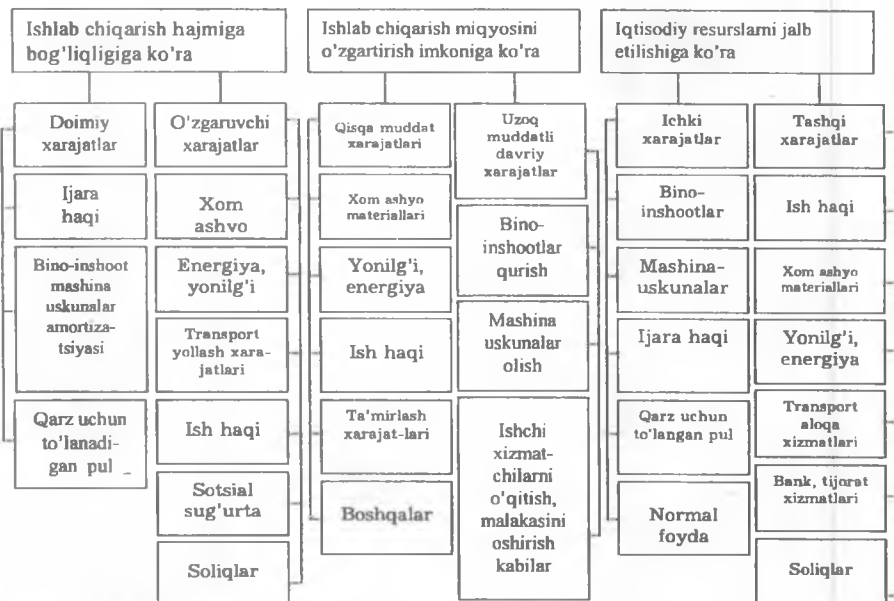
Normal foyda bu — tadbirkorlik omiliga tegishli. Bu tadbirkorlik talantini saqlab, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga imkoniyat yaratadi, bo'lmasa tadbirkor daromad olib keladigan boshqa faoliyat bilan shug'ullanishi, masalan, ish haqi yoki maosh olib ishlashi mumkin.

Iqtisodiy xarajatlar yoki zimmadagi xarajatlar, ikkinchi tomondan buxgalteriya hisobida aks etgan haqiqiy xarajatlar hamda boy berilgan imkoniyat xarajatlaridan iborat.

Boy berilgan imkoniyat xarajatlari bu - o'z resurslarini muqobil ishlatish yo'li bilan olishi mumkin bo'lgan daromadlardir. Masalan, kapitaliga foiz, bino, inshootlar, mashina-uskunalarni o'zi ishlatmay ijaraga berib, ijara haqi olishi, tadbirkor menejerlik qilib ish haqi olishi mumkin.

Shunday qilib, iqtisodiy xarajatlar buxgalteriya kalkulyatsiyasida aks etgan xarajatlardan tashqari, ularda aks etmagan o'z resurslari va imkoniyati muqobil variantlaridan foydalanib olishi mumkin bo'lgan samara yoki boy berilgan imkoniyat xarajatlari (boshqacha aytganda, olish mumkin bo'lgan daromadlar) dan iborat.

## XARAJATLAR TARKIBI



xarajatlarni ana shu ikki guruhga bo'lishga qarab, foydaga ham ikki xil yondashiladi.

Korxonaga, firma o'zi sotgan tovar, ko'rsatgan xizmatiga tushgan pul kirimi unga xarajatlarni qoplash hamda foyda olish imkonini beradi.

Iqtisodiy nuqtai nazardan korxonaga o'z xarajatlarini zo'rg'a qoplagani bu — ishlab chiqarishni va tashqi xarajatlarni qoplab, tadbirkorni shu ish bilan shug'ullanishi uchun zo'rg'a tutib turadigan darajada (foyda) daromad olayotganini bildiradi.

Boshqacha aytganda, agarda ishbiarmon menejer sifatida oyiga 100 ming so'm ish haqi oladi desak, uning tadbirkor sifatidagi faoliyatidan oladigan daromadi ham shu miqdordan kam bo'lmisligi kerak, ana shundagina u tadbirkorlik bilan shug'ullanadi.

Agarda firma, korxonaning pul tushumi iqtisodiy xarajatlardan ko'p bo'lsa, u sof foyda oladi, bu pul tadbirkor qo'lida yig'ilib ma'lum maqsadlar uchun ishlatiladi.

Agar (buxgalteriya) haqiqiy xarajatlar asosida davlat va boshqa tashkilot, muassasalar bilan hisob-kitob olib borilsa, iqtisodiy xarajatlar asosida korxonaga faoliyati tahlil etilib, kelgusidagi maqsadlar belgilanadi, rejalashtiriladi.

Xarajatsiz hech bir iqtisodiy faoliyat yuz bermaydi. Sarf-xarajatlar foyda olishning sharti, chunki busiz ishlab chiqarishning o'zi bo'lmaydi. Ammo narx-navo o'zgarib, foyda xarajatlarga nisbatan teskari mutanosiblikda o'zgaradi. Korxonaning xarajatlari tovarlarni ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq bo'lgan sarflar, ya'ni iqtisodiy resurslarni topish, xarid etish va ulardan samarali

foydalanish sarflaridir. Xarajatlar moddiylashgan va jonli mehnat sarfini bildiradi, ular tovarlar korxonaga qanchaga tushganligini ko'rsatadi.

Xarajatlar quyidagilarga bog'liq:

1. Resurslarni xarid etish sarflab
2. Resurslarni tejab, nes-nobud qilmay ishlatishga, ya'ni kam resurs sarflab ko'proq mahsulot olishga.

Xarajatlar moddiy va mehnat sarfidan iborat. Moddiy sarflar bozor narxida xarid etilgan mashina-mexanizmlar, asbob-uskunalar, shuningdek energiya, xom ashyo va materiallar sarfidan iborat bo'lib, muayyan narxlarda hisob-kitob qilinadi.

Mehnat sarflari ish haqi, sotsial sug'urta xarajatlari, tadbirkorni qoniqtiradigan normal foydadan iborat.

Xarajatlar ishlab chiqarishning hajmi o'zgarishi bilan o'zgarishi yoki o'zgarmanagan holda qolishi mumkin. Shu nuqtai nazardan xarajatlar ikkiga bo'linadi:

1. Doimiy xarajatlar.
2. O'zgaruvchan xarajatlar.

**Doimiy deb, shunday xarajatlarga aytiladiki, ularni miqdori ishlab chiqarish hajmiga qarab o'zgar olmaydi.** Ular hatto ishlab chiqarish bo'lmaganda ham qoplashishi shart. Ular jumlasiga qarz yuzasidan majburiyatlar, renta to'lovlari, amortizatsiya, ijara haqi, sug'urta puli, boshqaruv xodimlari va mutaxassislarga oldindan belgilangan maoshlar kiradi. Bu xarajatlar doimiy bo'lgani uchun ishlab chiqarish qanchalik o'zgarmasin, ular ilgari belgilangan miqdorda qoladi.

**Miqdori ishlab chiqarish hajmiga qarab o'zgarib boruvchi xarajatlar o'zgaruvchan xarajatlar deyiladi.** Ularga xom ashyo, yonilg'i, energiya, materiallar, transport xizmati sarflari, ish haqi kiradi. Ishlab chiqarish hajmi ortishi bilan ma'lum chegaragacha ular pasayadi, so'ngra bir holatda saqlanadi va nihoyat o'sa boshlaydi. Bunday hodisa sarflar qaytishining ma'lum chegarada borishini bildiradi. Ishlab chiqarish ma'lum darajaga etgach, mehnat unumdorligi pasaya boshlaydi. Natijada qo'shimcha ravishda mahsulot olish uchun oldingidan ko'proq xarajat qilishga to'g'ri keladi. Bunday ahvol yangi texnologiya joriy etilgunga qadar davom etadi. Shundan so'ng resurslar tejaladi, xarajatlar pasayadi, chunki yangi texnologiya mehnat unumdorligini oshiradi.

Muayyan ishlab chiqarish hajmi saqlangan sharoitda doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisi ishlab chiqarishning umumiy xarajatlari deb ataladi.

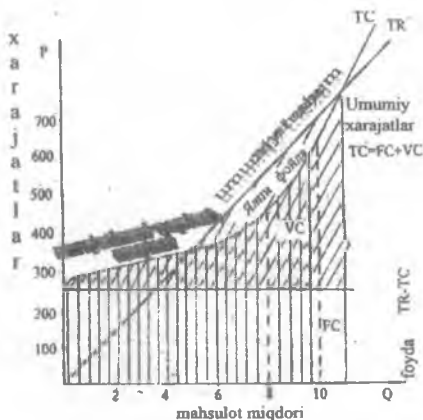
FC — doimiy (fixed costs), VC — o'zgaruvchan (variable costs), TS — umumiy yoki yalpi xarajatlar (total costs)

$$FC+VC=TS.$$

Umumiy xarajatlar muayyan ishlab chiqarish doirasida umumiy sarflar bo'lib, hamma mahsulot qanchaga tushganini bildiradi. Korxonada uchun mahsulot birligiga ketgan sarf muhimdirki, uni *o'rtacha xarajat* deb ataladi. O'rtacha xarajati AS (average costs) miqdorini topish uchun umumiy xarajat TS mahsulot miqdori Q ga bo'linadi:

$$AS=TS/Q.$$

Grafikdan foydalanib, o'rtacha xarajatlarni hisoblasak, mahsulot kam ishlab chiqarilgan paytda o'rtacha xarajatlar, ayniqsa doimiy xarajatlar yuqori bo'ladi. Masalan, doimiy xarajatlar 256 ming so'm deyslik, 64 ming so'm o'zgaruvchi



xarajat qilib, 4 ming dona mahsulot ishlab chiqardik. Unda umumiy xarajatlar  $256+64=320$  ming so'm bo'lib, o'rtacha xarajatlar 80 ming so'mga teng bo'ladi. Agarda 5 dona ishlab chiqarmoqchi bo'lsak, o'zgaruvchi xarajatlarni 93 ming so'mga etkazish kerak. Bunda umumiy xarajatlar  $256+93=349$  ming so'm bo'lib, o'rtacha xarajatlar 69,8 ming so'mga pasayadi.

Shunday tarzda mahsulot miqdorini ko'paytirib, 8 taga etkazilsin. U holda o'zgaruvchi xarajatlar 224 ming so'm bo'lishi kerak. Umumiy xarajatlarmiz  $256+224=480$  ming so'm, o'rtacha xarajatlar esa  $480:8=60$  ming so'm, 9 ming dona uchun 297 ming so'mlik o'zgaruvchi xarajat qilishimiz kerak. Unda umumiy xarajatlarmiz  $256+297=553$  ming so'm, o'rtacha xarajatlar esa 61,4 ming so'm bo'ladi. Mahsulotni ko'paytirib, 10 donaga etkazish uchun o'zgaruvchan xarajatlarni 400 ming so'mga etkazish kerak. U holda umumiy xarajatlar  $256+400=656$  ming so'mga etadi. O'rtacha xarajatlar esa 65,6 ming so'm bo'ladi.

Bir qaraganda, qancha ko'p mahsulot ishlab chiqarsak, shuncha ko'p foyda oladigandek ko'rinadi. Ma'lum bir darajadagi texnika-texnologiya imkoniyati doirasida ishlab chiqarilgan mahsulotlarga sarflanadigan o'rtacha xarajatlarni o'zgarishi bu fikrni to'g'ri emasligini ko'rsatadi. Grafikdan ko'rinib turibdiki, 5 mahsulotda xarajatlar bilan olingan daromad teng, keyingi mahsulotdan boshlab foyda olish boshlanadi. U ma'lum chegaragacha, misolimizda 11-mahsulotgacha davom etadi. So'ngra zarar ko'rish boshlanadi.

Raqobatda mag'lub bo'lmaslik hamda imkoni qadar ko'proq foyda olish uchun o'rtacha xarajatlarni minimal darajada bo'lishiga erishish kerak.

O'rtacha xarajatlar ma'lum chegaragacha, bizni misolimizda 8-mahsulotgacha kamayib, so'ngra ortib ketadi. Sababi qisqa muddatli davrda me'yoriy xarajatlarning ortishi bo'lsa, uzoq muddatli davrda masshtab ya'ni miqyos effektining salbiy natijasi ta'sir qiladi (yuqorida to'xtab o'tdik, quyida, 2-3-da yana to'xtalamiz)

Tadbirkor xarajatlarni minimal bo'lishini o'ylar ekan, demak, eng minimal xarajat 8 dona mahsulot ishlab chiqarganda bo'ladi. Unda umumiy xarajatlar 480 ming so'mga teng.

Ishlab chiqarishni kengaytirish o'rtacha xarajatlarni oshirib yuborar ekan, uning eng optimal miqdori 8 taga teng. Demak, tadbirkor mavjud texnika-texnologiya doirasida 8 dona mahsulot ishlab chiqarsa, eng kam xarajat qiladi. Shu miqdordagi mahsulot mazkur korxonaga uchun optimal variant hisoblanadi.

Tadbirkorni faqat xarajatlarni minimallashtirish emas, foydani maksimallashtirish masalasi ham tashvishga soladi. Kam xarajat qilib turli miqdorda mahsulot ishlab chiqarish mumkin bo'lgani uchun, qancha mahsulot ishlab chiqarilsa maksimal darajada foyda olish ta'minlanadi? Ishlab chiqarish omillari qanday tarkibda birlashuvi maksimal foyda olishni ta'minlash imkonini beradi? Tadbirkor hisob-kitob qilishi kerak. Bu me'yoriy xarajatlar yordamida topiladi.

Cheklangan resurslar doirasida ishlab chiqarish imkoni cheklangan. Shunga bog'liq ravishda me'yoriy xarajatlar degan tushuncha bor. Me'yoriy xarajatlar MS qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot uchun sarflangan xarajatlardir. Uni quyidagicha hisoblanadi:

$$MS=TS_n - TS_{(n-1)}$$

Xarajatlar unumdorlik o'sishiga qarab pasayadi. Biroq unumdorlikni o'stirishni imkoni tugab, o'z chegarasiga etgach, xarajatlarning o'sishi yuzaga keladi. (111 bob)

Misolimizga qaytsak, 5 dona mahsulot uchun me'yoriy xarajatlar 349-320=29 ming so'mni tashkil etsa, 9- mahsulot uchun 73 ming so'm (553—480), 10- mahsulot uchun 103 ming so'm (656—553) ga etgan. Ko'rinib turibdiki, me'yoriy xarajatlar ortib boryapti, u o'z navbatida o'zgaruvchi va o'rtacha xarajatlarni ham ortishiga olib keladi. Xarajatarimizni grafik tarzida ifodalaydigan bo'lsak, doimiy xarajatlar FC gorizonttal shaklda, o'zgaruvchi xarajatlar VC mahsulot miqdorini ortishiga ko'ra o'sib boruvchi egri chiziq tarzida, me'yoriy xarajatarimiz MC esa avval pasayib boruvchi, mahsulotning ma'lum bir hajmidan o'sib boruvchi egri chiziq shaklida, o'rtacha xarajatarimiz AC esa botiq yoysimon shaklda tasvirlanadi.

Bu yerda tadbirkor oldida mahsulot miqdorini qay darajaga etkazganda maksimal foyda olishni aniqlash turibdi.

Iqtisodchilar bu masalani tadqiq etib shunday xulosaga kelishgan. Qo'shimcha jalb etilgan omil olib kelgan daromad, uni olish uchun qilingan xarajatlardan oshib ketmasligi kerak. Boshqacha aytganimizda shu omillar keltirgan daromad ularning bozor narxiga teng bo'lishi kerak. Qo'shimcha jalb etilgan ishchilarni keltirgan daromadi ularga to'langan ish haqiga, qo'shimcha jalb etilgan kapital uni ishlatish evaziga olingan daromadning shu kapital xarajatiga, ya'ni sotib olish narxiga teng bo'lishi kerak.

Bu fikrlarimizni hammasini quyidagi tenglikda ifodalash mumkin.

(qo'shimcha jalb etilgan  
mehnat evaziga yaratilgan mahsulot  
yoki olingan daromad)

qo'shimcha jalb etilgan mehnat omili  
narxi ya'ni ish haqi)

(qo'shimcha jalb etilgan  
kapital evaziga yaratilgan mahsulot  
yoki olingan daromad)

qo'shimcha jalb etilgan kapital  
xarajatlari, ya'ni sotib olish narxi

boshqacha aytganda:  $\frac{\text{me'yoriy daromad}}{\text{me'yoriy xarajat}} = 1$ ; yoki  $MR=MS=R$ ;

Bu tenglikda quyidagi qonuniyat ifodalanadi: maksimal darajada foyda olish uchun qo'shimcha qilingan xarajatlar, ya'ni me'yoriy xarajatlar evaziga olingan qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulotdan olingan daromad, ya'ni me'yoriy daromad shu omilning bozor narxiga teng bo'lishi kerak. Demak, tadbirkor

ko'proq mahsulot ishlab chiqarish uchun qo'shimcha yer, mehnat, mashina, uskuna, xom ashyo va boshqalarni jalb qilar ekan, xarajatlarni ko'paytirish evaziga olgan qo'shimcha daromadi, shu omillarni sotib olishga qilgan xarajatiga teng bo'lishi kerak (XI bob). Mahsulot narxi 73 ming so'm desak, iisolimizda foydamizning hajmi 9 ta mahsulot ishlab chiqarganimizda eng ko'p bo'ladi.

Bu qoidaga amal qilish ishlab chiqarishni samarali tashkil etilishini, ishlab chiqarish omillaridan foydalanishda isrofgarchiliklarga, yo'qotishlarga yo'l qo'yilmayotganini ko'rsatadi. Shunga bog'liq holda pozitiv iqtisodiy nazariyada mehnatni ekspluatatsiya qilish degan tushuncha yo'q, sababi mehnat bahosi uning evaziga yaratilgan me'yoriy mahsulotdan olingan daromadga teng. Ekspluatatsiya haqida mehnat bozorida ishga yollovchi ma'lum darajada monopol mavqega ega bo'lganda gapirish mumkin.

Oxir-oqibat me'yoriy unumdorlik nazariyasi bilan bog'liq ikki holatning ahamiyatini alohida ta'kidlab o'tish kerak (111 bob) Birinchidan, ishlab chiqarish omillari bir-birini o'rni bosishi sharoitidagina qo'llaniladi. Agarda unday imkoniyat bo'lmasa, ishlab chiqarish omillarining birontasiga qo'shimcha qilingan xarajat hech qanday natija bermay, behudaga isrof bo'lishiga olib keladi.

Amalda bir omilning o'rni ikkinchisi bosa olmaydigan hollar kamdan-kam uchraydi. Ikkinchidan, bir omilni ikkinchisi bilan almashtirish printsiplari, omillarni moslashgan holda o'zgartirish imkoni bo'lsa, bu printsiplari, eng avvalo aylanma kapital (xom ashyo, material kabilar)ga taalluqli, sababi ularni sotib olish muntazam ravishda ko'rib chiqiladi. Mehnatga bu printsiplari ma'lum shart bilan qo'llash mumkin. Sababi tadbirkor jamoa shartnomasi bilan hisoblashishga majbur. Erga hamda asosiy kapitalga nisbatan ijaraning minimal muddatini hisobga olgan holdagina qo'llash mumkin.

Firma yaratgan tovarlar va xizmatlarni sotishdan tushgan pul uning pul tushumi (kirimi) bo'lib, ketgan xarajatlarni qoplaydi va foyda olish imkonini beradi.

Belgilangan miqdorda, hajmda mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslarning ma'lum bir qismini juda tez va oson o'zlashtirish, ikkinchi bir qismi uchun esa uzoq muddat talab etiladi. Shunga ko'ra xarajatlarni qisqa muddatli xarajatlar hamda uzoq muddatli davriy xarajatlarga bo'linadi.

Uzoq muddatli davriy xarajatlar o'zgaruvchi quvvatga xos.

Amal qilayotgan firma-korxonalar uchun mavjud resurslar ishlab chiqarish quvvatini ham o'zgartirish uchun etarli bo'ladi. Uzoq muddatli davriy xarajatlar ishlab chiqarish omillarini yangilash, o'zgartirish xarajatlarini o'z ichiga oladi. Bular firmaga bino qurish, yangi uskunalar olish, ishchi-xizmatchilarni o'qitish, malakasini oshirish va boshqa shunga o'xshash xarajatlardan iborat.

Uzoq muddatli davrda xarajatlar doimiy va o'zgaruvchi xarajatlarga ajratilgan holda tahlil, asosan, o'rtacha umumiy xarajatlarga qaratiladi. Sababi uzoq muddatli davrda barcha resurslar, demak, barcha xarajatlar o'zgaruvchan bo'ladi.

Uzoq muddatli davr o'z navbatida tarmoqlarda ma'lum bir firmalarning tashkil bo'lishiga, boshqa birlarining esa sinib, o'z faoliyatini to'xtashiga olib kelishini ham ko'rsatadi. Iqtisodiy faoliyat yuritayotgan firma, korxonalar uchun birinchi navbatdagi masala mavjud quvvati bo'yicha ishlab bankrot bo'lmaslik.



Bunday qaraganda uning echimi oddiygina foydaga ishlash, hech bo'lmaganda zarar qilmaslik. Mabodo zarar ko'rilsa, uni qoplash chora-tadbirlarini tezda topish. Lekin erkin raqobat kurashi sharoitida foyda olib ishlash anchagina murakkab.

Ma'lumki, xaridorni tovarning nafiligi qiziqirsam, ishlab chiqaruvchini esa unga ketadigan sarf-xarajatlar qiziqtiradi. Har ikkisining ham diqqat markazida esa ularning narxi turadi.

Agar narx o'rtacha iqtisodiy xarajatlarnigina qoplasa, bunda iqtisodiy (sof) foyda 0 ga teng bo'ladi. U holda ishlab chiqarishni kengaytirib bo'lmaydi. Demak, davriy xarajatlar uchun mablag' sarflash imkoni yo'q.

Agar o'rtacha iqtisodiy xarajatlar narxdan past bo'lsa, firma iqtisodiy (sof) foyda oladi. Ishlab chiqarishni kengaytirish, ya'ni davriy xarajatlar uchun imkoniyat mavjud bo'ladi.

Bordi-yu, narx o'rtacha iqtisodiy xarajatlarni qoplamasa firma zarar ko'radi, bankrot bo'lib tarqab ketishi mumkin.

Shuning uchun har bir tadbirkor, menejer doimo xarajatlarni narxlarga nisbatan past bo'lishga erishish yo'llarini qidiradi.

O'rtacha iqtisodiy xarajatlarni pasaytirishga eng avvalo, qisqa muddatli tashqi xarajatlarni pasaytirish orqali erishiladi.

HHozirgi paytda mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlarning asosiy qismini xom ashyo materiallari sarfi egallaydi. 100 dollarlik mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan hamma sarf-xarajatlarni AQShda 60%, Yaponiyada 57%, Germaniya, Angliyada 54%, Frantsiyada 52%, Italiyada 49%, Rossiyada 50% dan ortig'ini xom ashyo tashkil etsa, qolganini mehnat, elektr energiya va yonilg'i, amortizatsiya tashkil etgan. Bizni respublikamizda ham xarajatlar tarkibi shu ko'rsatkichlardan unchalik katta farq qilmaydi. Lekin bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xom ashyo, mehnat va boshqalar sarfi rivojlangan mamlakatlarga qaraganda bir necha marta ko'p.

Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarni, eng avvalo xom ashyo xarajatlarini pasaytirish zarur.

Xarajatlar korxonaga bog'liq bo'lmagan omillarga qarab ham o'zgaradi. Masalan, resurslar narxi, xizmatlar haqining o'zgarishi. Tashqi ta'siri kesish uchun ham korxonaga, firmaga bog'liq omillar harakatga kelishi kerak. Bu omillarga birinchi navbatda isrofgarchilikni kamaytirish, resurslardan tejab-tergab foydalanish kiradi. Har bir tadbirkor, menejer o'z bilganicha hamda boshqalarni tajribasidan kelib chiqib ularni yo'llarini qidiradi. Mahsulot ishlab chiqarish uchun ketadigan xom ashyo, materiallar va boshqa sarflarni matematik uslublardan foydalanib, minimal darajaga keltirish imkoniyatlari katta.

Jahon bozoriga chiqish uchun yaxshi sifatli mahsulot ishlab chiqishning o'zi kamlik qiladi. Unga sarflanadigan xarajatlarni kamaytirish kerak.

## 2-§. Foyda haqidagi nazariyalar. Normal va iqtisodiy foyda.

Foyda bozor iqtisodida maxsus omil tadbirkorlikni taqdirlashni yuzaga chiqishidir. Avvalgi bobda ko'rib o'tdik, tadbirkor resurslar sotib olgach, ularni ishga solib, mahsulot ishlab chiqaradi yoki xizmat ko'rsatadi. Buni natijasida qilgan sarf xarajatiga nisbatan, ya'ni sarflagan puliga nisbatan ishlab chiqargan

mahsuloti, ko'rsatgan xizmatiga olgan puli ko'proq  $P^I = P + \Delta n$  bo'ladi degan edik. Ana shu  $\Delta n$  iqtisodiyotda foyda deb ataladi.

Maxsus omil-tadbirkorlik, birinchidan, kapital va yerdan tubdan farq qiladi. Uni sezib, ko'rib bo'lmaydi. Ikkinchidan, uning omil sifatidagi mahsulotdagi ulushi foydani mehnat, kapital va yer omillarini bozoridagiga o'xshab o'ziga xos muvozanat bahosi deb aytolmaymiz. Uning ishlab chiqarish omili sifatidagi bu xususiyati uning funktsiyalari orqali namoyon bo'ladi. Ko'rsatib o'tilganidek, tadbirkor boshqa resurslar - mehnat, kapital, yerni birlashtirib biror tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish uchun firma faoliyatiga bog'lik asosiy qarorlarni qabul qiladi; ishlab chiqarishga yangiliklarni tadbir etadi; tadbirkorlik funktsiyasini bajarish jarayonida yuzaga keladigan xatarlarni o'z zimmasiga oladi.

Iqtisodiy faoliyatda to'rt omil qatnashadi. Ularni ichida tadbirkorlik (tadbirkorlik qobiliyati) yer, kapital va mehnat omillarini birlashtirib, yagona ishlab chiqarish, yagona jarayonga aylantirish mas'uliyatini oladi. Tadbirkor ishlab chiqarishning harakatlantiruvchi kuchi, boshqa omillarni birlashtiruvchi bo'lib yuzaga chiqadi. Ana shu funktsiyalarni bajarish uchun tadbirkor ma'lum bir daromad, foydaga ega bo'lishga haqli.

**Foyda va uni** Bozor iqtisodiyotida foyda qiymat instrumenti umumtuzimida aniqlovchi omillar umumtuzimida muhim o'rin tutadi. U firmaning iqtisodiy barqarorligini ta'minlaydi, moliyaviy mustaqilligini kafolatlaydi.

Bozor sharoitida foyda qanday, qancha ishlab chiqarishni aniqlaydi, belgilaydi. Shuning uchun har bir ishlab chiqaruvchini qancha tovar ishlab chiqarganda va narxi qancha bo'lganda maksimal foyda olishi mumkinligi aniqlanadi. Real hayotda foyda olish - bu ishlab chiqaruvchi, bozor iqtisodiyoti pirovard maqsadi. Amaliyotda uni aniqlash oson, ya'ni umumiy tushumdan qilingan xarajatlarni ayirib aniqlaymiz. Lekin uni qanday nima evaziga shakllanishini, manbai nima ekanligini nazariy jihatdan asoslab berish qiyin. Iqtisodiy nazariyada yagona to'g'ri javob yo'q.

Foyda haqidagi dastlabki fikrlarni merkantillistlar bildirishgan. Ular foydani muomalada, tashqi savdoda nisbatan yuqori baholarda sotish tufayli kelib chiqadi deyishgan. Fiziokratlar foyda tabiat kuchlari iste'mol qiymatlarini ishlab chiqarish xarajatlariga qaraganda o'sishiga sharoit yaratishi tufayli faqat qishloq xo'jaligida yaratiladi, degan fikr bildirishgan. A.Smit va D.Rikardo moddiy ishlab chiqarish tarmoqlarida qo'shimcha qiymat yaratilishi g'oyasini yaratishdi. Smit foydani ishchini mehnat mahsulotidan kapitalist foydasiga ajratilgan qismi deb ko'rsatadi. K.Marks foydani qo'shimcha qiymatning o'zgargan shakli, avanslangan kapital natijasi, qiymat manbai esa yollanma ishchilarni mehnati deb ko'rsatadi. Qo'shimcha qiymatni foydaga, o'rtacha foydaga aylanish jarayonini, foydani o'sishini ob'ektiv va sub'ektiv chegaralarini ko'rsatib beradi.

Uning manbai haqida hozirgi paytda juda ko'p kitoblarda deyarli to'xtalmaydi.

Bir guruh iqtisodchilar daromadning barcha turlari: ish haqi, tadbirkorlik daromadi, protsent, rentani «foйда» deb atashadi.

Boshqalari faqat kapitalga protsentgina foyda bo'lishi mumkin deyishsa, uchinchi guruh iqtisodchilar qo'shimcha qiymat(to'lanmagan ish haqi)ning o'zgargan shakli hamda kapitalning aylanish tezligi natijasidir deb ko'rsatishadi.

Foyda, ko'p omilli kategoriya bo'lib, manbai A. Marshall fikricha iqtisodiy sharoitni o'zgarishi. ya'ni talab va taklif, tashqi sharoit o'zgarishi tufayli olinadi, tarmoqlararo resurlarni ko'chishi esa uni yuvilishiga olib keladi va oxir oqibat foyda barham topadi. Keyns fikriga ko'ra u bozor tizimini takomillashmagani oqibati.

Bir tomondan qarasaq tadbirkorning faoliyati, yurist, injener, menejerni o'z mehnatiga ish haqi oluvchi mutaxassislarni faoliyatidan uncha katta farq qilmaydi. Lekin aynan iqtisodiy foyda, ya'ni uning xarajatlarga kiritilmaydi, normal foydadan ortiqcha qismi tadbirkorga omil daromadi sifatida qoladi. Iqtisodiy foyda shunday sharoitda hosil bo'ladiki, bunda umumiy tushum hamma xarajatlarni (normal foydani ham qo'shib) qoplab ma'lum bir ortiqcha summani tashkil etadi.

Y. Shumpeter fikricha foyda bu faqat yangiliklar tatbiq qilish orqaligina olinadi, raqobat tufayli vaqt o'tgach yo'qoladi. Farbdagi qator iqtisodchilar foydani tadbirkorlarning tavakkal qilishi evaziga jamiyat tomonidan to'langan haq deb bilishadi.

Ko'pgina iqtisodchilar foydani manbai deb kapitalni hisoblashadi. Ularni fikricha kapitalni o'sishi investitsiya qilingan mablag'larga, investitsiyaga sarflangan foydaga bog'liq. Natijada foyda bilan kapital o'rtasida to'g'ri va qarama-qarshi qayta bog'lanish aloqalari mavjud. Statik iqtisodiyotda noaniqlik yo'q. Kelajakda nima bo'lishini oldindan belgilash xarakteri bunday jamiyatni innovatsion o'zgarishlarga to'sqinlik qiladi.

Dinamik iqtisodiyotda esa kelajak doimo noaniq.(7 va 11- boblar) Bu degani tadbirkor tavakkal qilib, xatarni o'z zimmasiga oladi. Xatar ikki xil sug'urta (avvaldan oldini olishga) qilib bo'ladigan va bo'lmaydigan xatarga bo'linadi. Aynan tadbirkorning sug'urta qilib bo'lmaydigan xatarni zimmasiga olishi iqtisodiy yoki sof foydani manbai bo'ladi.

Protsent hozirgi zamon iqtisodiyotida omil daromadi hisoblanadi. Uni tadbirkor tadbirkorlik daromadi sifatida oladimi yoki kapital egasi oladimi, foiz foydaga o'xshab omil daromadi hisoblanadi. Protsent – bu kapital egasi yil davomida oladigan daromadning ma'lum qismi.

Biz iqtisodiyotni tahlil qilganimizda statik holatda, ya'ni eng muhim parametrlar aholi soni, resurslar taklifi, ishlab chiqarish texnik darajasi, iste'molchilarni didi, u yoki bu narsani afzal ko'rishini o'zgartirmaydi deb statik jihatidan tahlil qilamiz, statik iqtisodiyotni avvaldan natijasi qanday bo'lishini ko'rsatish mumkin, unda iqtisodiy noaniqlik minimal darajada bo'ladi. Bunday sharoitda iqtisodiy foyda (boshqarish mehnatiga qo'shimcha mukofot va kapital sof unumdorligi shaklidagi daromad) yo'qolib ketishi kerak.

Ammo tadbirkorlik faoliyatini xususiyati *statik* emas *dinamik* iqtisodiyotda namoyon bo'ladi, ya'ni talab va taklif miqdorini belgilovchi omillar o'zgarib turadigan sharoitda.

Tadbirkorlik faoliyatini chuqur tahlil qilgan Y.Shumpeter iqtisodiy taraqqiyot haqida to'xtalar ekan, aynan uning ishlab chiqarish omillarini yangi kombinatsiyalarini amalga oshiruvchi sifatida qarab, quyidagi hollarni ko'rsatadi<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Y.Shumpeter Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. M.,1982g., str.159

1. Iste'molchilarga hali noma'lum yangi ne'matlar ishlab chiqaradi yoki ularni yangi sifat bosqichiga ko'taradi.
2. Shu tarmoq uchun amalda noma'lum, yangi ishlab chiqarish metodini, usulini qo'llaydi.
3. O'z mahsulotini sotadigan yangi bozorni o'zlashtiradi.
4. Yangi xom ashyo yoki yarim fabrikat manbasiga ega bo'ladi.
5. Bozor tarkibini qayta tashkil qilishni amalga oshiradi, masalan, korxonalarni monopol mavqeini ta'minlashga harakat qiladi yoki boshqa korxonani monopol mavqeini yo'qqa chiqaradi.

Taraqqiy etuvchi iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlar asosiy rol o'ynaydi. Aynan ana shunda tadbirkorlikni xususiyati ishlab chiqarish omili sifatida namoyon bo'ladi. Tadbirkor oddiy tarzda butun omillarni (resurslarni) ishlab chiqarish jarayonida birlashtiruvchi emas, balki u initsiator ularni yangicha birlashtiruvchi sifatida namoyon bo'ladi. Tadbirkor korxonasini (oddiygina) boshqarmaydi, balki boshqalarga o'xshamagan qarorlar qabul qiladi. Tadbirkor iqtisodiyotga innovatsiya, yangilik olib kiradi va iqtisodiy tavakkal qilib xatarga yo'l qo'yishiga javobgar (ma'sul) bo'ladi.

Iqtisodiy foyda nolga teng bo'lgan yoki normal foyda bu statik iqtisod va erkin raqobat (bir ko'rinishda hech qanday monopoliya yo'q) ning oqibati. Lekin bir tomondan hayotda erkin raqobat, bozorning to'la muvozanatga erishishi, statik iqtisodiyotni amal qilishi mumkin emas. Doimo ma'lum miqdorda raqobat nomukammal (bozor monopollashuvi mavjud), bozor muvozanati buzilib turadi, odamlar(individumlar) doimo optimal qaror qabul qilavermaydi. Ikkinchi tomondan, iqtisodiyot dinamik holatda bo'ladi, chunki aholi o'zgaradi, yangi xom ashyo manbalari ochiladi, fan-texnika rivojlanadi, yangi ehtiyojlar vujudga keladi va hokazo.

Iqtisodiy axborotni o'zi kamyob ne'mat hisoblanadi. Unda iqtisodiy munosabatlarda qatnashuvchilarning barchasi bir xilda foydalana olmaydi (imkoniyatga ega emas). Boshqacha ayganda har qanday raqobatni bozordagi (raqobatli) vaziyatni iqtisodiyotning dinamikligi tufayli ma'lum darajada noaniqligi bilan xarakterlanadi (7-bob). Shu bilan birga bozordagi monopollashuv tufayli ishlab chiqarish ustidan baholar ustidan ma'lum darajada nazorat mavjudligi bilan xarakterlanadi.

Aynan ana shu bozorning ma'lum darajasidagi noaniqligi, bir tomondan bozorning monopollashuvi ikkinchi tomondan iqtisodiy foydani vujudga kelishga olib keladi. Uni ayrim tadbirkorlar tomonidan ko'pincha daromad tushumni barcha xarajatlardan ortib qoluvchi qo'shimcha, ortiqcha daromad sifatida olishi namoyon bo'ladi.

Ana shu qo'shimcha daromadni vujudga kelishni bir necha sabablarini ko'rsatish mumkin: Birinchidan, iqtisodiy foydani bozor iqtisodiyotini rivojlanishiga xos noaniqlik bilan bog'liq bo'lib, tavakkal qilganiga olgan mukofot tarzida ko'rish mumkin.

Shu bilan birga shuni ham qayd qilish kerakki, tavakkalchilik xatari turlicha bo'ladi. Masalan stixiya, falokat, yong'in, baxtsiz hodisa, o'g'irlik va boshqalarni hisoblash mumkin. Bunday xatarlardan o'zini himoya qilish uchun sug'urta qiladi. Bunda tavakkalchilik xatari (qo'yilgan mablag') to'lov

xarajatlarga kiradi. Bozor iqtisodiyotida boshqa turdagi tavakkal xatarlari bo'ladi, bular talab va taklifi avvaldan ko'rib bo'lmaydigan, bilib bo'lmaydigan o'zgarishlari bilan bog'liq.

Bu o'zgarishlar butun bozordagi konyukturani o'zgarishi bilan bog'liq. U iqtisodiy tsikl bilan, davlatni iqtisodiy siyosati bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Iqtisodiyotni huquqiy asoslarini o'zgartirishni tartibga solishi metodlari (byudjet soliq, pul-kredit, tashqi iqtisodiy) bilan bog'liq. U alohida firmalarni xo'jalik yuritishi sharoitiga ta'sir kiladi. Sug'urta qilib bo'lmaydigan tavakkalchilik xatariga yo'l quyib olgan daromadi iqtisodiy foydaning manbai deyish mumkin.

Ikkinchidan, iqtisodiy foydani yangilik, yangilikni tatbiq qilishga mukofot tarzida qarash mumkin. Uchinchidan, bozordagi monopol mavqeidan kelib chiqish mumkin.

Shunday qilib tadbirkorlik omili bozordagi muvozanatni buzuvchi, talab va taklif egri chizig'ini yangi texnologiya, yangi bozorlar, yangi mahsulot, bozor tarkibini o'zgartirishni va boshqalar tarzida namoyon bo'lar ekan. U holda foyda muvozanat bahosi sifatida yuzaga chiqa olmaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, bozordagi noaniqlik bir korxonalariga iqtisodiy foyda olishga imkon yaratsa, ikkinchilarini zarar olishga olib keladi. Zarar olish mumkinligini xavfi xudda foyda olishga intilishga o'xshab iqtisodiyotning taraqqiyotiga qudratli stimuli bo'lib xizmat qiladi.

XX asr iqtisodiyot fanidagi asosiy nazariyalarni ajratib:

\* **umumli kapital nazariyasi**, (foйда funktsiya qilayotgan kapitalni har qanday ishlab chiqarishning sharti bo'lgan omili sifatidagi natijasi;

\* o'zini iste'moldan tiygani uchun (foйда kapitalistni o'z kapitalini shaxsiy iste'molga sarflamay ishlab chiqarish omillariga sarflab kutgani samarasi) mukofot;

\* foyda turli turdagi tadbirkorlik faoliyati evaziga mehnat daromadi;

\* monopoliyalarni amal qilishi natijasi sifatida talqin qiladigan guruhlariga ajratish mumkin.

Bu nazariyalarning umumiy tomoni foydaning manbai tadbirkorning iqtisodiy faoliyati natijasi deb tan olish.

Foydani mohiyatini ko'rsatishdagi nazariy yondoshuvlar evolyutsiyasi shuni ko'rsatadiki, u murakkab va ko'p qirrali kategoriya. Foyda firma darajasida ishlab chiqarishning provard natijasi bo'lib, ishlab chiqarish jarayonida barcha qatnashchilarni o'zaro munosabatlari elementi. Firma foydasi bir qator funktsiyalarni bajaradi. Ulardan eng asosiy, eng muhimlari quyidagilar:

1. Iqtisodiy foyda olishni ko'zlash resurslarni eng samarali ishlatishga rag'batlantiradi. Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish, inovatsiya kiritish, texnik jihatdan mukammallashtirishga undaydi.
2. Iqtisodiy foyda resurslarni muqobil ishlatish orqali samarali taqsimlanishini ta'minlaydi.
3. Ishlab chiqarishni kengaytirishni rag'batlantirib qolmay uni moliyalashtirish manbai bo'ladi. Firmada kapitalni optimal strukturasi ta'minlash, qabul qilingan dastur va strategiyani amalga oshirishni moliyalashtirishni ta'minlovchi mablag'lar fondini yaratishga xizmat qiladi.

Tadbirkorlik bilan shug'ullanishning sababi va maqsadi bo'lgan foyda uning moddiy asosini tashkil etadi. Foyda evaziga firma ishlab chiqarishni kengaytiradi, sotsial ehtiyojlarni moliyalashtiradi.

Foydaga yondashishga ko'ra uning quyidagi turlari farqlanadi:

1. **Buxgalteriya foydasi** - firma daromadining bir qismi bo'lib, umumiy tushumdan tashqi xarajatlarni ayirib tashlash, ya'ni chetdan olingan resurslarni ayirgandan qolgani. Bunday yondoshish faqat zimmadagi xarajatlarni oladi, yashirin xarajatlarni inkor qiladi.
2. **Iqtisodiy foyda** - firmaning umumiy daromadidan barcha xarajatlarni (tashqi va ichki, normal foydani ham qo'shib) ayirib topiladi.
3. **Balans(yalpi) foyda** - mahsulot realizatsiyadan tushum bilan moddiy xarajatlar, amortizatsiya, ish haqi yig'indisining ayirmasi. Balans foydasini yalpi(umumiy) foyda deb ham yuritiladi, chunki aynan u taqsimlash manbai va korxonona mablag'laridan foydalanish manbai bo'ladi.

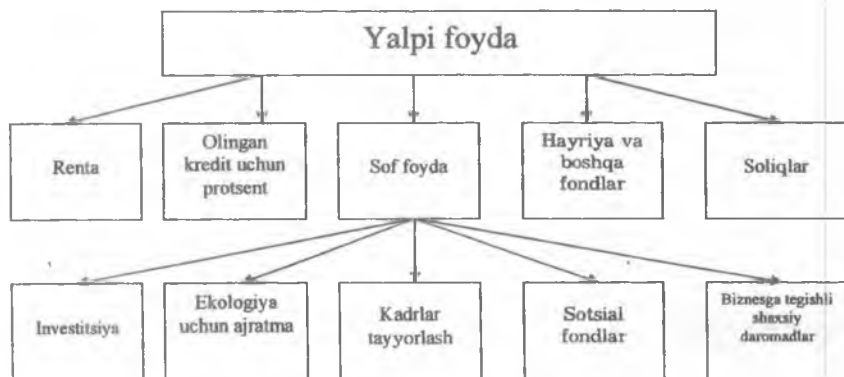
Olingan foyda avval taqsimlanib, so'ngra ishlatiladi. Foydaning qanday maqsadlarda ishlatilishini quyidagi chizma orqali ko'rish mumkin.

Foydaning bir qismi soliq sifatida davlat byudjetiga o'tkaziladi, olingan kreditga foiz to'lanadi, nobyudjet va xayriya fondlariga o'tkaziladi. Uning yana bir qismi ishchilar o'rtasida ularning foydadagi ishtiroki sifatida va har xil mukofotlar shaklida taqsimlanadi. Nihoyat, foyda investitsiya, ishlab chiqarishni kengaytirish uchun ketadi. Foydaning shaxsiy daromad sifatida korxonona egalari va ishchilariga tekkan qismini ular o'z ixtiyori bilan ishlatadilar.

Foydani tadqiqotchilar tomonidan normal, me'yoriy va maksimal foyda tariqasida ham ajratib ko'rsatiladi. Bunday yondashish tahlilning maqsadidan kelib chiqadi.

Foydaning turli shakllari korxonaning ish faoliyatini tahlil qilish imkonini beradigan ko'rsatkichlar hisoblanadi. Tahlildan maqsadga ko'ra rentabellik, realizatsiya rentabelligi va boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlar hisoblab topiladi.

### Yalpi foydaning taqsimlanishi



Korxonaning korporativ manfaati ko'proq foyda olishdan iborat.

Foydani ikki yo'l bilan ko'paytirish mumkin:

1. Narxlarni oshirish.
2. Xarajatlarni pasaytirish.

Firma uchun kamroq resurslar sarflab, ko'proq foyda olish o'ta muhimdir.

Foyda olish firma, korxonaning korporativ maqsadi bo'lib, uni iqtisodiy faoliyatining umumlashgan ko'rsatkichi hisoblanadi.

pul tushumi                      ishlab chiqarish

FOYDA = (daromad) — xarajatlari

Foydani odatda yalpi tushum(daromad) va yalpi xarajatlar o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi. Lekin bu muammo soddalashtirilgan yondashuv yangi savollar tug'diradi. Yalpi daromadni shunday hisoblash unchalik qiyin emas. Lekin yalpi xarajatlarga nimalarni kiritish kerak.

Yana tadbirkorlik funksiyalariga qaytamiz. Tadbirkor ishlab chiqarish jarayonini tashkil etar ekan firmani boshqarib, zarur iqtisodiy qarorlar qabul qiladi. U har tomonlama mutaxassis sifatida bir vaqtning o'zida menejer, injener, savdo agenti, yurist, kadrlar bo'limi boshlig'i va hakoza. Ana shu hammasini bajarish jarayonida u tadbirkorlik funksiyasini bajaradi. Bunda uning daromadi ikki bo'limgan iborat bo'ladi. Bir qismi tadbirkor ishlab chiqarishni tashkil qilish, ish yuritish, mehnatiga to'lov, uni hozirgi zamon iqtisodida so'zsiz ish haki deyiladi. Ikkinchi qismi u kapital egasi uni ishga soladi. Kapitalga daromad protsentda ifodalanishi mumkin (yer, bino, inshoot, boshqa resurslari ham bo'lish mumkin). Bular tadbirkor nuqtai nazaridan daromad, iqtisodiy nuqtai nazardan xarajat to'la xarajatlarga normal foyda ham kiradi. Iqtisodiy foyda agar umumiy xarajatlar (normal foydani ham qo'shib) ga nisbatan tushum ko'p bo'lsa vujudga keladi.

### 3-§. Foyda normasi va massasi. Qisqa va uzoq muddatli davrda firmalar muvozanati.

Firma uchun foydaning ikki jihati bor: birinchisi, foyda massasi, ya'ni uning umumiy miqdori, ikkinchisi foyda normasi, ya'ni uning nima evaziga olingani. Foydani maksimalashtirish uning ham normasini, ham massasini oshirishdir. Ammo firma uchun foyda normasi muhimroq, chunki bu firma faoliyatining samaradorligini ta'minlaydi. Foyda normasi jami foydaning (normal foyda va iqtisodiy foyda) uni topish uchun qilingan umumiy xarajatlarga bo'lgan nisbatidir:

Foyda

Foyda normasi=-----;  $R^1 = R/TS$ ;

Avanslangan kapital

Bunda  $R^1$  — foyda normasi, R foyda miqdori, TS — umumiy xarajat. Uni hisoblash uchun xarajatlardan normal foyda chiqarib olinadi va iqtisodiy foydaga qo'shiladi va qolgan xarajatlarga bo'linadi. Masalan, firma 105 ming so'm xarajat qilib, 10 ming so'm foyda ko'rgan. Xarajatlar tarkibiga 5 ming so'm normal foyda kirgan. U holda foyda normasini quyidagicha hisoblaymiz:

Foyda normasi yuqori bo'lgani holda uning massasi kichik bo'lishi va, aksincha, u past bo'lgani holda, massasi katta bo'lishi ham mumkin. U katta kapital sarflab ishlab chiqarishga ko'p resurslar jalb etsa va tovarlarni ko'plab chiqarilsa, foyda normasi past bo'lsa-da, uning massasi ko'p bo'ladi. Masalan, bir firma 100 ming so'm sarflab mingta tovar chiqaradi va 15 ming so'm foyda oladi. Demak, foyda normasi 15% ( $15:100 \times 100$ ) bo'la turib, atigi 15 ming so'm foyda ko'rgan. Boshqa firma 1 mln so'm sarflab 100 ming tovar ishlab chiqardi va 120 ming foyda ko'radi. Ikkinchi firmada foyda normasi 12% ga teng. Ikkinchi firmada foyda normasi birinchi firmaga qaraganda kam, chunki  $12% < 15%$ , ammo massasi ko'p, chunki 120 ming  $> 15$  ming so'm. Foyda normasi firmaning joriy sarf-xarajatlari naqadar samarali natija berganligini ko'rsatadi. Bu norma qanchalik yuqori bo'lsa, firma ixtiyoridagi resurslar muqobil tarzda shunchalik yaxshi ishlatilgan bo'ladi. Foyda normasini oshirishga qaratilgan urinishlarga qaramay, uning pasayib borish tendentsiyasi amal qiladi.

Iqtisodiy nazariyada foyda normasini pasayishi va uni sabablarini iqtisodchilar tomonidan turlicha tushuntiriladi.

Unga alohida diqqat qaratgan K. Marks uning sababini quyidagicha izohlaydi. Texnika taraqqiyoti bilan kapitalning uzviy tuzilishi o'sadi, ya'ni mehnatning kapital bilan qurollanishi o'sadi, natijada foyda normasi pasayadi.

Marksning foyda normasini pasayish tendentsiyasini haqidagi nazariyasiga D. Rikardoning «asr stagnatsiyasi» tendentsiyasi nazariyasi asos bo'lgan. Rikardoning fikricha jamiyat evolyutsiyasi mehnatga bo'lgan talabning ko'payishiga, u o'z navbatida aholini o'sishiga olib keladi. Aholining o'sishi yomon yer uchastkalaridan ham foydalanishni zarur qilib qo'yadi. Natijada qishloq xo'jalik mahsulotlari etishtirish uchun xarajatlar ko'payadi. Qishloq xo'jalik mahsulotlari bahosi oshadi (demak, nominal ish haqi ham). Er rentasi ham ko'payadi. Shuning uchun tadbirkor yer egasi va yollanma ishchilarning daromadidagi hissasini (garchi, ularning real ish haqi oshmasa ham) ko'paytirishi kerak. Shunga muvofiq tadbirkorning daromadidagi ulushi ham kamayadi.

Demak foyda normasining pasayish tendentsiyasi xo'jalik rivojlanishining natijasidir, degan xulosaga keladi Rikardo. Bu esa iqtisodiy o'sishning ob'ektiv chegaralarini belgilab beradi. Foyda normasining pasayib borishi investitsiyaga va ishlab chiqarishni kengaytirishga bo'lgan qiziqishni so'ndiradi. Natijada iqtisodiyot ertami-kechmi o'z rivojlanishini to'xtatadi.

Bu stagnatsiya (turgunlik) tendentsiyasini eng zarur bo'lgan tovarlar qiymatini pasaytirish orqali erishish mumkin. Bunga texnik taraqqiyot (mahsulotda mehnat sigimini kamaytirish) va chet mamlakatlardan erkin don olib kelish yo'li bilan erishiladi. Lekin texnika taraqqiyoti ham jahon savdosi rivojlanishi ham taraqqiyotning umumiy mantig'ini buza olmaydi.

Ammo hayotda Rikardo fikri ham Marks nazariyasi ham tasdiqlanmadi.

Statistik ma'lumotlar, texnik taraqqiyot doimo kapitalni uzviy tuzilishni o'sishga olib kelmaydi. Undan tashqari foyda normasi tushishi bilan kapital yangi mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltiriladi. FTT ishlab chiqarish nisbatan tez yangilanishga olib keladi, bo'sh pullarga talabni ko'paytiradi.



Real hayotda foyda olishni pasayishi mumkinligini iqtisodiy nazariyaning neoklassik yo'nalishi vakillari qisqa va uzoq muddatli davr nuqtai nazaridan qarab tushuntirishadi.

Qisqa muddatli davrda ma'lum me'yorgacha me'yoriy xarajatlar pasayib borsa, ma'lum chegaradan o'tgach me'yoriy xarajatlarni ortib borishiga, natijada o'rtacha xarajatlarni ham avval pasayib so'ngra ortib ketishiga olib keladi. Agar qisqa muddatli davrda o'rtacha xarajatlarni grafik tarzda ifodalasak, u botiq yoysimon ko'rinishni oladi.

**Me'yoriy unumdorlik, me'yoriy daromadni pasayib borishi albatta olinadigan foydani ham pasayishiga olib keladi.**

Qisqa muddatli davrda o'rtacha xarajatlarni avval kamayib, so'ngra ko'payishi, uni grafikda tasvirlanganda botiq yoysimon shaklni olishiga sabab me'yoriy unumdorlikni pasayishi qonunining amal qilishi bo'lsa uzoq muddatli davrda vaziyat boshqacha bo'ladi.

Uzoq muddatli davrda korxonaning o'z quvvatini oshirishi ma'lum bir chegaragacha o'rtacha xarajatlarni pasayishiga olib keladi, undan o'tgach esa ortib boradi. Uni iqtisodchilar ishlab chiqarish hajmining o'sishi bilan bog'liq, ishlab chiqarish ko'lami, quvvati, miqyosi (masshtabi) effektining ijobiy yoki salbiy xarakterga ega bo'lishi, ya'ni ishlab chiqarish hajmining o'sishiga ko'ra iqtisod qilish yoki yo'qotishlar bilan izohlashadi.

Korxonalar kattalashib borgan sari qator omillar o'rtacha xarajatlarni pasayib borishiga olib keladi. Ular quyidagilar:

1. Mehnatning ixtisoslashuvi. Korxonaning kengayishi mehnatni ixtisoslashuviga imkon yaratadi. Bu esa mehnat unumdorligini oshiradi. Boshqaruv xodimlarini ixtisoslashuvi: mehnat, moliya, marketing kabilar alohida bo'g'inlarga ajratilishi tufayli o'z ishini yaxshi bilgan mutaxassislar o'z mahoratini ishga solishi tufayli ishlab chiqarish samarasi ortadi. Kichik korxonalarda bunday imkoniyat yo'q.

2. Kapitaldan unumli foydalanish. Kichik korxonalar ko'pincha yangi texnika, texnologiya, asbob-uskunalaridan foydalanish imkoniga ega bo'lmaydi. Ular ko'pincha katta hajmda mahsulot ishlab chiqarishga mo'ljallangan. Masalan: mashinasozlik, avtomobilsozlik va hokozolar.

3. Asosiy mahsulotdan tashqari yordamchi mahsulot ishlab chiqarish mumkinligi. Masalan: yirik go'sht kombinati asosiy mahsulotdan tashqari, yordamchi: kley, mineral o'g'it, suyak uni, dori-darmon va boshqa mahsulotlarni ishlab chiqarishi mumkin. Ular asosiy mahsulot uchun chiqit bo'lgan xom ashyodan tayyorlanadi.

4. Boshqa omillar. Ko'pchilik mahsulotlarni ishlab chiqarish loyihalash, konstruktorlik ishlari, sinash, sotish va boshqalar uchun ko'payishi bilan o'rtacha xarajatlarni pasayishiga olib keladi. Shuning imkoniyati katta sohalarda yirik korxonalar vujudga keladi. Lekin ma'lum chegaradan so'ng korxonani yanada kattalashtirish o'rtacha xarajatlarni kamaytirish emas balki, ortib borishiga olib keladi. Bunga sabab quyidagilar.

1. Boshqarish bilan bog'liq qator muammolarni kelib chiqishi. Korxonaning haddan ziyod kattalashuvi, boshqaruv bo'g'ini haddan tashqari kengayib ko'payib ketishiga olib keladi. Ular o'rtasida byurokratlik o'sib, bir-biriga mos tushmagan, gohida zid, hamda kechikib qaror qabul qilish xollari ko'payib

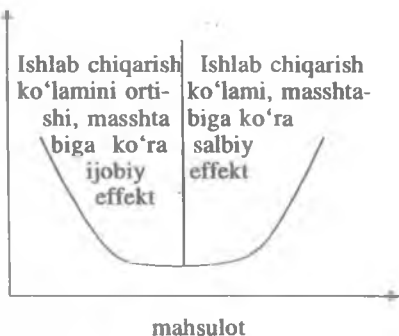
boradi. Samarali boshqarish, korxonada faoliyatini nazorat qilish, ishni tashkil qilish qiyinlashadi. Axborot etkazishda muammolar kelib chiqadi.

2. Iste'molchilar talabi yoki ishlab chiqarish texnologiyasini o'zgarishiga tezda moslasha olmasligi. Katta hajmdagi asbob uskuna, ishlab chiqarish liniyalarini o'zgartirish ko'p vaqt talab qiladi.

3. Ishlab chiqarish omillarini sotib olish yoki tayyorlashdagi yo'qotishlar ham ta'sir qiladi.

### Uzoq muddatli davrda ishlab chiqarish ko'lamiga ko'ra masshtab effektining o'zgarishi

xarajatlar

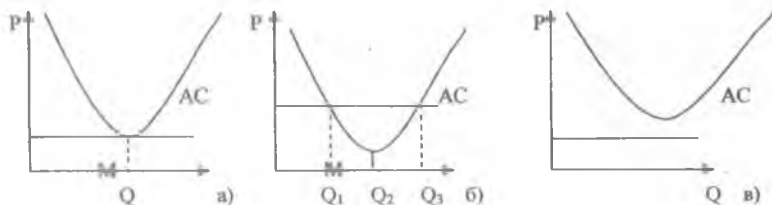


Firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini belgilaganda, ishlab chiqarish hajmini ortishi qanday natijaga olib kelishiga ko'ra qaror qabul qiladi.

Demak foyda (daromad) pasayishi qisqa muddatli davrda me'yoriy unumdorlikni pasayishi sababli yuz bersa, uzoq muddatli davrda esa korxonada quvvatining ortishi dastlab ijobiy effektini ustun bo'lsa, ma'lum chegaradan so'ng salbiy effektlarni ortishi tufayli yuz beradi tushuntirish mumkin.

Shuning uchun firmalar qisqa muddatli davrda ham uzoq muddatli davrda foydani pasayishi kuzatilishi bilan tezda zarur chora-tadbirlar belgilaydi.

**Qisqa muddatli** O'rtacha xarajatlar dinamikasi firmaning bozordagi ahvolini davrda firmalar xarakterlaydi. Lekin ishlab chiqarish va taklifning optimal muvozanati hajmini ko'rsatmaydi. Bir tarmoqda texnik qurollanish, ishlab chiqarish ko'lamini, ishlab chiqarishni



tashkil etish va boshqa jihatlari bilan farqlanuvchi turli firmalar faoliyat yuritadi. Demak ularning xarajatlari ham har xil. Firmalarning o'rtacha xarajatlarini narxlar bilan taqqoslash bu firmalarning bozordagi holatini baholash imkonini beradi. Erkin raqobat sharoitida baholar o'ziga xos tashqi chegara rolini o'ynaydi. Yuqori baholar yangi firmalarni kirib kelishi, eskilarini saqlab qolishga imkon bersa, past baholar esa ularni zarar ko'rishi va tarmoqni tark etishiga olib keladi. Uni yuqoridagi grafiklar yordamida tadqiq qilishimiz mumkin.

Qisqa muddatli davrda firmaning ishlab chiqarish quvvati o'zgar olmaydi. Shuning uchun ular o'z foydalarini maksimallashtirish va zarralarini minimallashtirishni faqat o'zgaruvchi xarajatlar(material, xom ashyo, mehnat haqi kabilar) miqdorini o'zgartirish orqali erishiishlari mumkin.

Grafikdan ko'rinib turibdiki ( a ) rasm), firma M nuqtada o'zining minimal o'rtacha xarajatlarini qoplay oladi. M nuqta foyda nuqtasi xisoblanadi (ya'ni faqat normal foyda oladi). Ikkinchisi ( b ) rasm)da o'rtacha xarajatlar narxlardan past, ular ma'lum xajmda fakat normal foyda emas, iqtisodiy foyda xam oladi. Uchinchisi ( v ) rasm)da esa firmalar har qanday hajmda ishlab chiqarish miqdorida firma bozorni tark etishi kerak, chunki uning xarajatlari narxdan ancha yuqori.

Ikkinchi ( b ) rasm bo'yicha) firmaning o'rtacha xarajatlari har ikki ko'rsatilgan firmalar xarajatidan past. M nuqtada xarajatlarni Q xajmda eng minimal o'rtacha xarajatlar deb aytamiz. Bu nuqtada firmaning bir birlik mahsuloti eng ko'p foyda keltiradi deb ayta olamiz. Lekin uni firmaning ishlab chiqarishini muvozanatga erishgan optimal xajmi deb ayta olamizmi? Ma'lumki, ishlab chiqaruvchilarni bir-birlik mahsulotdan olinadigan foyda emas, balki olinadigan foyda massasi qiziqtiradi. Demak firmaning foydasini maksimal darajada bo'lishini ta'minlovchi ishlab chiqarish hajmini aniqlashimiz kerak. O'rtacha xarajatlar chizigi uni ko'rsata olmaydi. Uni iqtisodchilar ikki yo'l bilan aniqlashni tavsiya etishadi:

1. Yalpi daromad<sup>1</sup> bilan umumiy xarajatlarni taqqoslash;
2. Me'yori daromad bilan me'yoriy xarajatlarni taqqoslash orqali;

Me'yoriy xarajatlar egri chizigi xarajatlar va o'zgaruvchi xarajatlardan farq qiladi. Qo'shimcha ishlab chiqarish yo'q bo'lsa MS ham yo'q bo'ladi.

Qo'shimcha ishlab chiqarish qo'shimcha xarajatlarni talab qiladi. Shu bilan birga qo'shimcha daromad ham olib keladi. Qo'shimcha daromad, boshqacha aytganda me'yoriy daromad  $MR=TR_n - TR_{(n-1)}$ ga teng. Erkin raqobat sharoitida alohida firma bozor bahosiga ta'sir o'tkaza olmaydi. Qancha mahsulot bo'lsa ham bir xil bahoda sotadi. Bu degani erkin raqobat sharoitida qo'shimcha sotilgan mahsulotdan olingan qo'shimcha daromad har qanday hajmda teng bo'ladi, ya'ni me'yoriy daromad narxga teng  $MR=P$  bo'ladi.

Qo'shimcha xarajatlar bilan qo'shimcha daromadni solishtirib, mazkur baholarda qaysi nuqtada, ya'ni qancha hajmda maksimal darajada foyda massasiga ega bo'lib muvozanatga erishadi, nisbatan to'g'ri aniqlay olamiz. Bu firma qo'shimcha xarajatlar hisobiga qo'shimcha daromad olar ekan, ishlab chiqarish hajmini ko'paytirib boradi. Agar me'yoriy xarajatlar me'yoriy

<sup>1</sup> Bu yerda daromad deganda mahsulotlarni sotib olinadigan tushum ko'zda tutiladi

daromadlardan ortib ketar ekan firma zarar ko'rishni boshlaydi. Bu haqda yuqorida ham to'xtab o'tganmiz.

Shunday qilib, firmaning qisqa muddatli davr uchun ham uzoq muddatli davr uchun ham muvozanatga erishish sharti sifatida  $MC=MR_{ni}$ , ya'ni me'yoriy xarajatlarni me'yoriy daromad bilan tengligini ko'rish mumkin. Mukammal raqobatga asoslangan bozorda me'yoriy daromad doimo narxga teng bo'lgani uchun firmaning muvozanat sharti  $MC=P$  shaklini oladi.

Me'yoriy xarajatlarni me'yoriy daromadlar bilan taqqosdash o'ziga xos signal vazifasini bajarib, tadbirkorni ishlab chiqarishni optimal darajasiga erishildimi yoki foydani yanada o'sishini kutish mumkinligi to'g'risida axborot beradi. Oxir-oqibat, firmaning har qanday ishlab chiqarish hajmida o'rtacha xarajatlari narxdan yuqori bo'ladigan bo'lsa, firma zarar ko'radi. U boshqa ishlab chiqarishga ixtisoslashishi yoki bozorni tark etishi kerak. Lekin me'yoriy xarajatlar dinamikasi orqali firmaning foydasi massasini to'g'ri aniqlab bo'lmaydi. Sababi unda doimiy xarajatlarni hisobga olmaganmiz.

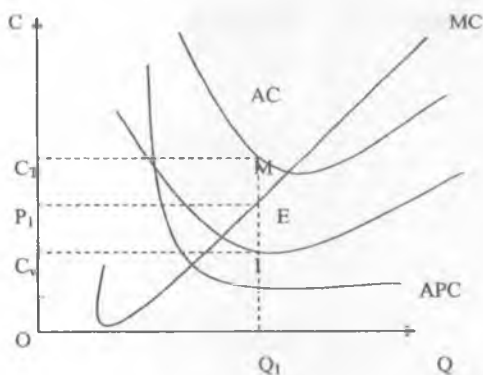
Firmaning yalpi foydasini yalpi tushumdan umumiy xarajatlarni ayirib topamiz. Yalpi tushumni mahsulot miqdorini narxga ko'paytirib ( $TR=QxP$ ) topamiz. Umumiy xarajatlarni esa mahsulot miqdorini o'rtacha xarajatlarga ( $TC=QxAC$ ) ko'paytirib topamiz. Shunday qilib, me'yoriy xarajatlar bilan me'yoriy daromadlar tahlili hamda o'rtacha xarajatlar dinamikasi tahlili bilan birgalikdagina olinadigan foyda massasini aniq hisoblashimiz mumkin. Yuqoridagi rasmlardagi uch xil vaziyat bo'yicha, agar me'yoriy daromad egri chizig'i o'rtacha xarajatlar egri chizig'iga urinib o'tsa, yalpi xarajatlar yalpi daromadga teng bo'ladi, firma normal foyda oladi. Chunki, mahsulot narxi o'rtacha xarajatlarga teng.

Agar, ma'lum bir intervalda narx chizig'i bilan me'yoriy daromad egri chizig'i o'rtacha xarajatlar egri chizig'idan yuqorida joylashsa, muvozanat nuqtasi  $M$ (ya'ni, shu optimal hajmdagi mahsulot ishlab chiqarish)da firma sof foyda oladi.

Agar, o'rtacha xarajatlar har qanday hajmda narxdan yuqori bo'lsa, u holda firma optimal darvjada ishlab chiqarishda ham zarar ko'radi.

Qisqa muddatli davrda firma shunday vaziyatda bo'lishi mumkinki, uning olgan tushumi xarajatlarini qoplamaydi. Bunday holatda u zararni minimallashtirishga harakat qilishi kerak. Firmani qisqa muddatli davrda kelajakda maqsadiga qarab, uning uchun ishlab chiqarishni davom ettirish yoki vaqtincha to'xtatish kerakmi, aniqlashi kerak. Qaysi holatda uning uchun zarar kamroq bo'ladi?

Agar firma hech narsa ishlab chiqarmasa u faqat doimiy xarajatlar qiladi xolos. Agar firma mahsulotni ishlab chiqarsa, doimiy xarajatlardan tashqari o'zgaruvchi xarajatlar ham qiladi. Shu bilan birga ma'lum miqdorda daromad ham oladi. Shuning uchun qachon firma zararni minimallashtirishi mumkinligini aniqlash uchun baho bilan o'rtacha xarajatlarnigina emas, balki o'zgaruvchi xarajatlarni xam taqqoslaydi.

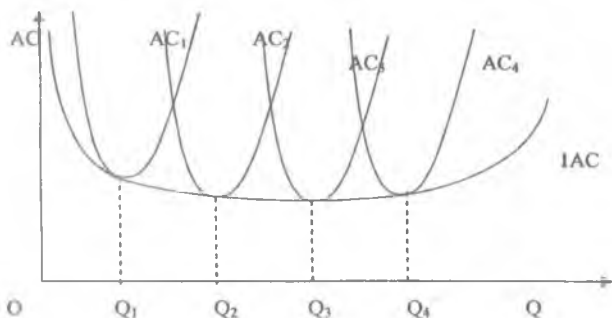


Chizmada AS egri chizig'i M nuqtada minimal bo'lishi kerak

Bu vaziyatni o'rganish uchun yuqoridagi chizmadan foydalanamiz.  $R_1$  bozor bahosi minimal o'rtacha xarajatlardan past, lekin o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlardan yuqori. Optimal ishlab chiqarish hajmi  $Q_{1a}$  o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari  $Q_1M$  bo'lagi o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar  $Q_1I$  bo'lagiga teng. Muvofiq ravishda  $M1$ - bu o'rtacha doimiy xarajatlar. Agar firma ishni davom ettirsa uning umumiy yalpi tushumi ( $OP_1EQ_1$ ) umumiy xarajatlardan (to'rtburchak  $OC_1HQ_1$ )dan) kam bo'ladi. Bunda o'zgaruvchi xarajatlar (to'rtburchak  $OC_1IQ_1$ ) doimiy xarajatlarni bir qismi qoplanadi. Zarar to'rtburchak  $S_1R_1ME$  ga teng bo'ladi. Agar ishlab chiqarish to'xtasa doimiy xarajatlarni xammasi  $C_2C_1M1$  (to'rtburchak) Shunday qilib narx o'rtacha minimal xarajatlardan past, lekin o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlardan yuqori ekan, firma uchun qisqa muddatli davrda ishlab chiqarishni davom ettirgan afzal. Agar narx o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlarga teng bo'lsa, u xolda firma uchun baribir, ishlab chiqarishni davom ettiradimi yoki to'xtaydimi. Lekin narx o'rtacha minimal o'zgaruvchi xarajatlardan pastga tushib ketsa ishlab chiqarishni to'xtatish kerak.

Individual firmalarning taklifini yig'indisi tarmoq taklifini hosil qiladi. Narx o'sar ekan, firmalar o'z ishlab chiqarishni kengaytiradi. Bu o'z navbatida taklifni ham o'sishga olib keladi. Bu hol yalpi taklif yalpi talabga mos kelguncha davom etadi. U ma'lum bir narx darajasida yuz beradi. Undan so'ng bu ma'lum bir qisqa muddatli davrda saqlanib turish tendentsiyasiga ega bo'ladi.

**Uzoq muddatli** Uzoq muddatli davrda vaziyat boshqacha bo'ladi. Uzoq muddatli davrda firma davr nuqtai nazaridan, birinchidan, firmalar uchun barcha muvozanati. xarajatlar o'zgaruvchi; ikkinchidan, bozorda firmalarning soni ham o'zgaradi. Uzoq mudatli davrda mahsulot hajmini o'zgarishiga qarab o'rtacha xarajatlar ham o'zgaradi.

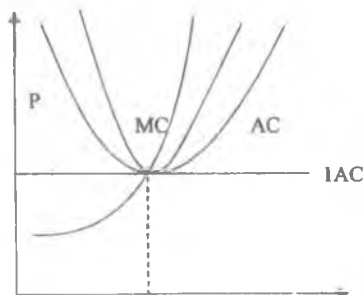


Dastlab firmalarning xarajatlari qanday o'zgarishini ko'raylik. Uzoq muddatli davrda firma ishlab chiqarishni kengaytirish yoki aksincha kamaytirish uchun faqat o'zgaruvchi xarajatlarni ko'paytirish yoki pasaytirish bilan cheklanmaydi. Sababi omillar o'rtasidagi optimal nisbat buzilib, samaradorlik pasayib ketishi mumkin. Foydani ko'paytirish uchun firma o'z quvvatini o'zgartiradi. Bunda doimiy xarajatlar o'zgaradi, firmaning o'rtacha xarajatlari ham o'zgaradi va u yangi egri chiziqda ifodalanadi.

Yalpi o'rtacha xarajatlar egri chizig'i ishlab chiqarishning eski AS o'rtacha xarajatlari egri chizig'iga nisbatan qanday bo'ladi? Bu masshtab effektiga bog'liq. Firma ishlab chiqarish hajmini o'zgartirib, yangi qisqa muddatli davrga o'tadi. Grafikdan ko'rish mumkin har safar yangi qisqa muddatli davrda ijobiy effekt xarajatlarni pasayishiga, mahsulot ishlab chiqarishning ma'lum bir hajmidan so'ng salbiy effektga o'tilishi bilan xarajatlar o'sishiga olib keladi va LAS bo'ylab xarakatlanadi.

Shuning uchun ishlab chiqarish jalb qilinayotgan resurslarga qarab firma o'z ishlab chiqarishini optimal hajmini belgilaydi va uzoq muddatli davrda o'rtacha xarajatlarni minimallashtirishga erishiladi.

Endi tarmoqda firmalar sonini o'zgarishi variantini ko'raylik. Avvalgi grafik Agar bozor bahosi o'rtacha xarajatlardan yuqori bo'lsa firma iqtisodiy foyda oladi.



$MC = P = AC = LAC$  Bu holat yuqoridagi chizmada ko'rsatilgan.

Bu holda tarmoqqa yangi firmalar kirib keladi. Firma uchun ahvol yomon bo'lsa, u tarmoqdan chiqib ketadi, taklif qisqaradi. Boshqa sharoit o'zgarmagani holda, narx o'sishni boshlaydi, bu xolat firma normal foyda olguncha davom etadi.

Oxir-oqibat narx minimal o'rtacha xarajatlarga teng bo'lgan holda tarmoqda faoliyat yuritayotgan firmalar soni o'zgarishi tendentsiyasi amal qilmaydi. Mazkur raqobatli tarmoq uzoq muddatli muvozanat holatida bo'ladi. Uni shartlarini quyidagicha ifodalash mumkin:

Bundan shunday xulosa chiqarish mumkin: erkin raqobat kurashiga asoslangan bozorda uzoq muddatli davrda manna shu darajadagi ishlab chiqarish jarayonida cheklangan resurslardan samarali foydalanish nuqtai nazaridan ham, resurslarni turli tarmoqlar o'rtasida samarali taqsimlanishi nuqtai nazaridan ham iqtisodiy samaradorlikka erishiladi.

Bir tomondan,  $R = AS$  sharti narxni firmaning minimal o'rtacha xarajatlar darajasida, ya'ni ishlab chiqarishni eng kam resurslar sarflanadigan samarali texnologiyadan foydalangan sharoitda muvozanatga erishadi. Undan tashqari  $AS = LAS$  firmaning qisqa muddatdagi o'rtacha xarajatlari uzoq muddatli minimal o'rtacha xarajatlarga teng bo'lsa optimal quvvatga (kattaligi) ega bo'lishiga erishilganini ko'rsatadi.

Ikkinchi tomondan,  $R = MS$  shu mahsulotning narxi, me'yoriy nafillikni me'yoriy xarajatlarga tengligi, qo'shimcha mahsulot birligining muqobil qiymatini o'lchovi sifatida me'yoriy xarajatlar nazarda tutiladi. Shunday qilib bu shart cheklangan resurslar iste'molchilarning tanlovi asosida taqsimlanayotganini ko'rsatadi.

Uzoq muddatli davrda tarmoqlar tarkibiga kiruvchi firmalarning holatiga ko'ra tarmoqda o'rtacha xarajatlar kamayib borishi, o'zgarishligi yoki ko'payib borishi mumkin. Muvofiq ravishda foyda ham: ko'payishi, o'zgarishligi, kamayishi mumkin.

Qaysi tarmoqda qisqa muddatli davrda foyda yuqori bo'lsa, uzoq muddatli davrda shu tarmoqqa yangi firmalar kirib keladi. Taklif ko'payadi, narx tushadi. Natijada iqtisodiy (sof) foyda olish tugaydi.

Qaysi tarmoqda qisqa muddatli davrda firmalarning o'rtacha xarajatlari yuqori, baho past bo'lsa, uzoq muddatli davrda ko'p firmalar bu tarmoqni tark etadi. Taklif kamayadi. Narx ko'tariladi. Firmalar normal foyda olishini boshlaydi.

Shunday qilib bozor iqtisodiyoti sharoitida olinayotgan normal foydaga ko'ra firmalarning uzoq va qisqa muddatli davrda muvozanatiga erishiladi.

**Firmaning bankrot bo'lishi** Foyda olish yuzaki qaraganda osonga o'xshaydi. Lekin firma har qanday tovar ishlab chiqarar ekan, uni

so'tish bilan darrovda foyda olishni boshlamaydi. U eng avvalo, sarflagan xarajatlarni doimiy, so'ngra o'zgaruvchi xarajatlarni qoplaydi. Sotilgan mahsulotlarni qiymati umumiy xarajatlar bilan tenglashadi, ya'ni xarajatlarni qoplash nuqtasiga etadi. Ana shu nuqtadan o'tgandan keyin tovarlar ishlab chiqarishni ko'paytirish natijasida foyda olish boshlanadi. Uni massasi sotilgan tovar miqdori o'sgan sari ko'payib boradi. Ma'lum chegaragacha, yuqorida ko'rganimizdek me'yoriy xarajatlarga olingan me'yoriy daromad nisbati tenglashguncha davom etadi, so'ngra foyda kamayib boradi. Ishlab chiqarish hajmini oshirar ekan, korxonada bir vaqtning o'zida qisqa muddatli ishlab chiqarish masalalarining echimlariga hamda uzoq davrga mo'ljallangan ishlab chiqarish omillarini o'zgartirish rejalarini, ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishni nisbatan samarali variantini tanlashi kerak.

Qisqa muddatli davrda ishlab chiqarish omillari nisbatan o'zgarmaydi, asosiy diqqat xarajatlarni tejab-tergab sarflashga qaratiladi.

Uzoq muddatli davrda ishlab chiqarish omillarini barchasini o'zgartirish uchun vaqt etadi. Bunda diqqat omillar nisbatini o'zgartirib, ularni eng optimal variantini topishga qaratiladi.

Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti raqobatchilikka asoslangan bo'lib, uning shafqatsiz shart-sharoitlariga hamma tadbirkorlar ham dosh bera olmaydi. Ko'pincha korxonalar bankrot bo'lib ketadi.

Bankrotlikning asosiy sababi xarajatlarning haddan tashqari ko'payib ketishidir. Ayrim paytlarda korxonaning xaytarib bo'lmaydigan xarajatlari, ya'ni chiqimlari ham ko'payib ketadi. U xarajatlar shamolga sovrilgan mablag' bo'ladi. Masalan, mahsulotni chirib ketishi, sotilmay qolib ketishi.

Korxonani bankrot deb e'lon qilish, uning to'lovga noqobilligini aniqlash qiyin, chunki bankrotlikning aniq mezonlarini belgilamay bir fikrga kelish juda qiyin.

Buni hisobga olgan holda respublikamizda bankrotlikning huquqiy asoslarini yaratishga diqqat-e'tibor qaratildi. 1994 yili «Bankrotlik to'g'risida» qonun qabul qilindi.

Bu qonunda korxonaning to'lovga noqobilligi belgilari aniq berilgan bo'lib, ular mavjud bo'lsa, korxonaga nisbatan tegishli sud rasmiyatchiligini boshlab yuborish mumkin.

Bankrotlik to'g'risidagi qonunga ko'ra korxonaga 90 kun mobaynida olgan qarzini to'lay olmasa kreditor xo'jalik sudiga bu korxonani bankrot qilish to'g'risida murojaat qilishi mumkin.

Korxonaga vaqtincha to'lovga layoqatsiz bo'lsa, o'zini bankrot deb tan olmaydi. O'z faoliyatini davlat byudjeti mablag'lari hisobidan amalga oshiruvchi korxonaga ham bankrot deb tan olinishi mumkin emas.

Umuman olganda, iqtisodchilarning bankrotlikka qarashlarini 2 guruhga bo'lish mumkin.

Birinchi guruh iqtisodchilar korxonalar iqtisodiy jihatdan mustaqil bo'lib, ishni eplay olmasa, yopilib tugashi kerak, degan fikrni ilgari sursalar, ikkinchi guruh iqtisodchilar ular uchun ma'lum muddat sharoit yaratib saqlab qolishga harakat qilish kerak, degan fikrdalar. Albatta, shunday korxonalar borki, ularni saqlab qolish milliy iqtisodiyotimiz ravnaqi uchun zarur. Shuni hisobga olgan holda bankrotlik alomatlariga ega iqtisodiy nochor korxonalarni sanatsiyalash maqsadga muvofiq deb topilsa, ularga to'lov qobiliyatini tiklab olishi uchun fursat beriladi hamda chetdan boshqaruvchi tayinlanadi. Sanatsiya (lotincha, sog'lomlashtirish degan ma'noni anglatadi) muddati 18 oygacha belgilanib, shu vaqt mobaynida korxonaga o'z to'lov qobiliyatini tiklashi, buning uchun zarur chora-tadbirlarni ishlab chiqishi va amalga oshirishi zarur.

#### 4- §. Ishlab chiqarish omillarining nisbati. Xarajatlarni minimallashtirish nazariyasi.

Tadbirkor ishlab chiqarish bilan shug'ullanar ekan, uning oldida ishlab chiqarish bilan bog'liq muammolar mavjud bo'ladi. Bu muammolarni uch darajada ko'rish mumkin.

1. Tadbirkorning oldida belgilangan miqdordagi mahsulotni qanday ishlab chiqarish mumkinligi masalasi turadi. Bu muammo ishlab chiqarish xarajatlarini qisqa muddatda minimallashtirish masalasiga kiradi.

2. Tadbirkorning oldida ishlab chiqarilayotgan mahsulotni optimal, ya'ni eng ko'p foyda keltiradigan variantini aniqlash turadi. Bu — qisqa muddatda foydani maksimallashtirish masalasiga kiradi.



3. Tadbirkorning oldida korxonaning eng optimal quvvatini, mahsulot ishlab chiqarish hajmini, ya'ni katta-kichikligini aniqlash muammosi turadi. Bu, uzoq muddatda foydani maksimallashtirish masalasiga kiradi. Qiska va uzoq muddatda foydani maksimallashtirish masalasini ko'rib chiqdik. Endi ishlab chiqarish xarajatlarini minimallashtirish masalasini ko'rib chiqamiz.

Tadbirkor xarajatlarni minimallashtirish uchun eng avvalo ishlab chiqarish omillarining eng samarali nisbatini topishi kerak. Chunki u shundagina qo'ygana maqsadiga erishish mumkin. Buni aniqlash uchun ishlab chiqarish omillari befarqlik egri chizig'i izokvantadan foydalanamiz. U ishlab chiqarish omillarining har qanday birlashuvi bir xilda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlar edi (3- bob). Omillarning har qanday nisbatda birlashuvi bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishga olib kelsa, endi tadbirkor ana shu omillarni sotib olish uchun ularni qanday nisbatda bo'lganda eng kam xarajat qilishini aniqlash kerak. Aytaylik, biron turdagi 100 dona mahsulot ishlab chiqarish uchun kapital va mehnatning turli kombinatsiyalari (nisbat)dan foydalanish mumkin. Bir ishchi ish haqi 2 dollar, kapital birligining qiymati 3 dollar bo'lsin. U holda misolimiz jadval shaklida quyidagicha bo'ladi. (Misolimiz P. Samuelsonning «Ekonomika» kitobi bo'yicha.)

Bizni misolimizda qanday qilib stanoklar soni bilan ishlovchilar sonining optimal miqdorini aniqlasa bo'ladi? Buning uchun omil evaziga olingan me'yoriy mahsulot hajmi bilan mehnat bahosini taqqoslaymiz. Stanok me'yoriy mahsuloti hajmi bilan stanokning narxini taqqoslaymiz. Bir mehnat omilini ikkinchisi bilan almashtirish ularning me'yoriy mahsulot hajmi va xarajatlari teng bo'lguncha davom etadi:

$A_1$  — omil evaziga me'yoriy mahsulot, misolimizda ishlovchilar soni o'zgarmagani holda qo'shimcha kapital ishga tushirilishi evaziga olingan qo'shimcha mahsulot;

$V_1$  — omil evaziga me'yoriy mahsulot, misolimizda kapital miqdori o'zgarmagani holda qo'shimcha jalb qilingan ishlovchi evaziga yaratilgan qo'shimcha mahsulot;

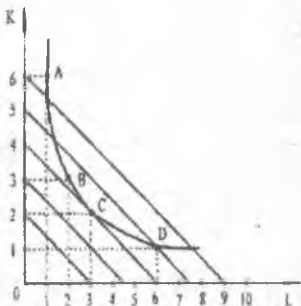
$A_2$  — omilning narxi, misolimizda stanokning narxi (to'g'rirog'i amortizatsiya haqi);

$V_2$  — omilning narxi, misolimizda ishchining ish haqi. Umumiy tarzda avval ko'rsatsatib o'tganimizdek,  $MR=MS=R$

Tadbirkor ishlab chiqarishning «qimmat» omilini «arzon» omil bilan almashtiradi. Bu almashtirish yuqorida ko'rsatilgandek shu omillar hisobiga olingan me'yoriy mahsulot va unga ketgan xarajatlar tenglashguncha davom etadi.

Misolimizni chizma tarzda tasvirlaylik.

Ishlab chiqarish omillarining har qanday birlashuvi, ya'ni 6K va 1L yoki 3K va 2L,



k	6	3	2	1
L	1	2	3	6

2K va 3L yoki 1K va 6L bir xilda mahsulot ishlab chiqarish hajmini ta'minlaydi.

Lekin shulardan qaysi biri tadbirkor uchun eng arzon tushadi?

Jadvalning ma'lumotlari asosida teng mahsulot egri chizig'ini topamiz yoki ishlab chiqarishning befarqlik egri chizig'i (izokvanta)ni aniqlaymiz.

Endi teng xarajatlar, ya'ni abstsissa va ordinata o'qlari bo'yicha ishlab chiqarish omillariga qilingan xarajatlar teng nuqtalarini aniqlaymiz va to'g'ri chiziq o'tkazamiz. Bu chiziqlar izokostlar (isokost curve) deb ataladi. U tadbirkorning byudjeti cheklanganligi chizig'ini ko'rsatadi.

Avval ko'rsatganimizdek, kapital birligining narxi 3000 dollar, mehnat 2000 dollar bo'lsin. Agar tadbirkorning puli atigi 6000 dollar bo'lsa, u shu puliga 2 birlik kapital sotib olishi mumkin. Yoki faqat mehnatga sarflasa, 3 kishini ishga yollashi mumkin. U holda ordinata o'qiga kapital, abstsissa o'qiga mehnatni joylashtirib grafikda tasvirlasak, quyidagi ko'-rinishda bo'ladi.

Tadbirkor mablag'ini faqat kapital yoki faqat mehnatga sarflanishi mumkin bo'lgan nuqtalarni birlashtirsak, 6000 dollarlik izokostning to'g'ri chizig'i kelib chiqadi. Shu to'g'ri chiziqdagi har bir nuqta K va L ning turli nisbatdagi birlashuvini, lekin umumiy xarajatlar 6000 dollardan oshmasligini ko'rsatadi. Endi tadbirkorning puli 9000 dollar, 12000 dollar va hokazo deb, yana avvalgicha nuqtalarni topib to'g'ri chiziq o'tkazib, har biri uchun alohida izokost chizig'ini topamiz.

Biz alohida-alohida bir xil hajmdagi mahsulot ishlab chiqarish uchun omillarning turlicha birlashuvini hamda teng xarajatlar asosida omillar miqdorini o'zgarishini ko'rib chiqdik. Endi ana shu har ikki grafikni bitta qilib tasvirlaymiz.

Hamma nuqtalarni, ya'ni teng mahsulot miqdori bilan teng xarajatlar chiziqlarini qarab chiqsak, ular S nuqtada bir-biriga urinib o'tar ekan (lekin kesishmaydi). Aynan ana shu teng xarajatlar chizig'iga, teng mahsulot egri chizig'i urinib o'tgan nuqta ishlab chiqarish xarajatlarning minimal darajasini ko'rsatadi. Bizni misolimizda kapital 3000 dollar, mehnat 2000 dollar. Tadbirkor mablag'ini 2 birlik kapital va 3 birlik mehnatga sarflasa, omillarning eng optimal darajada birlashuvini ta'minlagan bo'lar ekan. Befarqlik egri chizig'i bilan izokost — xarajatlar tengligi to'g'ri chizig'i S nuqtada urindi. U  $(2 \cdot 3K) + (3 \cdot 2L) = 12000$  dollarni tashkil etadi. Demak, tadbirkor 12000 dollar mablag' sarflab, uni 2 birlik kapitalga sarflab 3 kishini ishga yollasa, eng maqbul darajada omillarni birlashuvini ta'minlab, minimal darajada xarajat qilishga erishar ekan. Omillarning bundan boshqa har qanday nisbatda birlashuvi unga qimmatga tushadi.

Masalan, 3K va 2L yoki 6K va 1L.

Befarqlik egri chizig'i kontseptsiyasi italiyalik olim V. Pareto tomonidan XX asr boshlarida ishlab chiqilib, keyinchalik 1930 yili ingliz olimi D. R. Xiks tomonidan chuqurlashtirilgan.

Iqtisodiy faoliyatni tahlil qilishda vaqt muhim rol o'ynaydi. Odatda, qisqa muddatli davr (bunda ishlab chiqarish quvvati o'zgarmay qoladi) va uzoq muddatli davr (bunda ishlab chiqarishning barcha omillarini o'zgarishi uchun etarli bo'lgan vaqt) nazarda tutiladi.

Amerikalik iqtisodchilar Duglas va Solou 20- yillar (XX asr) dan ishlab chiqarishni statistik jihatdan tadqiq qilib, 100 yil davomida qanday o'zgariganini o'rganib, ishlab chiqarish kapital va mehnat omillari mahsulot ishlab chiqarilishining o'sishiga qanday ta'sir ko'rsatishini aniqlashdi.

Ular mehnatni 1% o'sishi mahsulotni umumiy o'sishini 3/4 qismini tashkil etsa, kapitalning o'sishi 1/4 qismini tashkil etishini aniqlashdi.

Bu xulosa butun jamiyatga taalluqli bo'lgani uchun, bu indeksni (3/4 va 1/4) agregat indekslari deb ataldi. Mahsulot ishlab chiqarish bilan ishlab chiqarish omillari o'rtasidagi bog'lanish Duglas va Solouning ishlab chiqarish agregat funksiyasi deb ataladigan bo'ldi. Shunday qilib, Duglas va Solou xulosalari asosida iqtisodiy rivojlantirishning retsepti taklif etildi: «insoniy kapitalga» ko'proq mablag' sarflash kerak, chunki mehnat ishlab chiqarish hajmini ko'paytirish, o'stirishda ishlab chiqarish vositalari (kapital)ni o'stirishga qaraganda ko'proq samara beradi.

Shuning uchun iqtisodiy fanlar sohasining olimlari mehnat unumini oshirishning yangi yo'llarini qidirishga kirishib ketdilar. (Ma'lumki, mehnat unumdorligi vaqt birligida ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan o'lchanadi.) Shunday qilib, insoniy munosabatlar, sotsial sherikchilik nazariyasi va hokazolar vujudga keldiki, bu nazariyalar, eng avvalo har bir insonni ishlab chiqarish natijalari qanday bo'lishiga qiziqishini, diqqat-e'tiborini qaratishni ta'minlashga qaratilgan. Bu degani ishlab chiqarish faqat mehnatdan yaxshi foydalanish evaziga ko'payadi degani emas. Duglas va Solou fikricha hozirgi zamonda mehnat ishlab chiqarishning asosiy omili ekan, sababi mahsulot ishlab chiqarishni o'sishini boshqa omillarga qaraganda ko'proq ta'minlaydi.

### Xulosa

\*Bozor iqtisodiyotining muhim afzalliklaridan biri mavjud resurslardan tejab-tergab samarali foydalanishni rag'batlantirishdir. Nazariy jihatdan qarasak, korxonalar, firma resurslarni sotib olib ishga solganda u ishlab chiqarish omillariga aylanadi. Yaratilgan tovar xizmatlarda xarajat bo'lib gavdalanadi. Resurslardan foydalanish samaradorligi qay darajada ekanligiga qarab firma, korxonalar faoliyatiga baho beriladi.

\*Korxonalar xarajatlari turli-tuman bulib, uning tarkibiga turli jihatdan yondashib guruhlariga ajratish mumkin. Korxonaning iqtisodiy faoliyatini tahlil qilishda eng ko'p foydalaniladigan xarajatlar: o'zgaruvchi, doimiy va me'yoriy xarajatlar bo'lib, ishlab chiqarish hajmiga bog'liq xarajatlar o'zgaruvchi xarajatlar, ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmas doimiy xarajatlar, qo'shimcha bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan qo'shimcha xarajatlar me'yoriy xarajatlar bo'ladi.

\*Foyda bozor iqtisodiyotida maxsus omil tadbirkorlikni taqdirlanishi sifatida yuzaga chiqadi. Uni tadbirkorlik va biznesga qo'yilgan kapital keltiradi. Tadbirkorlik qobiliyati evaziga olinadigan foyda normal foyda deb atalib, xarajatlar tarkibiga kiradi. Kapital evaziga iqtisodiy foyda olinadi. U umumiy tushumdan barcha xarajatlarni (normal foydani ham qo'shib) ayirib topiladi. Tadbirkorlikda omad foydasi ham borki, u bozorda narxlarning kutilmaganda ortib ketishidan paydo bo'ladi. U hammaga ham nasib qilavermaydi va ma'lum fursat o'tgach yo'q bo'lib ketadi.

\*Foydaga yondashishga ko'ra: buxgalteriya foydasi, normal va iqtisodiy foyda, yalpi(balans) foydasiga bo'linadi. Odatda yalpi foyda taqsimlash manbai, korxonalar mablag'laridan foydalanish manbai bo'ladi. Tadbirkorga qilgan

xarajatlari qay darajada foyda keltirgani foyda normasi, rentabellik ko'rsatkichlari orqali aniqlanadi.

\* Firma, korxonaning daromadi xarajatlarini qoplamasa zarar ko'radi. Shuning uchun firma zararini minimallashtirish chorasini ko'rish kerak. Buning uchun firma baho Bilan o'zgaruvchi narxlarni taqqoslaydi. Narx o'rtacha minimal xarajatlardan past, lekin o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlardan yuqori bo'lsa, qisqa muddatli davrda firma ishlab chiqarishni davom ettirgani, agarda o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlardan tushib ketsa ishlab chiqarishni to'xtatgani ma'qul.

\*Qaysi tarmoqda normal foydadan tashqari iqtisodiy foyda ham olinsa, uzoq muddatli davrda bu tarmoqqa yangi firmalar kirib keladi. Taklif ko'payadi. Narx tushadi. Firmalarning kirib kelishi to'xtaydi. Qaysi tarmoqda xarajatlar narxdan yuqori bo'lib normal foyda xam olinmasa xarajati yuqori firmalar tarmoqni tark etishni boshlaydi. Taklif kamayadi. Narx ko'tariladi. Shunday tarzda tarmoqda firmalar muvozanatiga erishiladi.

\*Umuman tadbirkorlik risk bilan bog'liq ekan u iloji boricha riskni kamaytirishga harakat qiladi. Uning eng muhim yo'li xarajatlarni pasaytirishdir.

### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR.

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| 1. Iqtisodiy yoki zimmadagi xarajatlar. | 2. Tashki xarajatlar.   |
| 3. Ichki xarajatlar.                    | 4. Doimiy xarajatlar.   |
| 5. O'zgaruvchan xarajatlar.             | 6. Umumiy xarajatlar.   |
| 7. O'rtacha xarajatlar.                 | 8. Me'yoriy xarajatlar. |
| 9. Iqtisodiy foyda.                     | 10. Normal foyda.       |

- a) qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq umumiy xarajatlarning o'sishi;
- b) tanlangan resurslarni eng ma'qul ishlatish, o'zgalar ishlatishiga yo'l qo'ymay, ularni sotib olish uchun resurslar egasiga to'langan haq;
- g) mahsulot birligiga sarflangan xarajatlar;
- d) miqdori ishlab chiqarish hajmiga bog'liq xarajatlar;
- e) chetdan jalb etilgan iqtisodiy resurslarga to'langan pul;
- yo) ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar boshqacha aytganda barcha xarajatlar;
- j) hech bulmaganda bir resursning o'zgaruvchani holda boshqa resursni o'sishi evaziga umumiy mahsulotni ko'payishi;
- z) firma, korxonaning o'z ixtiyoridagi resurslar qiymatining puldagi ifodasi;
- j) tadbirkorlik qobiliyatini ishga solishning alternativ qiymati;
- i) ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar;
- v) umumiy tushum bilan iqtisodiy xarajatlar o'rtasidagi farq.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibini qaysi jihatlardan tasniflash mumkin? Bunday tasniflashdan maqsad nima?
2. Me'yoriy xarajatlar qanday xarajatlar? Sizingcha uni hisoblashning nima keragi bor?

3. Nima sababdan firma(korxonalar) xarajatlarni pasaytirish uchun harakat qilishadi?
4. Qisqa muddatli va uzoq muddatli davrda o'rtacha xarajatlar grafikda tasvirlaganda botiq yoy shaklini oladi. Nima sababdan?
5. Normal foyda va iqtisodiy foyda qanday farqlanadi? Foyda normasi qanday hisoblanadi?
6. Tadbirkor oldida turgan ishlab chiqarishdagi uch darajadagi muammo nima va uni qanday echish mumkin?
7. Firma(korxonalar)larni tarmoqni tark etishi yoki tarmoqqa kirib kelishlariga sabab nima? Uni nazariy jihatdan qanday tushuntirish mumkin?

### Masala va mashqlar.

1. «O'qish uchun to'langan haq, sizning qizingiz yoki o'g'lingizni o'qishi uchun ketadigan xarajatlarni 43% ini qoplaydi xolos. Shuning uchun sizlarni universitetimizda bilim berishni asosi bo'lgan faoliyat turlarini qo'llash uchun ehson qilishlaringizga umid qilamiz» Bu so'zlar amerikadagi obro'li universitetlardan birining ota-onalarga yuborgan xatidan olingan. Bu universitetda yillik o'qish haqi 10 000 dollar atrofida.

Agarda student o'qish haqining 43%ini to'lasa, o'qish haqining umumiy summasini hisoblang.

Agarda student o'qishni tashlasa universitetning xarajatlari 23 356 dollarga kamayadimi?

2. Erkinjonlarning 6 sotix tomorqasi bor. U har kuni tomorqada 30 minutdan ishlar edi. Endi u kuniga 1 soatdan ishlashga qaror qildi. Endi oladigan hosil 2 marta ko'payadimi? O'z fikringizni asoslang.

3. Nargiza pechene pishirayapti. Xamirga u ikki barobar ko'proq shakar soldi. Nargizaning pishirgan pechenesi 2 barobar ko'payadimi? Undan qanday xulosa chiqarish mumkin?

4. Fermerning oilasi 20 ga yerda hosil etishtiradi, shu yerga to'lanadigan bonitet bali bo'yicha renta (yer solig'i)1 ga uchun 2000 so'm, yollanma ishchilarga to'lanadigan haq yiliga 60 ming so'm, material, mineral o'g'it, yonilg'i xarajatlari 30 ming so'm, olingan qarzlarga to'lanadigan yillik foiz 10 ming so'm, asosiy kapital qiymati (mexanizmlar xizmat muddati 10 yil) –10 ming so'm, bankka qarz 7000 so'm. Agarda fermer o'z uskunalarini sotib, bankka foiz to'lasa, unda 30 ming qoladi.

Fermer asosiy kapital bilan bankka qarzi o'rtasidagi farqni biznesga qo'yib, shu summadan 10 % miqdorida daromad olishdan voz kechgan. Fermerga yillik 30 ming so'm daromad bilan ishlashni taklif qilishayapti. Uning ayoli ham fermada ishlaydi. Boshqa joyda ishlaganda10 ming so'm haq olgan bo'lar edi. Fermer o'zining tadbirkorlik talantini 30 ming so'm baholaydi.

1. Fermer xo'jaligining yillik buxgalter va iqtisodiy xarajatlarini aniqlang.

2. Agar fermer oilasini daromadi 400 ming bo'lsa buxgalterlik va iqtisodiy foydani hisoblang.

buxgalter xarajatlari:

yer soligi  $2 \times 20 = 40\ 000$  so'm;

protsent 840 000 so'm;  
 amortizatsiya 1000 so'm;  
 mot.rnin. ugit 300 000 so'm;  
 ish haqi 600 000 so'm ;  
 buxgalter xaraj. jami 2780 000 so'm;

iktisodiy xarajatlar:

mulkka bo'lgan foiz (1000-70)= 300 000  
 fermer maosh sifatida 300+100+300=700 000

Jami iqt. xarajatlar 2780+1000=3780 ming so'm;  
 foyda: iqtisodiy foyda 4-3,78=0,22 ming so'm;  
 buxg. foydasi 4-2,78=1,22 ming so'm;

5. Mahsulot ishlab chiqarishning o'zgarishiga ko'ra iqtisodiy xarajatlar va uning tarkibi quyidagicha o'zgaradi.

Ishlab chiqarilgan maxsulot	FS	VC	TS	MS	AFS	AVS	ATS
0	120	0	120		-	-	-
1	120	90	210		120	90	210
2	120	170	290		60	85	145
3	120	240					
4	120	300					
5		370					
6		450					
7		540					
8		650					
9		780					
10		930					

Doimiy xarajatlar FS; O'zgaruvchi xarajatlar VC; Umumiy xarajatlar TS; Me'yoriy xarajatlar MS; O'rtacha xarajatlar ATS; O'rtacha doimiy xarajatlar AFS; O'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar AVS; Bu kategoriyalarni aniqlash tushunish uchun masaladan hamda grafik shaklidan foydalanish eng ma'kul.

1. Berilganlar bo'yicha xarajatlarni hisoblab, jadvalni to'ldiring. Ularni grafik orqali ifodalang.

**2. Bunda doimiy, o'zgaruvchi va umumiy xarajatlar egri chiziqlarini bitta grafikda ifodalang:**

-doimiy va o'zgaruvchi xarajatlar o'rtasida qanday farq bor?

-nima sababdan FS gorizontall chiziqni ifodalaydi?

-nima sababdan TS egri chizig'i VC egri chizig'iga o'xshash? Izohlang.

4. O'rtacha doimiy AFS, o'zgaruvchi AVS, umumiy ATS va me'yoriy xarajatlar egri chizigini bitta grafikda ifodalang:

-mahsulot o'sishi bilan AFS egri chizig'i qanday o'zgaradi? Nima sababdan?

- AVS egri chizig'i qanday o'zgaradi? Nima sababdan?
- o'rtacha xarajatlari qanday o'zgaradi, nima sababdan?
- me'yoriy xarajatlarchi, nima sababdan? Izohlang.

6. Quyidagilarni diqqat bilan o'qing. Uning qaysi birlarini o'zgaruvchi xarajatlarga, qaysi birlarini doimiy xarajatlarga qo'shamiz va nima sababdan?

- 1) bino, inshoot, asbob uskuna amortizatsiyasi;
- 2) ishchilarning ish haqi;
- 3) korxonada direktorining belgilangan maoshi;
- 4) mulk solig'i;
- 5) elektr energiyasi va suv xarajatlari;
- 6) xom ashyo xarajatlari;
- 7) material va instrumentlar sotib olish xarajatlari;
- 8) qo'yilgan o'z pul mablag'lariga boy berilgan protsent;
- 9) yer solig'i

7. Ishlab chiqarilgan mahsulotning bozor bahosi 7000 so'm, umumiy xarajatlar eng optimal miqdor 12 ta mahsulot ishlab chiqarganda 96000 so'mga teng. O'zgaruvchi xarajatlari (AVC) esa 60000. O'rtacha va o'rtacha o'zgaruvchi, doimiy xarajatlarni hisoblang. Sizningcha menejer qisqa muddatli davrda qanday qarorga kelishi kerak?

Ishlab chiqarishni to'xtatib, tarmoq, bozorni tashlab ketishi kerakmi yoki yo'q. Javobingizni izohlang. Grafikda ko'rsating.

8. 100 dona mahsulot ishlab chikarish uchun umumiy xarajatlari TS 300 ming sum, 500 ta ishlab chikarish uchun esa 600 ming sum sarflanadi. Agar xarajatlari funktsiyasi tugri chizikda ifodalansa, 400 ta mahsulot ishlab chikarish uchun xarajatlarni hisoblang.

9. Aytaylik, 200 dona mahsulot ishlab chiqarish uchun 200 ming so'm, 201 tasiga 201 ming, 202 tasiga 202 ming so'm sarflanadi. Hozirgi paytda 201 ta mahsulot ishlab chiqarganda firma foydasini maksimal darajaga etkazadi. Firmaga shoshqaloq xaridor murojaat qildi. Qo'shimcha bitta 202-mahsulot uchun u 3000 to'lashga tayyor ekanligini uqtirdi. Agar qo'shimcha bitta mahsulot ishlab chiqarish va sotish firmaning boshqa mahsulotlari ishlab chiqarishi va sotishiga xalaqit bermasa, u 202-mahsulotni ishlab chiqarishga rozi bo'lishi kerakmi? Javobingizni izohlang.

10. Olimjon firmada injener bo'lib oyiga 50 ming so'm maosh olardi. U kichik korxonada tashkil qildi. Buning uchun 150 ming so'm bankdagi jamgarmasini olib ishlatdi. Undan tashqari bankdan 300 ming so'm kredit oldi. Undan 300 ming so'mni uskunalar sotib olishga sarfladi.

Agar yillik kredit protsenti 20%, bankdagi saqlayotgan puliga yillik foiz 12% bo'lsa, iqtisodiy va buxgalteriya xarajatlarini hisoblang.

11. Mukammal raqobat sharoitida firma yiliga 20 ming dona telefon ishlab chiqaradi. O'rtacha o'zgaruvchi xarajatlari 1750 so'm. O'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari 2150 so'm. Bitta telefonning bozor bahosi 2500 so'm. U holda firma qancha foyda ko'radi?

12. Firma mart oyi davomida 500 dona mahsulot ishlab chiqardi. Uning umumiy xarajatlari 1mln. so'mni tashkil etdi. May oyida esa mahsulot ishlab chiqarishni 600 donaga etkazdi. Umumiy xarajatlar esa 1,26 mln. so'mga etdi. Doimiy xarajatlar 200 ming so'm. Mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'rtacha, o'rtacha doimiy, o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlarni hisoblang. Bu ko'rsatkichlar va ularni mahsulot miqdorini ortishiga ko'ra qanday o'zgarishi haqida o'z fikringizni izohlang.

13. I. Quyidagi jadvalda tovar ishlab chiqarish uchun kapital va mehnat xarajatlarini hamda mahsulot TR miqdorini o'zgarishi berilgan.

Berilgan ma'lumotlar asosida:

A) Mehnat xarajatlarini (ishlovchilar soni) o'zgarishi bilan me'yoriy mahsulot hajmi qanday o'zgargan, hisoblang. Nechanchi ishchini ishga yollagandan so'ng me'yoriy mahsulot kamayishni boshlaydi?

B) Har bir qo'shimcha ishchini yollagandan so'ng, o'rtacha mahsulot (AR) hajmini hisoblang. Qachon o'rtacha mahsulot maksimal darajaga etadi?

V) Ishlab chiqarishda band bo'lganlarning soniga ko'ra, umumiy mahsulot (TR), o'rtacha (AR) va me'yoriy (MR) mahsulotning o'zgarishi grafigini chizing.

G) Me'yoriy umumdorlik (daromad)ni pasayib borishi qonuni amal qilishini tushuntiring. Uning fazalarni ko'rsating.

Kapital xarajatlari	Mehnat xarajatlari	Me'yoriy mahsulot	Umumiy mahsulot	O'rtacha mahsulot
K	L	MR	TR	AR
10	0		0	
10	1		20	
10	2		54	
10	3		100	
10	4		151	
10	5		197	
10	6		230	
10	7		251	
10	8		234	

T/N

1. Kichik firmalar doimo yirik firmalarga nisbatan bo'lib, bu resurslarni boshqalar muqobil maqsadlarda ishlata olmaydi.

2. Zarar ko'rayotgan firmalar mahsulot ishlab chiqarishni to'xtatishlari lozim.

3. Firmaning iqtisodiy xarajatlari resurs egalariiga to'lovlar bo'lib, bu resurslarni boshqalar muqobil maqsadlarda ishlata olmaydi.

4. Iqtisodiy foyda odatda buxgalterlik foydasidan katta.

5. Agar firma ishlatayotgan resurslari 30%ga oshsa, ishlab chiqarish hajmi esa 20%ga o'ssa, u holda ishlab chiqarishning ijobiy effekti hosil bo'ladi.



6. Agar o'zgaruvchi resurs narxi o'ssa, u holda ATC, AVC, va MC egri chiziqlari yuqoriga siljiydi, AFC egri chizigi avvalgicha qoladi.
7. O'rtacha doimiy xarajatlar ishlab chiqarish hajmi o'sgan sari qisqaradi.
8. Agar firmaning resurslarga xarajatlari 10%ga o'ssa, ishlab chiqarish hajmi esa 15%ga o'ssa, u holda masshtab ijobiy effekti kuzatiladi.
9. Agar o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar AVC ishlab chiqarish hajmi ko'paygan sari qisqarsa, u holda me'yoriy xarajatlar AVCga nisbatan past bo'ladi
10. Qisqa muddatli davrda firma 500 dona mahsulot ishlab chiqaradi. O'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar 2000 so'm, o'rtacha doimiy xarajatlar 500 so'm, umumiy xarajatlar esa 1100 so'm bo'ladi

### Testlar

1. Firmaning doimiy xarajatlari-bu:

- A) resurslarni sotib olish xarajatlari;
- B) mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan minimal xarajatlar;
- V) firma mahsulot ishlab chiqarmasa ham sarflanadigan xarajatlar;
- G) mahsulot ishlab chiqarish hajmini o'zgarishiga bog'liq xarajatlar;
- D) mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'rtacha xarajatlar.

2. Firmani o'zgaruvchi xarajatlari-bu:

- A) mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'rtacha xarajatlar;
- B) me'yoriy xarajatlar;
- V) firma mahsulot ishlab chiqarmasa ham sarflanadigan xarajatlar;
- G) mahsulot ishlab chiqarish hajmini o'zgarishiga bog'liq xarajatlar;
- D) mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan minimal xarajatlar;

3. Me'yoriy xarajatlar-bu:

- A) qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan qo'shimcha xarajatlar;
- B) qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan maksimal xarajatlar;
- V) qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun doimiy xarajatlar
- G) qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan minimal xarajatlar;
- D) qo'shimcha sarflangan uzok muddatli davriy xarajatlar;

4. Firmaning qisqa muddatli davrdagi umumiy(yalpi) xarajatlari (TS)-bu:

- A) doimiy (FS) va me'yoriy(MS) xarajatlar yig'indisi;
- B) o'rtacha o'zgaruvchi (AVS) va o'rtacha doimiy xarajatlar (AFS) yig'indisi;
- V) o'rtacha o'zgaruvchi (AVS) va me'yoriy (MS) xarajatlar yig'indisi;
- G) doimiy (FS) va o'zgaruvchi (VS) xarajatlar yig'indisi;
- D) o'rtacha doimiy (AFC) va o'zgaruvchi (VS) xarajatlar summasi;

5. Qisqa muddatli davrda firma maksimal darajada foyda olish uchun mahsulot ishlab chiqarishni to'xtatadi, agarda....

- a) narx minimal o'rtacha umumiy xarajatlardan kam bo'lsa;
- b) normal foyda o'rtacha tarmoq foydasidan past, bo'lsa;
- v) umumiy daromad umumiy xarajatlardan past bo'lsa;

- \*g) umumiy tushum umumiy o'zgaruvchi xarajatlardan kam bo'lsa;
- d) o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar narxdan past bo'lsa.

6. Agar firma resurslar sotib olgan xarajatlarini 10%ga oshirsa, bunda ishlab chiqarish hajmi esa 15%ga ortsa, u holda:

- a) ishlab chiqarish salbiy masshtab effekti kuzatiladi;
- \*b) ishlab chiqarish ijobiy masshtab effekti kuzatiladi;
- v) unumdorlikni pasayib borish qonuni amal qiladi;
- g) o'rtacha umumiy xarajatlar ortadi;
- d) firma maksimal foyda oladi.

7. Iqtisodiy foydaning o'sishi raqobatli bozorda nimaga olib keladi?

- a) amal qilayotgan firmalarning ishlab chiqarishni kengaytirishiga;
- \*b) tarmoqqa yangi firmalar kirib kelishiga;
- v) mahsulotni bozor bahosini o'sishiga;
- g) ishlatilayotgan resurslar bahosini o'sishiga;
- d) bu foydani borgan sari nolga yaqinlashtiradigan omillar vujudga kelishiga olib keladi.

8. Qachon iqtisodiy foyda olish yuz beradi?

- \*a) raqobatli bozorda uzoq muddatli davrda bo'lmaydi;
- b) normal buxgalter foydasiga ekvivalent;
- v) har doim firmaning umumiy xarajatlari umumiy daromadlardan ortganda;
- g) doimo me'yoriy daromad me'yoriy xarajatlardan yuqori bo'lganda;
- d) umumiy daromadlar umumiy xarajatlarga teng bo'lganda.

9. Quyidagilardan qaysi biri «normal foyda» tushunchasini nisbatan aniqroq ifodalaydi?

- a) firmaning me'yoriy xarajatlari me'yoriy daromadlarga  $MC=MR$  teng bo'lganda olinadigan foyda;
- b) tipik firma tomonidan tarmoqdagi olinadigan foyda;
- v) firma normal tarzda ish yuritganda oladigan foyda;
- g) tadbirkorga yaxshi yashashini ta'minlaydigan miqdordagi foyda.
- \*d) firma mazkur faoliyat bilan shug'ullanishi uchun zarur bo'lgan minimal foyda;

10. Quyida sanab o'tilgan xarajatlardan qaysi biri me'yoriy xarajatlarga bevosita ta'sir ko'rsatadi?

- a) umumiy xarajatlar;
- b) o'rtacha doimiy xarajatlar;
- v) o'zgaruvchi xarajatlar;
- g) doimiy xarajatlar;
- d) tashqi xarajatlar;

11. Qaysi o'rtacha xarajatlar egri chizig'i botiq yoy shaklini ifodalamaydi?

- a) o'rtacha o'zgaruvchi AVC xarajatlar;
- b) o'rtacha (umumiy) yalpi ATC xarajatlar;
- v) o'rtacha doimiy AFC xarajatlar;
- g) uzoq muddatda o'rtacha xarajatlar LAC;

12. Uzoq muddatli davrda ...

- a) hamma xarajatlar doimiy bo'ladi;
  - b) o'zgaruvchi xarajatlar doimiy xarajatlarga nisbatan tez o'sadi;
  - v) doimiy xarajatlar o'zgaruvchi xarajatlarga nisbatan tez o'sadi;
  - g) hamma xarajatlar o'zgaruvchan bo'ladi;
  - d) me'yoriy xarajatlar nisbatan tez o'sadi;
13. Ishlab chiqarishda umumiy o'rtacha xarajatlar minimal miqdorda bo'ladi, qachonki:

- A)  $AVS=TFS$ ;
- B) foyda maksimal darajada bo'lganda;
- V)  $MS=AVS$ ;
- G)  $MS=ATS$ ;
- D)  $MS=AS$ ;

9. Quyidagi xarajatlardan qaysi biri firmaning optimal ishlab chiqarish hajmini belgilashda diqqatga olinmaydi:

- a) o'rtacha o'zgaruvchi;
- b) buxgalteriya xarajatlari;
- b) o'rtacha doimiy;
- g) me'yoriy;

10. Uzoq muddatli davrda ...

- a) hamma xarajatlar o'zgaruvchi;
- b) hamma xarajatlar doimiy;
- v) o'zgaruvchi xarajatlar doimiy xarajatlarga nisbatan tez o'sadi;
- g) doimiy xarajatlar o'zgaruvchi xarajatlarga nisbatan tez o'sadi;
- d) barcha xarajatlar boy berilgan imkoniyat xarajatlari sifatida yuzaga chiqadi.

14. Naflilikning pasayib borishi qonunini amal qilishini izohlashda quyidagilardan qaysi biri to'g'ri kelmaydi?

- a) universal qonun bo'lib doimo amal kiladi;
- b) uning amal qilish doirasi cheklangan bo'lib, eng avvalo kundalik ehtiyojlarni qondiradigan tovar xizmatlarga tegishli;
- v) qisqa muddatli davrga xos;
- g) ko'plab tovarlarga nisbatan qo'llab bo'lmaydi;
- d) naflilikni baholuvchi yagona o'lchov yo'q.

15. Qisqa muddatli davrda firma maksimal darajada foyda olish uchun mahsulot ishlab chiqarishni to'xtatadi, agarda....

- a) narx minimal o'rtacha umumiy xarajatlardan kam bo'lsin
- B) normal foyda urtacha tarmok foidasidan past bo'lsa
- V) umumiy daromat umumiy xarajatlardan past bo'lsa
- G) umumiy daromat umumiy uzgaruvchi va xarajatlardan kam bo'lsa

16. O'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar yigirmaming so'm o'rtacha doimiy xarajatlar besh ming so'm, umumiy xarajatlar teng bo'ladi:

- A) 25000
- B) 1250000
- V) 750000

G) mavjud ma'lumotlar asosida aniqlash mumkin emas.

### Tarqatma materiallardan namunalari

1-JADVAL

Ayrim mamlakatlarda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish uchun sarflangan resurslar miqdori, % da (bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun).

№	Davlatlar	Yonilgi va elektro-energiya	Materiallar	Mehnat	Asosiy fondlar
1	AQSh	100	100	100	100
2	Yaponiya	64,5	90,5	120,5	100
3	Germaniya	82,5	105,5	062,5	125
4	Frantsiya	70,5	100	170	137,5
5	Angliya	70,5	115,0	187,5	137,5
6	Italiya	64,5	95,5	191,5	150
7	Rossiya	300	225	385	190

Jadval raqamlaridan qanday xulosa chiqarish mumkin? Nima sababdan jahon bozoriga chiqish uchun sifatli mahsulot ishlab chiqarishning o'zi kamlik qiladi?

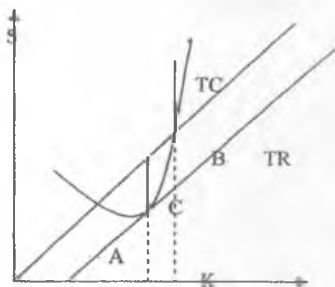
2-JADVAL

Ayrim mamlakatlarda 100 dollarlik mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlar:

№	Davlatlar	Yonilgi va elektro-energiya	Materi-allar	Mehnat	Asosiy kapital (fond)	Umumiy xarajatlar
1	AQSh	8,5	56,5	24,0	4,0	93,0
2	Yaponiya	5,5	51,0	29,0	4,0	89,5
3	Germaniya	7,0	59,0	39,0	5,0	110,0
4	Frantsiya	6,0	56,5	41,0	5,5	109,0
5	Angliya	6,0	65,0	45,0	5,5	121,5
6	Italiya	5,5	54,0	46,0	6,0	111,5
7	Rossiya	25,0	125,5	93,0	7,5	251,0

Bilamizki, xarajatsiz hech bir iqtisodiy faoliyat yuz bermaydi. Lekin har bir xo'jalik yurituvchi sarflagan xarajatlar bir-biridan farq qiladi. Jadval raqamlaridan qanday xulosa chiqarish mumkin? Sizningcha O'zbekistonda xarajatlar darajasi, qanday? Ularni kamaytirish uchun qanday chora-tadbirlar ishlab chiqilib amalga oshirilmogda?

### 3-tarqatma material



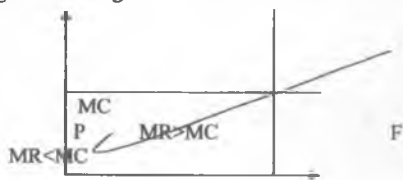
Qachon umumiy xarajatlarga nisbatan tushum (daromad) ko'p bo'lganda iqtisodiy foyda vujudga keladi. (chizmada AV bo'lakda).

A va Vnuqtalar ishlab chiqarish hajmini kritik nuqtalari. Unda xarajatlar tushum bilan teng.

Firma  $Q_A$  dan  $Q_R$  gacha miqdor iqtisodiy foyda oldi, uning maksimal darajasi  $Q$  umumtushum TR bilan umumiy xarajatlar TS maksimal miqdorga erishmagan (SK kesma)

### 4-tarqatma material

Me'yoriy yondoshuv. Bunda me'yoriy daromad me'yoriy xarajatlarga teng. Bu quyidagi grafikda berilgan.



Q dan kam miqdorda (F nuqtadan chap tomonda)  $MR > MC$ , Q dan ko'p bo'lsa xarajatlar tushumi ko'p  $MR < MC$  faqat ishlab chiqarish miqdorini kamaytirishgina qo'shimcha daromad olishni ta'minlashi mumkin.

Bundan kelib chiqib optimal variant  $MR=MC$ . Bu xolda bozorning boshqa tarkibi (monopolistik raqobat, monopoliya, oligopoliya) uchun xam umumiy.

Ilgari ko'rgandek erkin raqobat uchun ma'lum daromad bilan narx teng  $R=MC$ .

Firma uchun xarajatlari baxosidan kam bo'lsagina foyda oladi. Maksimal foyda olish uchun  $MR=MC$ ,  $P > ATC$  bo'lishi kerak.

#### Javoblar:

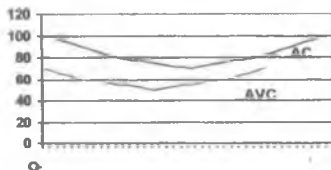
#### Asosiy tayanch tushunchalar:

1b); 2e); 3z); 4y); 5d); 6yo); 7g); 8a); 9v); 10j);

#### Masala va mashqlar:

1. O'qish haqining umumiy summasi, agarda student o'qishni tashlasa faqatgina o'zgaruvchi xarajatlar miqdori kamayadi xolos.

2. Albatta yo'q(chunki tomorqaning maydoni va undagi ko'chatlar soni o'zgargani yo'q).
3. Yo'q(chunki faqat bir resurs, shakarni ko'paygani bilan boshqa ingredientlar o'zgarmay qoldi).
- 4.
- 5.
6. FS 1, 3, 4, 6, 9  
VC 2, 5, 7, 8;
7. Grafik quyidagicha:



O'rtacha xarajatlar AS 8000 so'm;  
O'rtacha o'zgaruvchi xarajat 5000 so'm;  
O'rtacha doimiy xarajatlar 3000 so'm

Firma zararga qaramay tarmoqda qolishi kerak, bu unga zararni minimallashtirish imkonini beradi. Chunki 12 ta mahsulot ishlab chiqarsa 12000 so'm zarar ko'rali. Agar ishlab chiqarishni to'xtatsa 36000 so'm zarar ko'radi.

8. 525 ming so'm.
9. Yo'q. MR=3000; MS=40300 so'm
10. 2,43 mln. va 1,65 mln. so'm.
11. 7 mln. so'm.
12. Mart oyida o'rtacha xarajatlar 2000 so'm; o'rtacha doimiy xarajatlar 400 so'm; o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar 1600 so'm; May oyida esa muvofiq ravishda 2100 so'm; 333,3 so'm; 1766,7 so'm;
- 13.

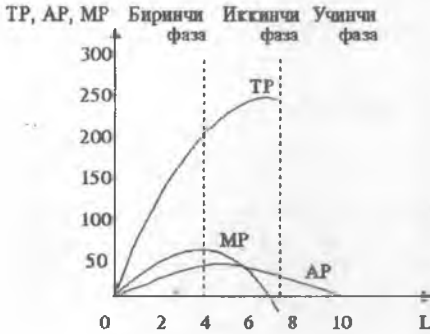
**Masalani echish:**

K	L	MR	TR	AR
10	0	-	0	0
10	1	20	20	20
10	2	34	54	27
10	3	46	100	33
10	4	51	151	38
10	5	46	197	39
10	6	33	230	38
10	7	21	251	36
10	8	-17	234	29

A) Me'yoriy mahsulot  $MR = TR_n - TR_{n-1}$  Jadvalda MR ustunda ko'rinib turibdiki, beshinchi ishchidan boshlab me'yoriy maxsulot pasayishni boshlagan. To'rtinchi ishchida 51, beshinchida 46 (jadvalga qarang).

B) O'rtacha mahsulotni har bir ishchi qo'shilganidan keyin topamiz. Umumiy mahsulotimiz hajmi eng maksimal 251 ga ettinchi ishchini qabul qilinganda erishiladi,  $251/7 = 35,9$  (jadvalga karang).

V) Me'yoriy MR, o'rtacha AR, umumiy TR mahsulot quyidagi grafikda ko'rsatilgan.



2)

pasayib borishi qonuniga bo'ysinadi.

Birinchii faza - MR o'sib boruvchi me'yoriy unumdorlik.

Bu fazada me'yoriy unumdorlik MR ( 20, 34, 46, 51 ) o'sib boradi. Natijada TR jadal o'sadi.

Ikkinchi faza - me'yoriy unumdorlikni pasayishi namoyon bo'la boshlaydi ( 51, 46). TR ning o'sish sur'ati sekinlashadi. Me'yoriy mahsulot MR pasayadi, lekin hali musbat miqdorga ega.

Uchinchi faza - me'yoriy unumdorlik manfiy natija, ya'ni zarar keltirishini boshlaydi

Shunday kelib, TR egri chizig'i, o'zining maksimal darajasiga etgach, pasayishni boshlaydi.

Me'yoriy mahsulot esa zarar keltirishini boshlaydi.

#### T/N

1N; 2N; 3T; 4N; 5N; 6T; 7N; 8T; 9T; 10N (1250 ming so'm);

#### Testlar

1v); 2g); 3a); 4g); 5g); 6b); 7b); 8a); 9d); 10v); 11v); 12g); 13d);

### XIII BOB. ISH HAQI VA MEHNAT NAZARIYALARI

Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida ish haqi alohida o'rin tutadi. Ish haqi shunisi bilan ham ajralib turadiki, biz butun umrimiz davomida u haqda o'ylaymiz, chunki u iqtisodiy farovonligimiz, hayot kechirishimizning asosiy, ayrim paytlarda esa yagona manbai, omilidir.

Shuning uchun ham ish haqi va unga ta'sir etuvchi omillar, u bilan bog'liq barcha savollar bizni juda qiziqtiradi. Navbatdagi bobda biz ish haqi va uning shakllari, nominal va real darajasi, uning tabaqalanishi, bozor iqtisodiyotida mehnat resursining bozor bahosi sifatida namoyon bo'lish masalalarini o'rganamiz.

#### 1- §. Mehnat munosabatlari

Mehnat degan so'zni, uning ma'nosini, mehnat qilmasa hech narsa yaratib bo'lmashligini yaxshi bilamiz.

Tabiat yaratgan ajoyib mo'jizalardan biri insondir. Jamiyat insonlardan tarkib topar ekan, ularning har birini o'z shaxsiy hayoti, yashashdan maqsadi, orzusi mavjud. Har bir inson jamiyatda yashaganligi tufayli bu orzu-maqсадlarini amalga oshirish jarhiyat orqali sodir bo'ladi. Pirovard natijada har bir kishining taqdiri jamiyat taqdiri bilan bog'liq.

Inson yashar ekan uning tirikligini ifodasi harakatdir. Shu harakatning asosini mehnat tashkil etadi. Inson hayot kechirishi uchun uzluksiz ravishda turli-tuman ne'matlarni ishlab chiqarishi zarur. Chunki ularning yashashi, kamol topishi yaratilgan ne'matlarning miqdori va sifatiga bog'liq. Ishlab chiqarishning asosini ham mehnat tashkil etadi.

Insonning shaxsiy boyligi, avvalo mehnat faoliyati natijasida ro'yobga chiqadi. Inson faoliyatigina mehnat deb ataladi.

Umuman olganda, jamiyatda, uning rivojlanishida mehnat doimo asosiy rol o'ynaydi. Sotsial-iqtisodiy tizim qanday shaklda bo'lishidan qat'i nazar, mehnatsiz hech narsa qilib bo'lmaydi. Buyuk iqtisodchi U. Petti aytganidek, boylkning onasi yer bo'lsa, otasi — mehnat. Mavjud mehnat munosabatlarigina o'zgarishi mumkin.

**Mehnat munosabatlari ish kuchi — mehnat omilidan foydalanish jarayonida yuzaga chiqadigan munosabatlardir.** U o'z ichiga mehnatdan foydalanish, unga haq to'lash, mehnatni tashkil etish, bosh-qarish munosabatlarini oladi. Bunda eng asosiy diqqat-e'tiborni talab etadigan masala mehnatga haq to'lashdir.

Yaratilgan mahsulot to'rt omil — yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik omillarining natijasi ekan, ana shu natijadan har bir omilning hissasini aniqlash muhim ahamiyatga ega. Ayniqsa, mehnat omilining hissasini adolatli aniqlash alohida o'rin tutadi. Sababi, mehnat natijasi insonning faolligiga bog'liq. U o'z navbatida mehnat motivatsiyasi, mehnatga intilishdan kelib chiqadi. Mehnatga ishtiyoq (mehnat motivatsiyasi) insonning o'z manfaati yo'lida mehnat qilishga bo'lgan ichki intilishdir.

**Mehnat insonning (jismoniy va aqliy energiyasi) kuchi, energiya-sini sarflab, jamiyat tomonidan tan olingan natijaga erishishga qaratilgan maqsadli faoliyatdir.**



Demak, mehnat, birinchidan, kishining aqlini ishlatib, natijasini qanday bo'lishini ko'z o'ngiga keltirib, so'ngra qilinadigan harakat, faoliyat. Ikkinchidan, inson energiyasini sarflanishi. Inson mehnat qilish uchun qo'shimcha jismoniy va aqliy energiyasi, quvvatini sarflaydi. Bu hayotda organizmning fiziologik jarayon sarflagan energiyasidan farq qiladi. Uchinchidan, mehnat natijasi bilan xarakterlanadi. Mehnat faoliyati, albatta ma'lum bir natijaga ega. Bajarilgan mehnatni natijasini kim iste'mol qilishiga ko'ra uni ikkiga bo'lish mumkin:

1) o'zi uchun mehnat; bunda yaratilgan mahsulotni o'zi iste'mol qiladi. Masalan, uy xo'jaligida bajarilgan mehnat;

2) boshqalar uchun mehnat. Bunda mehnat mahsuli bozorga chiqariladi.

Boshqalar uchun bajarilgan mehnat jamiyat tomonidan taqdirlanishi kerak. Faqat qanday mehnat tan olinib, taqdirlanish mezonini belgilash murakkab. Chunki, aynan bir natija jamiyat tomonidan zarur deb topilishi yoki aksincha bo'lishi mumkin. Buni hal etishda bozor muhim rol o'ynaydi. Bozor iqtisodiyotining eng buyuk kuchi shundaki, u insonning mehnat faoliyatini jamiyat talabiga qarab moslashtirishga, doimo aktivlashtirishga undaydi.

Mehnat faolligini yuzaga chiqarish, mehnat qilishga undash uchun uni taqdirlash, ya'ni mehnat stimuli bo'lishi kerak. Insonni mehnat qilishga undaydigan kuch, ya'ni mehnat stimuli bu mehnat qilish bilan hayot kechirish uchun zarur bo'lgan noz-ne'matlarga ega bo'lishdir. Tovar ishlab chiqarishni vujudga kelishi bilan bu maqsad pul topish uchun harakatga aylandi. Chunki tovar ishlab chiqarishda mehnat o'zi uchungina emas, o'zini o'ylagan holda boshqalar uchun mehnatga aylanadi. Boshqalar uchun qilingan mehnat mahsuli tovarni sotib, olgan pulini o'zini zarur ehtiyojlarini qondirish yo'lida sarflaydi. Xullas, inson yashash uchun doimo mehnat qilishi zarur. Mehnatga bo'lgan faollik darajasi esa ana shu mehnat natijasidan bahramand bo'lishiga bog'liq.

Inson ongida har doim o'z mehnat faoliyatini baholovchi psixologik jarayon ro'y berib turadi. O'z ishini natijasini baholanishidan, taqdirlanishidan ko'ngli to'lmasa faolligi susayadi, oxir-oqibat «hafsalasi pir» bo'lishi mumkin. Mehnatga jalb etish mehnatni rag'batlantirish orqali amalga oshiriladi. Mehnatni rag'batlantirish iqtisodiy va ma'naviy yo'l bilan olib boriladi. Iqtisodiy stimuly ish haqi orqali, ma'naviy stimuly esa el orasida obro'-e'tiborga ega bo'lish orqali yuzaga chiqadi.

Mehnatning iqtisodiy stimuly etakchi o'rin tutadi, sababi insonlarning aksariyati, eng avvalo farovon yashashni xohlaydi. Iqtisodiy stimuly bu mehnatning natijasida daromad olishdir.

## 2- §. Ish haqi darajasi va unga ta'sir etuvchi omillar

Mehnat omily ishlab chiqarishning boshqa omillari kabi daromad keltiradi. Bu daromad *ish haqi* deb ataladi va mehnat omilyning yalpi ichki mahsulotdagi hissasini ifodalaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ish haqi oddiy — tushunarli narsaga o'xshaydi. Shartnoma bo'yicha ishga yollanuvchi ishlaydi. Ishga yollovchi uning mehnatiga kelishilgan miqdorda haq to'laydi. Asosiy muammo ana shu to'lanadigan haq miqdori qancha bo'lishi kerakligida. Mehnat haqi miqdori nimaga bog'liq degan savolga javob berish qiyin. Klassik siyosiy iqtisod yo'nalishi namoyandalaridan J. B. Sey bu savolga javob berish uchun malakasiz

(XX asr boshlarida asosan shunday ishchilar ustun darajada bo'lgan) ishchilarning mehnat haqini ob'ektiv mezonlarini belgilashga harakat qilgan. Eng oddiy jismoniy mehnatga to'lanadigan ish haqining o'lchovi bo'lib, bu o'lchov ishchiga yashash uchun nima zarur bo'lsa, shu xarajatlar, yana oilasini boqishi, bolalarini bilim olishi uchun xarajatlarni ham qoplashi kerak.

Hozirgi zamon iqtisodiyot nazariyasi ish haqiga mehnat bahosi sifatida qaraydi. Ana shu mehnat bahosini shakllanishiga turli omillar ta'sir qiladi. Bu omillarni ish haqining shakllanishiga qay yo'sinda ta'sir qilishiga ko'ra ikki guruhga bo'lish mumkin:

1. Ish kuchini takror ishlab chiqarishning sotsial omillari.
2. Bozor omillari.

Birinchi guruh omillariga, eng avvalo ishchi kuchini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ne'matlarning narxi ta'sir qiladi.

Ma'lumki, ishchining ishlashdan maqsadi — hayot kechirish uchun zarur bo'lgan ne'matlarni sotib olish.

Ishchi o'z kuchini takror ishlab chiqarishi uchun ana shu ne'matlarni iste'mol qilishi kerak. Undan tashqari, insonning hayoti cheklangan, yashashning oliy maqsadlaridan biri o'z o'rnini bosuvchi zurriyot qoldirish. Demak, u faqat o'zining yashashi emas, farzandlarining kamol topishini ham ta'minlashi kerak.

Ko'rinib turibdiki, ish haqining eng kam darajasi ishchi kuchini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ne'matlarning eng kam miqdoriga teng bo'lishi kerak.

Kapitalizmning dastlabki bosqichida ishchi kuchi oldi-sotdisi mikromiqyos darajasida ishchi va ishga yollovchilar o'rtasida amalga oshirilib, davlat aralashuviziz yuz bergan.

Ishchilarning ish haqini belgilash, ish haqini oshirish, mehnat sharoitlarini yaxshilash uchun kurashlari, oxir-oqibat ishchi va ishga yollovchilar o'rtasida mehnat shartnomalarida davlat aralashuviga olib keldi. Bu jarayonning boshlanishi XIX asr oxirlarida tarixda «temir kantsler» deb nom qoldirgan Germaniya kantsleri Otto Bismark nomi bilan bog'liq.

XX asrning 30—50- yillaridan boshlab o'arbiy Evropadagi va boshqa taraqqiy etgan mamlakatlarda davlat qonuniy ravishda eng kam ish haqini belgilaydigan bo'ldi.

AQShda 1938 yilda birinchi marta qonuniy ravishda ish haqining eng kam chegarasi soatiga 25 tsent qilib belgilandi. 1993 yili ish haqining eng kam darajasi 7,5 dollar miqdorida 40 soatli ish haftasi belgilandi. Bu oyiga 1200 dollarni tashkil etadi.

Jamiyat taraqqiyotining dastlabki bosqichlarida oddiy malakasiz mehnat asosiy o'rin egallagan bo'lsa, jamiyat taraqqiyoti bilan mehnat murakkablashib boradi. Borgan sari malakali mehnat, ish kuchiga ehtiyoj ortadi, ayniqsa FTR bu jarayonni tezlashtiradi. Ishchi kuchiga katta talablar qo'yadi.

Demak, ish haqida ishchini bilim olishi, malaka egallashi zarurligini ham inobatga olish talab etiladi.

Ish kuchini takror ishlab chiqarishga mamlakatning iqtisodiy-sotsial darajasi ham katta ta'sir ko'rsatadi. Turli mamlakatlarning iqtisodiy-sotsial rivojlanish darajasi turlicha. Ish haqidagi bu farqlar oxir-oqibat ish kuchi mehnatining samaradorligi, ijtimoiy hayot kechirishning erishilgan darajasi va boshqalarga

bog'liq. Ish haqining o'rta darajasi bo'yicha AQSH uzoq yillar dunyoda «etakchi» bo'lgan. Yangi texnika-texnologiyaning kirib kelishi, iqtisodiy rivojlanishning o'sish sur'atlari ko'pgina mamlakatlarda ish haqini tenglashish tendentsiyasini kuchaytirdi. 50—80- yillarda o'arbda real ish haqi darajasi ancha o'sdi. Buyuk Britaniya, Frantsiya, GFR, Italiyada ikki-uch marta, Yaponiyada to'rt marta o'sib, AQSH darajasiga yaqinlashdi. Yaponiya o'zib ketdi.

Respublikamizda ham ish haqini o'sib, kelajakda jahondagi etakchi mamlakatlar darajasiga etishi uchun harakat qilinmoqda.

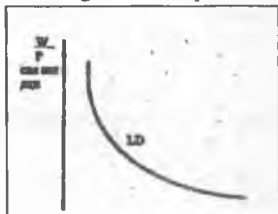
Shuning uchun ham Prezidentimiz «...mamlakatimizda vujudga kelayotgan makroiqtisodiy vaziyatga hamda iqtisodiyotning amalda yuksalishiga asoslanib, biz, eng avvalo, hozir yaqin besh yil ichida ish haqining eng kam miqdorini 3,5 baravar oshirishni o'z oldimizga vazifa qilib qo'yishga haqlimiz»<sup>1</sup>, — deb yuksak vazifa qo'ydi.

Ish haqi darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi ikkinchi guruh omillar — bozor omillari bo'lib, unga birinchi navbatda mehnat bozoridagi talab, taklif va ular o'rtasidagi nisbat kiradi.

Mehnat bozoridagi talabning sub'ektlari korxonalar, firma, tashkilot, muassasalar bo'lsa, taklifning sub'ektlari uy xo'jaligidir.

Mukammal raqobatga asoslangan bozorda tadbirkorlar tomonidan yollangan ishchilar soni ikki ko'rsatkichga — real ish haqi va mehnat evaziga olingan me'yoriy mahsulotning qiymatiga qarab belgilanadi. Ishchilar soni o'sib borishi bilan me'yoriy mahsulot miqdori kamayib boradi (me'yoriy unumdorlikni, daromadni pasayishini eslaylik, VIII bob), me'yoriy unumdorlik qo'shimcha jalb etilgan mehnat keltirgan unumdorlik ekanini ko'rgan edik. Masalan, firma 20 ta ishchini ishga olmoqchi. Agar oxirgi 20- ishchi yaratgan qo'shimcha me'yoriy mahsuloti olgan ish haqidan ko'p bo'lsa, ishga qabul qiladi. Lekin firmani qo'shimcha olingan mahsulot emas, daromad qiziqtiradi. Shuning uchun qo'shimcha mehnat yaxshi daromad olib kelmasa, ishlovchilar soni ko'paytirilmaydi.

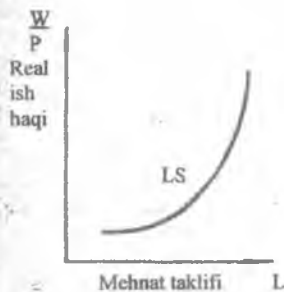
Aytaylik, korxonada 19 ishchi ishlab chiqargan mahsulot 1000 ta bo'lib, har biri 40 so'mdan sotilsin. Ish haqi kuniga 10000 so'm bo'lsin. U holda umumiy tushum  $40 \times 1000 = 40000$  so'm bo'ladi. 20- ishchi qo'shilgach mahsulot miqdori 1030 taga etdi. U holda umumiy tushum  $40 \times 1030 = 41200$  so'm bo'ladi. Umumiy tushum o'rtasidagi farq  $41200 - 40000 = 1200$ . Ish haqi 1000 so'm edi. Demak, korxonada ishlash uchun 20 ishchi qabul qilinadi. 21- ishchi qo'shilgach mahsulot miqdori 1040 taga etsin. U holda umumiy tushum  $40 \times 1040 = 41600$  so'm. Umumiy tushum farqi  $41600 - 41200 = 400$  so'm. Lekin ishchiga 1000 so'm to'lash kerak. 21- ishchi ishga qabul qilinsa, qo'shimcha ishlab chiqarishdan olinadigan daromad 400 so'mni tashkil etyapti. U to'lanadigan ish haqidan kam. Demak, 21- ishchi ishga qabul qilinmaydi. Ya'ni qo'shimcha ishchini yollash chegarasi avval ko'rganimizdek me'yoriy mahsulotning qiymati va ish haqi miqdori bilan belgilanadi.



Mehnatga talab ish haqi miqdoriga teskari proporsional bog'lanishda bo'ladi. Ish haqi ortganda boshqa omillar teng bo'lgan sharoitda, tadbirkor muvozanatni saqlash maqsadida mehnatga talabni qisqartirishi kerak, ish haqi past

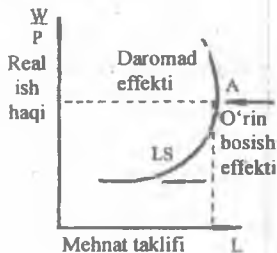
bo'lsa, aksincha mehnatga talab o'sadi. Ish haqi bilan mehnatga talab o'rtasidagi funksional bog'lanish mehnatga talab egri chizig'ida ifodalanadi.

Ana shu egri chiziqning har bir nuqtasi ma'lum ish haqi miqdoriga mehnatga talab qancha bo'lishini ko'rsatib turibdi. Past ish haqida talab ko'p va aksincha. Hozir yuqori malakali ishchi kuchiga talab katta, malaka talab qilmaydigan mehnatga esa aksincha talab kam. Natijada malakali ishchilarga to'lanadigan ish haqi yuqori, malakasiz mehnatga esa past. Masalan, AQShda 1994 yili yuristning haftalik maoshi 990 dollar, injener-ximikniki 807, injener-mexanikniki 776, dorishunosniki 748, kollej o'qituvchisidiki 711, iqtisodchidiki 704, me'morniki 667, EHM programmachisidiki 606 dollar edi. Intellektual mehnat bilan shug'ullanuvchi ilmiy unvonlilar o'rta maktabni bitirmaganlarga nisbatan 5 barobar ko'p ish haqi olishadi.



Mehnatga taklif funksiyasi boshqacharoq. Mehnatga taklif ham ish haqiga bog'liq, lekin endi ish haqi ortgan sari mehnat taklifi ham ko'payadi (*a* rasm).

- Bu yerda yana shunga ham e'tibor berish kerakki, mehnatga taklif hafta, oy, yil davomida bajargan o'rtacha ish soati, ishchilarning mehnat sifati, miqdori va ishchi malakasiga ham bog'liq. Mehnat taklifida ikki effekt: o'rin bosish va daromad effektini diqqatdan chetda qoldirmaslik kerak. Bu effektlar ish haqining o'sishi alohida kishi yoki guruhlar mehnatiga qanday ta'sir qilishi, belgilangan ish haqi miqdori bo'yicha ma'lum kategoriyadagi ishchilar yoki guruhlar ishlab berishi mumkin bo'lgan ish soatlariga bog'liq (*b* rasm).



A nuqtagacha ish haqi o'sganda mehnat taklifi ham o'sib boryapti. Lekin A nuqtaga etgandan so'ng aksincha egri chizig'imiz, ordinata o'qi tomonga burildi, demak A nuqtadan so'ng mehnat taklifi kamayyapti. Shunday qilib, ish haqining o'sishi ma'lum miqdoriga etguncha mehnat taklifini ko'paytirishga, maksimal darajaga etgach, ish haqining o'sishi taklifni pasaytirishga olib kelar ekan. Ish haqining o'sishi mehnat taklifini ham ko'paytirishga, ham qisqartirishga olib kelyapti. Sababi nima, nega shunday bo'lyapti? Ish haqini o'sishi bilan ishlovchi har bir soat vaqtiga ko'proq haq oladi. Natijada ishlovchi bo'sh vaqtning har soatini boy berilgan daromad sifatida ko'rishi mumkin. Bu manfaat bo'sh vaqt hisobiga qo'shimcha ish bilan shug'ullanishga intilishga olib keladi, bo'sh vaqt ish vaqtiga aylanadi. Muvofig ravishda bo'sh vaqt o'sgan ish haqi evaziga olingan tovarlar va xizmatlarga almashtiriladi. Bunda mehnat taklifi miqdori, ya'ni ishchi soni ko'paymaydi, lekin ishlovchilarning ish vaqti bo'sh vaqt evaziga ko'payadi. Masalan, ishchi haftasiga 4200 so'mdan haq olib 42 soat ishlaydi, deylik. Korxonada qo'shimcha (o'zi ishlayotgan yoki boshqa) haftasiga 10 soatdan ishlaganiga 1500 so'm ish haqi olishi mumkin. U holda ishchi uchun shu mablag' zarur ekan, bo'sh vaqt evaziga haftasiga qo'shimcha

10 soatdan ishlaydi. Agar 10 ta shunday ishchi bor desak, haftasiga ishchilar soni o'zgartirilmagan holda ish vaqti 100 (10x10) soatga ko'paydi. Bu ikkita dan ortiq ishchi kuchi degani. Mana shu jarayon iqtisodiy nazariyada o'rinbosish effekti deb ataladi. Bu b rasmda ko'rsatilgan egri chiziqda ifodalanadi. U A nuqtaga etguncha namoyon bo'ladi.

**Daromad effekti** esa o'rinbosish effektiga qarama-qarshi, u ishlovchining moddiy jihatdan etarli darajada ta'minlanishi bilan bog'liq.

Agar moddiy jihatdan ta'minlanganlik darajasi ishlovchini qoniqtirsa, uning bo'sh vaqtga munosabati o'zgaradi. Uning uchun bo'sh vaqt hisobiga ishlab olinadigan daromadni yo'qotish vaqti emas, aksincha dam olish, hayot quvonchlaridan lazzatlanish, rohatlanish vaqti qiziqarli. Ayniqsa, insonga hayot bir marta berilishi, bu dunyo o'tar dunyo ekanligini hisobga olinsa. Shuning uchun u tovarlar va xizmatlarni ko'proq sotib olishgina emas, balki ko'proq bo'sh vaqtga ega bo'lishga intiladi. Bu esa mehnat taklifini kamaytiradi. Bunda egri chiziq A nuqtadan o'tgandan so'ng daromad effekti ustun darajada ifodalanadi. U ishlovchini qisqartirilgan ish kuni, qo'shimcha dam olish kunlari va o'z hisobiga ta'til olishga intilishini ko'rsatadi.

Ish haqining ma'lum belgilangan darajasida qaysi bir effekt ustunlik qiladi, aytish qiyin, chunki u kishilarning ayni paytda nimani tanlashlariga bog'liq.

Bulardan tashqari, taklifga mamlakatdagi ishga yaroqli aholining soni, uning bilimi, malakasi, kasbiy tayyorgarligi ham ta'sir qiladi.

Umuman olganda, ish haqi va unga bog'liq ravishda taklifni o'zgarishini bir grafikda ko'rsatsak, u quyidagicha bo'ladi.

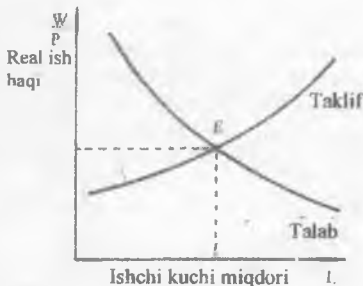
E nuqtada talab va taklif egri chiziqlari kesishdi. Bu mehnat bozorida talab va taklif muvozanatiga erishilganini ko'rsatadi. Ana shu nuqtadan tashqarida muvozanat buziladi. Shu ish haqi miqdorida ishlashni xohlaganlar ish bilan ta'minlanadi. Shuning uchun E nuqtasi to'la bandlikni ko'rsatadi.

Talab va taklif muvozanatidan kelib chiqib, ish haqiga ta'rif bersak, u shunday ifodalanadi. **Ish haqi** — bu mehnat bozoridagi ish kuchiga talab va taklifning muvozanat bahosidir.

Mehnat bozoridagi raqobat tabiiy ish haqini tenglashtirishga ta'sir qiladi. Milliy miqyosda malaka, bilim jihatidan teng bo'lgan ma'lum kasbga deyarli bir xil mehnat haqi belgilanadi. Oddiy qilib aytganda, mehnat bozorida unga xos bo'lgan raqobat kurashi tufayli teng mehnatga teng ish haqi printsipi amalga oshadi.

Mehnat bozorida monopoliya ham o'z kuchini ko'rsatadi. Mehnatga monopoliya ishga yollovchilarni ishchilarga o'z shartlarini, ayniqsa mehnatga haq to'lash bo'yicha o'z amrini o'tkazishga urinishda namoyon bo'ladi. Ular ishsizlikdan manfaatdor. Ishchilar o'z navbatida turli yo'llar bilan ish haqini ko'paytirishga, eng avvalo kasaba uyushmalari yordamida harakat qiladilar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ana shu manfaatlar to'qnashuvi ish haqi darajasini o'zgarib turishiga olib keladi. Shunday qilib, ish haqi birinchidan, ish



kuchini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ne'matlar miqdori va narxiga, ikkinchidan, mehnat bozoridagi vaziyatga bog'liq.

### 3- §. Ish haqi va uni tashkil etish shakllari.

Bozor iqtisodiyoti har bir iqtisodiy sub'ektning daromad topishga intilishi uchun qulay imkoniyat yaratadi.

Har bir daromad shakli faqatgina ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish bilangina emas, balki ishlab chiqarish omillarining oldi-sotdisini amalga oshiradigan o'z bozori mavjudligiga ham bog'liq. Ishlab chiqarish omili bo'lgan mehnat esa mehnat bozorida oldi-sotdi qilinadi. Mehnat omili egasi bo'lgan ishchi kuchining daromadi ish haqi tarzida yuzaga chiqadi. Ish haqi esa mehnat bozoridagi talab va taklif asosida shakllanadi. Bozor bir tomonda o'z tovari — ishchi kuchi bilan sotuvchi, ikkinchi tomonda — uni oluvchi, ishga yollovchi. Ular o'rtasidagi kelishilgan narx bu — ish haqidir. Ish haqi iqtisodiy nazariyada tor va keng ma'noda talqin qilinadi.

U mehnat tushunchasiga yondashish bilan bog'liq. Keng ma'noda ish haqi bu — atama: a) turli kasb egalari; b) bilim olish uchun katta xarajatlar talab qiladigan malakali mutaxassislar; v) aholiga turli maishiy xizmat ko'rsatadigan (sartarosh, uzoq muddat foydalaniladigan maishiy asboblari, texnika ta'miri va boshqalar) kichik korxonalar egalari kabilarni mehnatiga to'lanadigan haq tushuniladi. Bunda ish haqiga gonorar, mukofot va mehnatning boshqa turdagi taqdirlashlari ham kiradi.

Tor ma'noda esa, ish haqi stavkasi (darajasi), ya'ni mehnatga ma'lum vaqt, soat, kun, hafta va hokazo mobaynida to'langan haq tushuniladi. Ish haqiga bunday yondashish umumiy ishlab topilgan daromad bilan ish haqini farqlash imkonini beradi. Ish haqining umumiy hajmi ish haqi stavkasi va ishlangan vaqt miqdoriga bog'liq. Shu bilan birga, pul shaklidagi yoki nominal ish haqi bilan real ish haqi o'rtasidagi farqni aniqlash ham zarur. **Nominal ish haqi** — pul shaklida olingan ish haqidir (soat, kun, hafta, oy davomida). **Real ish haqi** — bu pul shaklida olingan nominal ish haqining sotib olish mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdorida ifodalanishidir. Boshqacha aytganimizda, real ish haqi nominal ish haqining xarid quvvatini ko'rsatadi. Real ish haqiga **nominal ish haqi** darajasi, **solliqlar** hamda **narxning o'zgarishi** ta'sir qiladi.

Bozor iqtisodiyoti mehnat omili va boshqa omil egalari uchun stimullar yaratadi. (Stimullar deb qadimgi Rimda chorva hayvonlarini haydash uchun ishlatiladigan uchli tayoqni aytishgan. Keyinchalik, stimullar insonni ishlashga undashini nazarda tutadigan bo'ldi.) Mehnat omili uchun stimullar ish haqining turli shakllari va sistemalarini qo'llash orqali erishiladi. Eng avvalo, ish haqining ikki shakli: vaqtbay va ishbay shakli qo'llaniladi.

**Vaqtbay ish haqi**da mehnatga haq ishlagan vaqtiga qarab to'lanadi. Bir soat ish vaqti belgilangan haq bo'yicha, kunlik, haftalik, oylik ish haqi hisoblab chiqiladi. Vaqtbay ish haqi odatda texnologik tartibning vaqt soati qat'iy belgilangan korxonalarda qo'llaniladi. Ayniqsa, yalpi avtomatlashgan ishlab chiqarishda ishchilarning mehnati uzluksizligi konveyerning harakat tezligiga bog'liq sohalarda qo'llaniladi. Biznesmenlarni vaqtbay ish haqini qo'llashidan manfaatdorligi ish haqini ko'tarmay mehnat intensivligini o'stirish imkoniga ega ekanligidir.

Keyingi 20—30 yil mobaynida vaqtbay ish haqi mehnatga haq to'lashning ustun shakliga aylandi. Hozirgi paytda AQSh va Frantsiyada qayta ishlovchi sanoatda band bo'lganlarning 70%, Buyuk Britaniya va Germaniya sanoat ishchilarining 60% iga vaqtbay ish haqi to'lanadi.

Injener-texnik ilmiy ish bilan shug'ullanuvchilar, xizmatchilar va boshqa bir qancha kategoriyadagi ishlovchilarga lavozimi bo'yicha oylik maosh belgilanadi. Agarda xo'jalik kon'yunkturasi yomonlashsa tadbirkor ish vaqtini kamaytirishi mumkin.

**Ishbay ish haqi** — vaqtbay ish haqining o'zgartirilgan shakli. U ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga qarab hisoblanadi. Ish haqi tayyorlangan mahsulotning miqdoriga proporsional ravishda o'zgaradi. Bu bog'lanish donabay (baho) belgilash orqali amalga oshadi. Ishbay ish haqi to'langanda mahsulot ishlab chiqarish miqdori belgilanadi. U bir soat/vaqt davomida normal intensiv sharoitda ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoridir.

$$\begin{array}{l} \text{Donabay yoki ishbay} \\ \text{ish haqi} \end{array} \quad 1 \text{ soatga to'lanadigan ish haqi} \\ = \frac{\text{1 soatda ishlab chiqarilishi kerak}}{\text{bo'lgan mahsulot miqdori}}$$

Ishbay ish haqi ko'proq qo'l mehnati ustun bo'lgan ishlab chiqarishda mahsulot miqdorini ko'paytirish zarur bo'lgan korxonalarda qo'llaniladi.

Hozirgi paytda vaqtbay ish haqini ham, ishbay ish haqini ham mehnat unumini, sifatini oshirishga, xom ashyolarni tejashga va boshqa natijalarni yaxshilashga qaratilgan turli-tuman ish haqi to'lash tizimi qo'llaniladi.

Ma'lumki, hayotda ish haqi darajasi turli-tuman bo'lib, bunday tabaqalashuvning qator sabablari bor:

1. Ishchilar bir xil emas, ular qobiliyati, mahorati, ma'lumoti, tajribasi bilan farqlanadi. Bu o'z navbatida mehnat unumdorligida o'z ifodasini topadi.

2. Ish turlari o'ziga jalb qilishi bilan farq qiladi.

3. Mehnat bozori odatda nomukammal raqobat bilan xarakterlanadi.

4. Mehnat sharoiti turlicha bo'lib, ayrim ishlar sog'liq uchun zararli, qo'shimcha haq to'lashni talab etadi.

Ish haqi darajasi tarif sistemasi orqali tartibga solinadi. Tarif sistemasi tarif stavkasi (ishlovchilarni soat yoki kun davomida mehnat haqi miqdorini), tarif setkasini (malakasiga qarab, birinchi razryadga nisbatan tarif koeffitsient shkalasini) hamda tarif malaka ma'lumotnoma — ishlarni tarifkatsiya qilish va malaka razryadlarini berish bo'yicha normal hujjatni o'z ichiga oladi. Hozirgi paytda, ish haqini belgilashda asosiy e'tibor pirovard natijaga qaratilgan bo'lib, u miqdor jihatidan chegaralanmagan. Mamlakatimizda ishchi va xizmatchilarning ish haqi tarif setkasi dastlab Respublika Vazirlar Mahkamasi tomonidan qabul qilingan qaror asosida 1993 yil 1 yanvardan boshlab qo'llanila boshladi. U byudjet tomonidan moliyalashtiriladigan hamma tashkilot, muassasa korxonalari uchun bajarilishi shart.

Mulk shaklidan qat'i nazar boshqa korxonalar, tashkilot, birlashmalar uchun tavsiya xarakteriga ega. Ya'ni bu turdagi korxonalar yagona tarif setkasiga tayyorgarligi va zarur moliyaviy mablag'larini jamg'arishiga qarab o'tishi mumkin.

Yagona tarif setkasini qo'llashning zarurati mehnatga haq to'lash tizimidagi qator kamchiliklardan kelib chiqadi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Ish haqi tarif qismining pastligi, turli-tuman qo'shimchalarning esa borgan sari ko'payib borishi.

2. Ish haqida mehnatga jalb etish va mehnatga rag'batlantirish printsiplarining yo'qligi.

3. Mehnatni normalashtirish printsipidan uzoqlashib ketishi.

4. Ishchi, mutaxassis va rahbarlar mehnat haqi o'rtasidagi farqni kattalashib ketishi.

5. Ayrim sohalarda ish haqini asossiz ravishda oshib borishi va uni xarajatlarni ko'payishiga olib kelishi va boshqalar.

Mehnat haqi bo'yicha yagona tarif setkasi (YaTS) eng avvalo, belgilangan tarif koeffitsientlarini o'z ichiga oladi.

Mehnat haqi bo'yicha xalq xo'jaligi tarmoqlarida band bo'lganlarni yagona tarif setkasi (YaTS) belgilangan tarif koeffitsientlarini o'z ichiga oladi. U 28 razryaddan iborat bo'lib, hech qanday maxsus tayyorgarlik talab qilmaydigan oddiy ishdan tortib, mutaxassis va rahbarlarning har qanday darajasiga qadar qamrab olingan, hamda 0- razryadga ish haqining eng kam darajasi belgilangan. 0- razryadga maxsus tayyorgarlik talab etilmaydigan ishlarni bajaradiganlar — qorovul, farrosh va boshqalar kiradi. 1- razryaddan 8- razryadgacha xalq xo'jaligining hamma tarmoqlaridagi ishchilar, ayrim o'rta maxsus ta'lim va texnik ish bajaruvchilar kiritilgan.

Oliy ma'lumotga ega bo'lgan turli mutaxassislar 5—13 razryadgacha, 10—18 razryadgacha o'rta boshqarish bo'g'ini rahbarlari, bo'lim, tsex boshliqlari, bosh va etakchi mutaxassislar, korxonalar xizmat bo'limi rahbarlari, maslahatchilar kiritilgan.

Vazirliklar, tashkilotlar, kontsern, assotsiatsiya, birlashma, trest va korxonalar rahbarlari 16—24 razryadgacha, undan yuqorisiga yuqori rahbar lavozimdagilar kiritilgan. Hozirgi paytda bu razryadlar miqdori yiriklashtirilib 24 taga tushirildi.

Har bir yuqoridagi guruh bo'yicha yana 5 ta gorizontal razryad bo'lishi ko'zda tutilgan bo'lib, uning yordamida aniq maosh miqdori ma'lumoti, bajargan ishiga qarab belgilanadi. YaTS bo'yicha ishchilarni tarif razryadi yagona tarif ma'lumotnomasi asosida belgilanadi. Yana shuni yodda tutish kerakki, bu belgilangan haq ishlovchilarni eng kam sotsial kafolatlangan ish haqidir.

YaTS ning asosiy maqsadi ish haqini oshirish emas, balki ish haqi to'lashdagi nomutanosibliklarni to'g'rilashdir. Korxonalar muassasalar ishchi-xizmatchilari byudjetdan moliyalashtiriladigan mehnat haqi fondiga ajratilgan mablag' bo'yicha haq to'laydiganlar uchun rioya qilinishi shart, boshqa turli mulkchilikka asoslangan korxonalarda esa korxonalar erishgan natijaga ko'ra ish haqi to'lashni tashkil etishda tavsianoma tarzida qo'llaniladi.

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalar ish haqi to'lashda mehnat unumdorligi va samaradorligini oshirishga undovchi ish haqi tizimini ixtiyoriy ravishda tanlaydilar.

Hozirgi paytda ish haqining quyidagi tizimlari mavjud:

\*Mehnat unumdorligini belgilangan darajaga etkazmagan taqdirda ham minimal ish haqi (tarif stavkasi)ni kafolatlovchi tizim;



\* Erishilgan mehnat unumdorligi darajasiga ko'ra ish haqini minimal darajadan maksimal darajagacha o'zgarishini ta'minlovchi tizim;

\* Ishchilarni foydadan ulush olishda qatnashishini va o'z mulkini yaratishni rag'batlantiruvchi tizim;

Ish haqi turli ko'rinishlarda oddiy vaqtbay, oddiy ishbay, vaqtbay mukofotli, ishbay mukofotli, nisbiy o'suvchan, ko'p faktorli akkord, foydada qatnashish va boshqa xil ish haqi to'lash tizimidan foydalaniladi. Ish beruvchilar bilan ishga yollanuvchilar o'rtasidagi munosabatlar iqtisodiy munosabatlar bo'lib, tovar ishlab chiqarish va bozor qonunlari asosida yuz beradi.

#### 4- §. Ishga yollanish va mehnat shartnomalari.

Mehnat bozori klassik kapitalizm sharoitida shakllangan. U yollanma ishchini vujudga kelishi, uning hayot kechirishi uchun daromad topish manbai sifatida o'z ishchi kuchini sotish bilan bog'liq. Mehnat bozorida ish kuchiga talab bilan ishga yollovchilar bir tomonda tursa, ikkinchi tomonda ishlash-ishlamaslik ixtiyori o'zida, xohlagan yerida ishlashi mumkin bo'lgan erkin shaxs — ishga yollanuvchilar turadi. Ularning har ikkisi ham o'z manfaatlarini ko'z-lab bozorga chiqadi. Sotib oluvchi bozordan olgan ishchi kuchi evaziga naf ko'rishni kutadi, ishchi kuchi esa mehnati evaziga haq olishni ko'zlaydi. Ish kuchi oldi-sotdisida mehnat birjalari vositachilik qiladilar.

Bu oldi-sotdi odatda mehnat shartnomalari orqali amalga oshiriladi. Bu bitim har ikki tomonning bir-birlariga qo'yadigan talablarini o'zida mujassamlashtiradi. Ana shu kelishuv, bitim 3 turga bo'linadi:

1. **Mehnat kontraktlari** — ishga kiruvchilar va ishga oluvchilar o'rtasida yakka tartibda bitim tuzilishi mumkin. Bunda ishning mazmuni, ish sharoiti, ish haqi miqdori, ish haqi to'lash tartibi, ishlovchining va ish beruvchining majburiyatlari aniq ko'rsatiladi.

2. **Jamoa bitimi.** Bu bitim ishchi-xizmatchilar jamoasi bilan firmalar o'rtasida tuzilgan shartnoma. Bu shartnomada har ikki tomonning majburiyati ko'rsatiladi. Ishga yollovchi tomonidan ish vaqti mehnat xavfsizligini ta'minlash, ish haqi miqdori, ish haqini indeksatsiyalash, ya'ni narxni ortishini hisobga olgan holda ish haqini oshirish kabilar.

Yollanuvchi tomonidan sifatli va unumli ishlash, malakasini oshirish kabilar.

3. **Bosh bitim.** Bu bitim ish beruvchilar va ishchi-xizmatchilarning kasaba uyushmasi va, shuningdek hukumat o'rtasida tuzilgan bitim. Unga mehnat munosabatlarining asosiy tomonlari umumnamlakat doirasida belgilanadi. Mamlakatimizda mehnat munosabatlari O'zbekiston Respublikasi Mehnat Kodeksiga binoan tartibga solinadi. Ana shu kodeksga binoan ish beruvchilar va ishlovchilar mehnat munosabatlarining sub'ektlari hisoblanadi.

Mehnat bitimlari asosida mehnat munosabatlarini tartibga solish tizimi bir necha o'n yillar mobaynida yuzaga kelgan. Sanoat revolyutsiyasi davrida ish haqini ko'tarish uchun harakat boshlanib, bu harakat XIX asr davomida kasaba uyushmalarini kuchsizligi tufayli uncha sezilarli rol o'ynamagan. Keyingi yillarda borgan sari kasaba uyushmalarining roli orta bordi. Ular jamoa bitimi tuzishda muhim o'rin tuta boshladilar. Jamoa shartnomasi tuzish tizimiga Xalqaro Mehnat tashkiloti tomonidan 1949 yilda «Konventsiya —98» hamda

1951 yilda «Tavsiyanoma —91» deb nomlangan hujjatlarni qabul qilinishi va uni jahon miqyosida e'tirof etilishi bilan asos solindi.

Ularda mehnat munosabatlarini tartibga solish, jamoa muzokaralarini olib borish va mehnatni tashkil etishni muhim printsiplari (ishlab chiqilgan) ko'rsatilgan. Chunonchi:

— taraflar tomonidan olingan majburiyatlarni bajarish, kelishuv shartlariga qattiq rioya qilish;

— jamoa bitimiga zid bo'lgan mehnat shartnomalarini bekor qilish;

— jamoa (kollektiv) bitimlari shartlari barcha korxonalarining barcha kategoriyalariga tegishli. 1981 yili XMTning bosh konferentsiyasi jamoa muzokaralari bo'yicha yana bir tavsiyanoma qabul qildi. Jamoa bitimi hozirgi paytda jamoani guruhiiy manfaatlarini himoya qiluvchi dastak sifatida amal qiladi.

Shuni e'tirof etish kerakki, ishga yollovchilar bilan yollanuvchilarning manfaatlari doimo mos tushavermaydi. Natijada umummilliy manfaatlar bilan guruhiiy manfaatlar o'rtasida qarama-qarshiliklar bo'lib turadi. Ular turli yo'llar bilan echiladi:

1) har ikki tomonni muzokara olib borib, ish haqi, ish vaqti, mehnat sharoiti, otpuskalari va h.k.lar bo'yicha kelishishi, bir guruh ikkinchisiga yon berishi yoki har ikkisi ham o'z talablarini ayrimlarini cheklashga kelishib olishlari mumkin;

2) davlat o'z sotsial-iqtisodiy siyosatini jamoa shartnomasida ifodalashiga erishish. Bu yo'l hech bo'lmaganda davlat tomonidan qonuniy ravishda ish haqining eng kam darajasini belgilash, narx va daromadlarning o'zgarishi bo'yicha qat'iy siyosat yuritish demakdir;

3) mehnat munosabatlari sub'ektlari — ish beruvchilar, yollanuvchilar, davlat o'rtasida manfaatlarni moslashtirish maqsadida uch tomonlama shartnomalar tuzish. Bunday shartnomalar inflyatsiyani jilovlash, bandlikni ta'minlash, sotsial munosabatlarni milliy darajada hal qilish imkonini beradi.

## 5- §. Insoniy kapitalga investitsiya haqidagi nazariyalar.

Ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot, jamiyatdagi tub o'zgarishlar inson kapitaliga investitsiya to'g'risidagi nazariyalarning vujudga kelishiga sabab bo'ldi. Fan-texnika va axborotdagi revolyutsiya inson, uning ilmiy-ma'rifiy potentsialini ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning hal qiluvchi omiliga aylantiradi.

Keyingi paytlarda iqtisod fanida inson kapitali tushunchasi keng qo'llanila boshladi.

Hozirgi zamon inson kapitali haqidagi nazariyalar 60-yillardan boshlab shakllandi. Juda ko'p iqtisodchilar bu haqda o'z fikrlarini bildirishdi. Chunonchi G. Bekker, U. Bouen, M. Blaug, V. Veysbrod, E. Denison, M. Fisher va boshqalar. Amerikalik iqtisodchi G. Bekker "Inson kapitali" fundamental tadqiqoti, inson kapitali nazariyasiga oid ishlari uchun 1992 yili iqtisod sohasida Nobel mukofotini olishga sazovor bo'ldi.

Inson kapitali deganda odatda insondagi salomatlik bilan malaka, salohiyat, mehnatga ishtiyoq tushuniladi. Bular o'z navbatida mehnat unumdorligi hamda daromadlar o'sishiga ta'sir etadi.

Har bir inson farovon yashash maqsadida ko'proq daromad olish uchun harakat qiladi. Bu harakat qator xarajatlarni talab qiladi. Kelajakdagi daromadni ko'paytirish uchun qaratilgan barcha xarajatlar inson kapitaliga investitsiya hisoblanadi. Bularga sog'liqni saqlash, bilim olish, ish o'rmini qidirish, professional tayyorgarlik, farzand tug'ish va tarbiyalash kabi xarajatlar kiradi.

Har bir kishi o'z bilimini oshirishga, sog'ligi uchun, kasb-hunar egallashi uchun investitsiya sarflashga qaror qilar ekan, kelajakda olishi mumkin bo'lgan daromadi bilan taqqoslaydi. U ko'proq ish haqi yoki pul daromadi shaklida obro'li ish yoki biron nufuzga erishishi shaklida bo'lishi mumkin.

Insoniy kapital odamlar yillar davomida to'plagan bilim, malaka, tajriba tarzida bo'lib, uni egasidan ajratib bo'lmaydi.

Inson o'z sog'lig'ini saqlashi, bilim olishi, malaka, mutaxassislikka ega bo'lishi, malaka oshirishi, tajriba to'plashi, ish o'rni qidirishi, kelajakda o'z o'rmini bosuvchi farzand tug'ishi, tarbiyalab voyaga etkazishi – barchasi ma'lum miqdorda xarajatlarni talab qiladi. Ana shu xarajatlar insoniy kapitalga investitsiya deb ataladi.

Har bir kishi o'z bilimini oshirish, sog'lig'i uchun, kasb-hunar egallashi uchun investitsiya sarflashga qaror qilar ekan, kelajakda olish mumkin bo'lgan natija bilan taqqoslaydi. U ko'proq ish haqi yoki pul daromadi shaklida obro'li ish yoki biron nufuzga erishish shaklida bo'lishi mumkin.

Insoniy kapitalga investitsiya qilish izoh muddatli integral xarakterga ega bo'lib, samarasi ham iqtisodiy ham ijtimoiy ahamiyatga ega. Bilim olish muddati 12-18 yilgacha va undan uzoqqa ham cho'zilishi mumkin. Insoniy kapitalni ishga solinishi, uni qo'llashdan olinadigan samara har bir kishini o'ziga, uning qiziqishi, nimani afzal ko'rishi, javobgarlik hissi, umumiy madaniyati va ma'naviyatiga bog'liq bo'lib, u xohlaganini tanlaydi.

Insoniy kapitalni shakllantirish unga qo'yilgan investitsiya samarasini aniqlash muhim ahamiyatga ega.

Iqtisodchilar tomonidan bu haqda turli fikrlar bildirilgan.

Insoniy kapitalni shakllantirishning bir qancha modellari mavjud. Shulardan biri Turou modeli. U Kobb-Duglas funktsiyasidan foydalanib, shu modelni ishlab chiqqan:

$$IK = g \cdot (K \cdot IK_x \cdot R \cdot IA)$$

IK – yaratilgan insoniy kapital; K – jismoniy kapital;  $IK_x$  – insoniy kapitalga investitsiya (qo'yilmalar); R – tabiiy resurslar; IA – turli individlar (kishilar)ning iqtisodiy qobiliyati.

T. Shults, N. Ben-Poretning insoniy kapitalni yaratish modeli boshqacharoq:

$$Q = B_0 (S_t \times K_t)^{B_1} D^{B_2} \text{ tarzida ifodalanadi}$$

Bu yerda Q – yaratilgan insoniy kapital hajmi; t – ma'lum bir vaqt oralig'i;  $B_0$  – insoniy kapitalni ko'paytirish qobiliyati koeffitsienti;  $S_t$  – mavjud insoniy kapital zahirasidan, shu kapitalni yaratishga qo'shilgan qismi;  $K_t$  – insoniy kapitalni umumiy zahirasi;  $B_1, B_2$  –  $B_1+B_2 < 1$ , 1 dan kichik koeffitsientlar; D – qoplanadigan qo'yilmalar.

Shularga o'xshash, ulardan farq qiladigan modellar ham bor. Lekin real hayotda keng ravishda insoniy kapitalga qo'yilgan investitsiya miqdori bilan keyingi olinadigan daromad bilan taqqoslash usullari keng qo'llaniladi.

Insoniy kapitalga qo'yilgan investitsiya samarasi undan foydalanishdan oldingi samara, ya'ni yalpi daromad bilan aniqlanadi. Kelajakdagi daromadning diskontlangan miqdoriga teng bo'ladi. Hozirgi kundagi har qanday summa miqdori bilan kelajakda olinishi mumkin bo'lgan miqdorni hisoblab chiqish *diskontlash* deyiladi. Umumiy tarzda diskontlash quyidagi formula bilan hisoblanadi.

Bu yerda  $D_i$  – daromadning kelajakdan miqdori

$$D_i = \frac{D_0}{(1+i)^t};$$

$D_0$  – daromadning bugungi miqdori  
 $i$  – foizning joriy stavkasi;  
 $t$  – yil (vaqt).

Bu ma'lum miqdordagi  $i$  protsent normasi bo'yicha  $t$  vaqtga qo'yilgan pul bo'lib, u shu vaqt ichida, olingan protsent bilan  $Di$  — miqdorigacha o'sadi.

Insoniy kapital nazariyasida maorif, bilim olishning iqtisodiy aspektiga katta ahamiyat beriladi. Chunki FTT va iqtisodiy o'sishning bosh omili inson bo'lib, ta'lim-tarbiyaga sarflangan kapitalga qarab shakllanadi.

Kapital sarfi har bir kishining daromadini ko'payishiga qanday ta'sir qilishini quyidagicha aniqlash mumkin. Ma'lum ta'lim darajasi bo'yicha olinadigan ish haqi ikki qismdan iborat. Birinchi qism hech qanday bilim olmay olish mumkin bo'lgan ish haqi, ikkinchi qismi insoniy kapitalga qo'yilma natijasida o'sgan kapital, ya'ni insoniy kapitalga investitsiya tufayli olinayotgan daromad.

$$U_n = X_0 + R \cdot C_n$$

Bu yerda  $V_n$  —  $W$  yil ma'lumoti bo'lgan kishining ish haqi (daromadi).

$X_0$  — hech qanday ma'lumoti bo'lmagan kishining ish haqi (daromadi).

$R$  — ma'lumot olish uchun sarflangan mablag'ning joriy kapital qaytirmo normasi.

$C_n$  —  $W_n$  yil davomida o'qish, ma'lumot olish uchun sarflangan investitsiya.

Insoniy kapital nazariyasi doirasida ish haqi tarkibiga qavat-qavat tarzda qaraladi. Har bir qatlamga o'ziga xos ma'lumot darajasi hamda pul daromadi to'g'ri keladi. Masalan, oliy ma'lumot samarasi oliy maktabni tugatganlar bilan o'rta ma'lumotlilar o'rtasidagi umr bo'yi oladigan daromadlarini farqi tarzida yuzaga chiqadi. Ma'lumot darajasi qancha yuqori bo'lsa, uning samarasi ham shuncha yuqori bo'ladi. Yuqori ma'lumot olish uchun sarflangan mablag' yuqori darajada ish haqi olishni ta'minlashi real hayotda amaliyotda tasdiqlanib turibdi. Ko'pgina mamlakatlarda oliy ma'lumotli diplomga ega bo'lganlar o'rta ma'lumotlilarga qaraganda o'rtacha 1,5—2 baravar, o'qiyotgan lekin hali o'rta maxsus ta'lim olgani haqida diplom olmaganlarnikidan 3—4 marta yuqori ish haqi oladilar.

Shunday qonuniyat amal qiladi: ma'lumoti va ishga qarab ish haqi o'sishi odatda pensiyaga (55—60 yosh) chiqqaniga qadar, ma'lum chegaragacha davom etadi, so'ngra esa pasayish tendentsiyasi amal qiladi.

Insoniy kapitalni pulda ifodalash uning absolyut miqdorini aniqlash imkonini beradi. Insoniy kapitalning absolyut miqdori (ta'lim olish fondi) qator ko'rsatkichlarni hisoblash imkonini beradi. Shunday ko'rsatkichlardan biri

ishlab chiqarishning intellektuallik sig'imidir. Bu ko'rsatkich fond sig'imiga o'xshash ko'rsatkich.

Ishlab chiqarishning intellektuallik sig'imi ma'lumot, ta'lim berish fondi YaMM (yalpi milliy mahsulot)ga nisbati tarzida hisoblanadi. U har bir mahsulot ishlab chiqarish uchun ta'lim-tarbiya ishlariga qancha pul sarflanganligini ko'rsatadi.

$$I_k = \frac{MOF}{YaMM}$$

Bu yerda: MOF — ta'lim-tarbiya ishlariga (maorif va oliy ta'limga) ajratilgan fondning mablag'lari (pul miqdorida).

YaMM — yalpi milliy mahsulotning pul miqdori.

Olingan ma'lumotni iqtisodiy samarasini aniqlash uchun ichki qaytim normasi ko'rsatkichidan foydalaniladi. U quyidagicha hisoblanadi:

$$\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

$V_{t-t}$  — vaqtda ma'lumotiga qarab olgan daromadi.

$C_{t-t}$  — vaqtda ma'lumot olish uchun xarajatlar.

$n$  — vaqt davrlari soni (yil).

$r$  — ichki qaytim normasi.

$r$  — qancha yuqori bo'lsa, ta'lim olish uchun quyilgan investitsiya shuncha ko'p foyda keltiradi.

Odatda, turli darajadagi ma'lumot olish uchun qilingan xarajatlar qaytimini, xarajat qilgunga qadar topilgan daromad bilan taqqoslashdan ko'proq foydalaniladi. U quyidagicha hisoblanadi.

$$r = \frac{D_0 - D_0 \cdot S_0}{S_0}$$

$D_0$  — oliy ma'lumotli kishilar ish haqi (daromadi) ning o'zgarishi;

$D_0 \cdot S_0$  — o'rta ma'lumot bilan umr bo'yi oladigan ish haqi (daromadi);

$S_0$  — oliy va o'rta ma'lumot olish uchun xarajatlar farqi.

Insoniy kapital nazariyasida qaytim normasi ko'rsatkichi markaziy o'rin tutadi. U foyda normasi ko'rsatkichiga o'xshash. U insoniy kapitalga qo'yilgan xarajatlarni xuddi moddiy kapitalga sarflangan qo'yilmalarga o'xshab taqqoslash imkonini beradi.

Moddiy kapitalga sarf-xarajatlarni qaytimini foyda normasi orqali aniqlasak, insoniy kapitalga qo'yilgan investitsiyani qoplash foydaliligi darajasini ana shu ko'rsatkich orqali aniqlaymiz.

Ma'lum vaqt mobaynida joriy samarani aniqlashdan ichki qaytim normasi shunisi bilan farq qiladiki, u ma'lumot tufayli umr bo'yi oladigan samarani ko'rsatadi. Amerikalik mutaxassislar iqtisodiyotni, ta'lim sohasini tadqiq qilib, xususiy shaxslar tomonidan ma'lumot olish uchun sarflangan kapitallarni tez orada qoplanishi va foyda keltirishini aniqlashdi. Ularning hisobiga ko'ra xususiy tarzda sarflangan kapitallarni qoplash koeffitsienti bakalavr darajasini,

olish uchun 11,8 dan 13,4% gacha, bir yillik diplomdan keyingi daraja uchun 8%, magistrniki 7,2%, falsafa doktorniki 6,6%ni tashkil etgan.

Yana shuni ham ta'kidlash kerakki, olingan ma'lumotning samarasini faqat pul shaklidagi daromad bilan o'lchash etarli emas. Sababi oliy ma'lumotli kishi qator qo'shimcha (manfaat) imtiyozlarga ega bo'ladi. Bular qaror qabul qilishda katta erkinlik, mehnatning ijodiy xarakterining yuqoriligi, ish sharoiti yaxshiligi, imkoniyatlar doirasi kengligi, sotsial nufuzi yuqori bo'lish va boshqalar.

Buni shartli misolda ko'rib chiqaylik. Aytaylik, 4 yil davomida narxlar o'zgarmasin. Foiz stavkasi ham shu davr ichida o'zgarmagan holda bo'lib 10% ni tashkil qilsin. Ma'lumot olishga qilingan investitsiya va undan keladigan daromadni shu vaqt ichida diskontlash asosida bir ko'rsatkichga keltiramiz.

Ta'lim olish uchun qilingan xarajatlarni o'qish uchun sarflar va ish haqida yo'qotishni qo'shib hisoblab, yo'qotilgan (manfiy) daromad tarzida ifodalaymiz. Uni o'tgandan, malaka oshirgandan keyin olinadigan ish haqi, daromad bilan taqqoslaymiz.

Olimjonning oldida, yaqin kelajagida ikkita muqobil yo'l, boshqacha qilib aytganda loyiha turibdi. Birinchi yo'l, to'rt yil davomida bankda oddiy xizmatchi bo'lib ishlab, yiliga 60 ming so'm daromad topish.

Ikkinchisi — bankda bir yil «Bank-moliya akademiyasi»da o'qib, ma-lakani oshirish. Malaka oshirish uchun 1mln. so'm to'lanadi. Akademiyani tugatgach, unga uch yil mobaynida tijorat bankida marketing bo'limi boshlig'i o'rni va'da qilishyapti. Bu uch yil davomida uning maoshi har yili 100 ming so'mdan ortiq 700000, 800000, 900000 so'm bo'lishi mumkin. Olimjon uchun qaysi yo'lni tanlagan ma'qul?

Buning uchun, ya'ni qaysi yo'l ma'qul ekanligini aniqlash uchun malaka oshirish (bilim olishi)ga sarflangan xarajatlar bilan malaka oshirishdan keyin olinadigan daromadni taqqoslash kerak.

Agar Olimjon malakasini oshirishni tanlasa 1mln. so'm malaka oshirish uchun xarajatlar hamda 600000 so'm boy berilgan imkoniyat (ya'ni shuncha maosh olgan bo'lur edi, yil davomida) xarajatlar hammasi 1600000 so'm bo'ladi. Shu miqdorni o'qigandan so'ng oladigan diskontlangan daromadi bilan solishtiramiz. Agarda u musbat, ya'ni sarflangan xarajatlardan ko'p bo'lsa, o'qib malakasini oshirgan ma'qul bo'ladi. Uni quyidagicha hisoblab chiqamiz.

Investitsiya natijasida olingan qo'shimcha sof daromad (QSD)ni quyidagicha hisoblaymiz:

$$QSD = -1600000 + 700000/(1+0,1) + 800000/(1+0,2) + 900000/(1+0,3) = 636363 + 666666 + 692307 = 1995336; 1995336 - 1600000 = 395336;$$

Ko'rinib turibdiki, o'qish samaraliroq ekan, demak ikkinchi yo'lni tanlagan ma'qul, agarda natija manfiy bo'lganda birinchi yo'l, ishlash ma'qul bo'lardi. Bu yerda yana shuni yoddan chiqarmaslik kerakki, bilim olishga qilingan xarajatlar qoplanmasligi ham mumkin. Lekin uni faqatgina pul miqdori bilan o'lchamaslik kerak, chunki ilgarigiga nisbatan obro'li, kelajagi istiqboliroq ishga joylashishi mumkin. Qaytim normasi ko'rsatkichidan mehnat bozorida uzoq muddatli tenden-

tsiyasini tahlil qilishi, ish haqini o'zgarishi, uni asosida taklif qanday o'zgarishi mumkinligi hisoblab chiqiladi.

Mehnat bozoridagi nomutanosiblik, ish kuchi malakasi, ayrim kasb kishilariga bo'lgan talab bilan taklif nisbatining mos kelmasligi bartaraf etiladi.

Insoniy kapitalga investitsiyaning ortib borishi kishilarning ma'naviy, madaniy, ahloqiy va boshqa jihatlardan ham yuksalishini ifodalaydi. Demak, davlat byudjetdan sarflanadigan mablag'larni ko'paytiribgina qolmay, aholi va firma (korxonalar) tomonidan ham mablag'lar qo'yilishini rag'batlantirish lozim.

Qaytim normasi ko'rsatkichidan mehnat bozorida uzoq muddatli tendentsiyani tahlil qilishda foydalaniladi. Chunki, unga qarab qaysi kasb, ixtisoslik ish haqini o'zgarishi, uni asosida taklif qanday o'zgarishi mumkinligi hisoblab chiqiladi.

Mehnat bozoridagi nomutanosiblik, malaka ayrim kasb kishilariga bo'lgan talab bilan taklif nisbatining mos kelmasligi bartaraf etiladi.

Shuni eslatish kerakki, inson uchun qilingan har qanday xarajat insoniy kapitalga investitsiya hisoblanmaydi. U tsivilizatsiyalashgan jamiyat nuqtai nazaridan maqsadga muvofiq deb topilgan xarajatinigina aytish mumkin.

Ma'lumki, Fan-texnika taraqqiyoti sur'atlarining jadallashuvi mavjud bilimlar, ko'nikmalar, malaka ko'rsatkichining eskirishi munosabati bilan inson kapitali ma'naviy eskirishiga olib keladi. Shuning uchun hozirgi iqtisodiy adabiyotlarda faqat asosiy kapitalning ma'naviy eskirishigina emas, balki bilimlar, ko'nikmalarni, jumladan, mehnat jarayonida odat tusiga kirib qolgan andozalarning ma'naviy eskirishini ham izchillik bilan engish zarurligiga ahamiyat qaratilmoqda.

Inson kapitali ma'naviy eskirishining ikki shchakli bo'lib, birinchisi, mavjud bilimlar doirasida inson kapitali ko'rsatkichlarining yomonlashuvi bilan bog'liq. Bilimlar to'liq bo'lmagani tufayli eskirishga uchraydi. Natijada inson kapitalining jang'arilish jarayoni to'xtab qoladi. Ma'naviy eskirishning ikkinchi turi mutlaqo yangi bilim paydo bo'lishi uni egallamay turib, inson kapitalidan foydalanish imkoni bo'lmasligi bilan bog'liq.

Inson kapitaliga solinadigan investitsiyalar ilmiy g'oyalar, texnika-texnologiya yangiliklarini qabul qilish qobiliyati oshishiga, shu bilan birga iqtisodiy tizimning moslashish imkoniyati, uning doimiy o'zgarishlarga moslashib rivojlanish imkoniyatlari oshishiga yordam berishi kerak. Aks holda jang'arilgan inson kapitalini ishga solib bo'lmaydi, hamda jamiyatning tegishli sifatidagi va miqdordagi inson kapitaliga bo'lgan talabini qondirib bo'lmaydi. Inson kapitalini takror ishlab chiqarishlagi bunday tarkibiy buzilishlarning chuqurlashuvi amalda investitsiyalangan mablag'lardan mahrum bo'lishga olib keladi.

Jamiyat taraqqiy qilishi bilan yuksak malakali mutaxassislarga talab o'sishini hisobga olgan holda respublikamizda «Kadr-lar tayyorlashning Milliy dasturi» ishlab chiqilib, amalga oshirilmoqda.

Insoniy kapitalga investitsiya davlat, korxonalar (firma) aholining o'zi tomonidan qo'yiladi. Aholi uchun o'z mablag'i etmagan taqdirda Prezident farmoni bilan imtiyozli kredit bilan ta'minlanishi respublikamizda zamona talablariga muvofiq ravishda mutaxassis kadrlar tayyorlashni yanada yangi bosqichga ko'taradi.

## Xulosa

\*Inson yashashi uchun turli ne'matlarni ishlab chiqarishi kerak. Ishlab chiqarish asosida mehnat yotadi. Mehnat bu mehnat omilining egasi bo'lgan ish kuchining o'z qobiliyatini ishga solishi, ishlatishidir. Ish hai mehnat omilining YaIM, milliy daromaddagi ulushi bo'lib, u ish haqi deb ataladi.

\*Ish haqi ish kuchiga bo'lgan talab va taklifning muvozanat bahosidir. Mehnatga talab ish haqi miqdoriga teskari, mehnat taklifi esa to'g'ri proporsional bog'lanishda. Mehnat taklifiga o'rin bosish va daromad effekti ta'sir ko'rsatadi. Buni natijasida mehnat taklifi o'sishi yoki pasayishi mumkin.

\*Ish haqini tashkil etishning ikki shakli vaqtbay va ishbay shakli, muvofiq ravishda qator ish haqi tizimlari mavjud. Qanlay ish haqi qo'llash unga ta'sir etadigan omillarga bog'liq bo'lib, u ishga yollovchi bilan yollanuvchi o'rtasidagi tuzilgan mehnat shartnomalarida o'z aksini topadi.

\*Fan texnika taraqqiyoti borgan sari yuqori malakali ish kuchiga talabni kuchaytirishi iqtisodiy nazariyada insoniy kapital nazariyasini (Teory of human capital) ishlab chiqishga olib keldi. Unga muvofiq ish haqidagi farq insoniy kapitalga qilingan investitsiyadagi farqning oqibati. Kam ish haqi to'lanadigan ishchilarning daromadlari esa investitsiyalarning hajmini ortishi natijasida o'sadi. Shuning uchun borgan sari insoniy kapitalga investitsiya sarflash o'sib boradi.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

1. Mehnat munosabatlari.

3. Ish haqi.

5. Real ish haqi.

7. Jamoa bitimi.

2. Mehnat.

4. Nominal ish haqi.

6. Insoniy kapital.

8. Yagona tarif setkasi.

- a) insonning (jismoniy va aqliy energiyasi) kuchi, energiyasini sarflab, jamiyat tomonidan tan olingan natijaga erishishga qaratilgan maqsadli faoliyatidir;
- b) mehnat omilidan foydalanish jarayonida yuzaga chiqadigan munosabatlardir;
- v) pul shaklidagi ish haqi;
- g) mehnat bozoridagi ish kuchiga talab va taklifning muvozanat bahosidir;
- d) odamlar yillar davomida to'plagan bilim, malaka, tajriba tarzida bo'lib, uni egasidan ajratib bo'lmaydi;
- e) pul shaklida olingan ish haqiga sotib olish mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdorida ifodalanishi;
- yo) mehnat haqi bo'yicha milliy iqtisodiyotda band bo'lganlarni mehnat razryadi va ular bo'yicha tarif koeffitsienti. Har bir razryadga muvofiq gorizontaal razryadlar ham bo'lishi ko'zda tutilgan;
- j) ishchi-xizmatchilar jamoasi bilan firmalar o'rtasida tuzilgan shartnoma.

## Takrorlash va munozara uchun savollar.

- 1. Mehnat munosabatlari deganda qanday munosabatlarni tushunasiz?
- 2. Ish haqi darajasiga qanday omillar ta'sir qiladi?
- 3. Mehnat taklifida o'rin bosish effekti va daromad effekti qanday rol o'ynaydi?
- 4. Ish haqi va uni tashkil etish shakllarini izohlang.



5. Mehnat shartnomalari mehnat munosabatlarini tartibga solishda qanday rol o'ynaydi?

6. Insoniy kapitalga investitsiya deganda nimani tushunasiz? Nima sababdan hozirgi paytda unga alohida e'tibor qaratilmoqda?

### Masala va mashqlar.

1. Rivojlangan mamlakatlarda sanoat tarmoqlarida minimal ish haqi miqdori quyidagicha (AQSh dollarida)

Germaniya 31,8	Shveysariya 28,3	Gollandiya 23,3	Frantsiya 19,3	Italiya 18,0
-------------------	---------------------	--------------------	-------------------	-----------------

Hozirgi paytda Germaniya sanoatida o'rtacha ish haqi darajasi bo'yicha dunyoda birinchi o'rinni, Shveysariya esa uchinchi o'rinni egallaydi.

Jadval ma'lumotlari asosida boshqa mamlakatlarning Germaniyaga nisbatan o'rtacha soatlik ish haqi darajasini hisoblang. Agar bu ko'rsatkichni O'zbekiston bilan taqqoslasak qanday xulosa chiqarish mumkin?

Ish haqini hohlaganimizcha ko'tara olamizmi? U nimalarga bog'liq? Bu borada hukumatimiz qanday chora-tadbirlar ko'rayapti? Faqat nominal ish haqiga qarab turmush darajasi haqida xulosa chiqarish mumkinmi?

2. O'zbekistonda tarmoqlar bo'yicha mehnat haqi quyidagicha (o'rtacha respublika darajasiga nisbatan, %da)

	1990	1995	2000	2003
Milliy iqtisodiyotda jumladan:	100	100	100	
Sanoat	108	159	192	
Qishloq xo'jaligi	107	70	50	
Qurilish	131	175	158	
Transport	115	159	172	
Aloqa	157	168	216	
Savdo	84	58	70	
Kommunal xo'jalik	76	101	120	
Xalq ta'limi	81	72	87	
Kredit, sug'urta	149	198	215	

Ularni taqqoslang, bunday tabaqalanishni sabablari nimada deb o'ylaysiz, ko'rsating.

3. Quyidagilarga diqqat qiling.

O'zbekistonda turli mulk shakllariga ko'ra mehnat haqining tabaqalanishi (o'rtacha respublika darajasiga nisbatan %da)

	1995	2000	2003
Milliy iqtisodiyotda o'rtacha jumladan:	100	100	
1. Davlat mulkchiligiga asoslangan korxonalar, tashkilotlarda	114,9	120,1	
2. Nodavlat mulkchiligiga asoslangan korxonalarda, undan:	86,6	86,0	

a) xususiy individual mulkchilik	69,4	65,3
b) aktsionerlik mulkchilik	121,5	142,2
v) qo'shma korxonalarda	165,8	269
g) kooperativ mulkchilik	108,9	50,1
d) jamoa mulkchiligi	69,3	41,4
e) ijara korxonalar	104,7	63,6
j) ijtimoiy tashkilotlar mulki	75,9	127,8

Ulardan qanday xulosa chiqarish mumkin, izohlang. Nima sababdan ish haqi qo'shma korxonalarda eng yuqori darajada? Fikringizni asoslang.

4. AQShda ish haqi va maosh 4005 mlrd. dollarni, renta 28 mlrd. dollarni, protsent 407 mlrd dollarni, xususiy tadbirkorlarning daromadi esa 473 mlrd. dollarni tashkil etdi. Ularning umumiy daromadga nisbatan ulushini hisoblang.

O'zbekistonda hozirgi paytda ish haqi aholining umumiy daromadlarining deyarli 1/3 qismini tashkil etadi. Ularni taqqoslang. Ish haqining ulushi yuqoriligi nimani ko'rsatadi, izohlang.

5. Firma ishchilarni raqobat asosida ishga qabul qiladi. Agar bir dona mahsulotning bozordagi narxi 5500 so'm bo'lsa, firma nechta ishchini ishga qabul qiladi? Hisoblang, jadvalni to'ldiring va javobingizni izohlang.

ishchilar soni	Mahsulot hajmi, dona	mehnat haqiga xarajatlar, ming so'm	Me'yoriy mahsulot, ming so'm
0	0		
1	15	30	
2	35	60	
3	50	90	
4	60	120	
5	66	150	
6	67	180	
7	68	210	
8	69	240	
9	70	270	
10	71	300	

6. Korporatsiya prezidenti, mohir futbolchi, bokser, shaxmatchi, tennischi kabilar bir yilda bir necha yuz mln.lab dollar ishlashi mumkin. Oddiy xizmatchi esa atigi bir necha ming dollar ishlaydi. Ish haqidagi bu farqni tahlil qiling, hamda ish haqi stavkasini tabaqalanishi asosida qanday omillar turganini ko'rsating.

7. AQShda bilim olish uchun sarflangan xarajatlar, so'ngra olinadigan daromadlar o'rtasidagi bog'lanish quyidagicha: o'rta ta'limga nisbatan bilim olish muddatini 2 baravar ko'payishi, o'qishni tugatgach daromadni 5 martaga ko'payishiga olib keladi.

Bu fikrni tahlil qiling va quyidagi savollarni: «Insoniy kapital» nima? Insoniy kapitalga investitsiya deganda nimani tushunasiz? izohlang.

8. Odiljonning oldida ikki yo'l bor. To'rt yil davomida bankda etakchi mutaxassis bo'lib ishlab yiliga 720 ming so'm daromad topish. Ikkinchisi - bir yil «Bank va moliya akademiyasi»da o'qish. O'qish uchun 1 mln. so'm to'lanadi. O'qishni tugatgach unga bo'lim boshlig'i o'rni va'da qilishyapti. Keyinchalik bank boshqaruvi rasi bo'lishi mumkin. Uch yil davomida uning maoshi har yili 960 ming so'm bo'lishi mumkin. Sizningcha Odiljon qaysi yo'lni tanlagani ma'kul.

J.:

9. AQShda Bill Klinton prezident bo'lgan paytda MRB (Markaziy razvedka boshqarmasi) direktori vazifasiga J.Vulsi tayinlangandi. U Stenford universitetini tugatgan. Oksfordda o'qigan. Xuquqshunoslikdan Yelsk universitetida dissertatsiya yoqlagan. Ko'pincha shunday ko'p boskichli bilim olish shunday yuqori mansabga ko'tarilishda qanday rol o'ynaydi? Tanishlaringiz ichidan kimlarni bilasiz?. Siz ularga havas qilasizmi?

10. Nima sababdan yaxshi ta'minlangan oilalarning ko'pchiligida ayollar to'la bo'lmagan ish kuni ishlashadi yoki umuman ishlashmaydi. Oiladagi bolalar soni, uy yumushlari kam ta'minlangan shunday oilalarnikidan ko'p emas. Bu yerda qaysi effekt: o'rin bosishmi yoki daromad effekti ustun?

11. **Topishmoq:** Uning o'g'li o'g'irlik, qizi esa ocharchilik. U nima?

T/N

1. Qachonki yollangan ishchilar miqdori ular yaratgan me'yoriy mahsulot hajmi bilan ish haqi stavkasiga teng bo'lsa, raqobatli bozorda ish yuritayotgan firma o'z foydasini maksimalashtirishga erishadi.

2. Mehnat taklifi raqobatli bozorda faoliyat yuritayotgan firma uchun mutlaq noelastik bo'ladi.

3. Agar tovar va xizmatlarga chakana baholar nominal ish haqi stavkasiga nisbatan tezroq o'ssa, u holda real ish haqi pasayadi.

4. Firma monopolistik mehnat bozorida ish haqi stavkasini o'rnatadi.

5. Ishlagan vaqtiga qarab to'lanadigan ish haqi vaqtbay yoki donabay ish haqi deb ataladi.

6. Hozirgi paytda keng qo'llaniladigan ish haqi tizimiga

- \* guruh(y) (jamoa) ishbay mukofoti;
- \* vaqtbay mukofoti ish haqi to'lash;
- \* tabaqalashgan ish haqi to'lash;
- \* ishbay progressiv ish haqi to'lash;
- \* vaqtbay progressiv ish haqi to'lash;
- \* «ishni analitik baholash» tizimi va boshqalar kiradi.

7. Ish haqi bir tomondan yollangan ishchini mehnat unumdorligi va intensivligini oshirishga undaydi. Ikkinchi tomondan, samarali mehnat stimulin yaratadi.

8. Amerikalik iqtisodchi Jeyms Byukenen «Inson kapitali» fundamental tadqiqoti, inson kapitali nazariyasiga oid ishlari uchun 1992 yili iqtisod sohasida Nobel mukofotini olgan.

Testlar

1. Real ish haqini o'zgarish darajasini, nominal ish haqi darajasi bilan:

- a) tovar va xizmatlar bahosi darajasi;
- b) foyda normasi;
- v) soliqqa tortish stavkasi;
- g) ish vaqtining uzunligi;
- d) mehnat unumdorligi bilan taqqoslash orqali aniqlash mumkin.

2. Ish haqi stavkasini o'sishi bilan:

- a) agar mehnatga talab elastik bo'lsa, bandlik qisqaradi;
- b) agar mehnatga talab mutloq noelastik bo'lsa, bandlik qisqaradi;
- v) agar mehnatga talab elastik bo'lsa, bandlik o'sadi;
- g) agar mehnatga talab noelastik bo'lsa, bandlik o'sadi;
- d) agar mehnatga talab noelastik bo'lsa, bandlik qisqaradi.

3. Ish haqini kasaba uyushmalari bosimi bilan oshirilishi bilan:

- a) bandlik miqdori o'zgarmaydi;
- b) bandlikni kamayishiga olib keladi;
- v) bandlikni o'sishiga olib keladi;
- g) mehnat unumdorligini pasaytiradi;
- d) ish vaqtini uzaytirishga olib keladi.

4. Mehnat taklifini ishchi sonining o'zgarmagani holda bo'sh vaqt evaziga ko'payishi:

- a) daromad effekti;
- b) baho effekti;
- v) o'rin bosish effekti;
- g) miqdor effekti;
- d) alohida manfaatlar effekti deb ataladi.

5. Ishlovchining bo'sh vaqtni ko'proq qadrlashi evaziga mehnat taklifini kamayishi:

- a) baho effekti;
- b) o'rin bosish effekti;
- v) daromad effekti;
- g) miqdor effekti;
- d) alohida manfaatlar effekti deb ataladi.

6. Ish haqi dinamikasi va darajasiga mehnat bozori kon'yunkturasidan tashqari quyidagilardan qaysi biri ta'sir qilmaydi?

- a) tabiiy mehnat resurslari;
- b) texnika, texnologiya darajasi;
- v) mamlakatning iqtisodiy taraqqiyot darajasi;
- g) mamlakatda qonunlar ijrosi va siyosiy vaziyat;
- d) ishchilarni hohish-ehtiyoji.

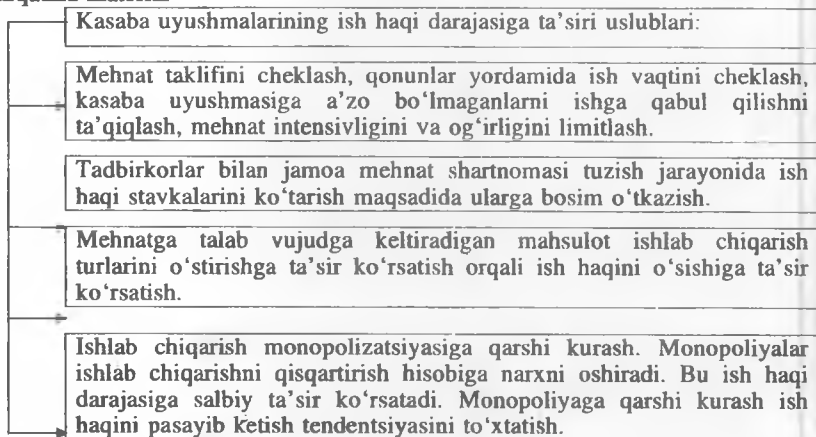
7. Firma mehnat bozorida monopsoniya hisoblanadi, lekin tayyor mahsulot bozorida monopol mavqega ega emas. Raqobatdosh firmalarga nisbatan u:

- a) ko'proq ishchilarni yollaydi va nisbatan yuqori ish haqi belgilaydi;
- b) kamroq ishchilarni yollaydi va nisbatan pastrok ish haqi belgilaydi;
- v) kamroq ishchilar yollaydi va yuqorirok ish haqi tayinlaydi;
- g) ko'proq ishchilar yollaydi va kamroq ish haqi belgilaydi;

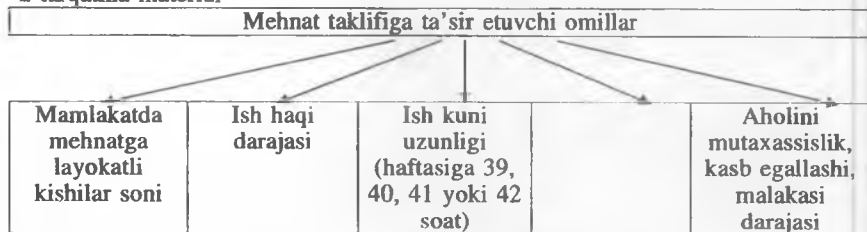
d) ishchilar sonini o'zgartirmaydi, ko'proq ish haqi belgilaydi.

### Tarqatma material namunalari

#### 1-tarqatma material



#### 2-tarqatma material



Bo'sh katakni to'ldiring.

#### 3-tarqatma material

#### Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha o'rtacha nominal ish haqi, so'm

Davr	O'rtacha ko'rsatkich	Sanoat	Transp-ort	Quri-lish	Savdo	Axborot bilan ta'min-lash	Sog'liq-ni saqlash	Xalq ta'limi	Moliya va kredit
2000	12492	23166	20259	20299	9901	42387	8566	9967	25046
2001	18424	29797	24002	23193	12312	40228	10853	1930	31401
2001/2000 o'sish % da	47,5	28,6	18,5	14,3	24,4	- 5,3	6,7	19,7	25,4
2002	27511	42747	37882	34405	21677	70008	16227	17262	47672
2002/2001 o'sish % hisobida	49,3	43,5	57,8	48,3	76,1	74,0	49,5	44,7	51,8

Manba: O'zR Davlat Statistika qo'mitasi

#### 4-tarqatma material

#### Respublika hududlari bo'yicha o'rtacha ish haqi, ming so'm

Davr	o'rtacha ko'rsatkich	Nukus	Andijon	Buxoro	Jizzax	Qashgi	Navoiy	Namangan	Samarqand	Termiz	Sirdaryo	Toshkent vil.	Farg'ona	Xorazm	Toshkent sh.
2000	12,5	10,6	10,7	12,9	8,8	9,7	21,2	9,9	8,2	9,72	10,7	15,0	10,4	10,1	22,7
2001	18,4	13,6	13,8	17,0	12,6	14,1	36,2	13,1	13,4	14,2	16,8	22,3	15,2	13,8	27,2
2002	27,5	20,0	20,8	25,2	18,3	21,0	54,5	18,9	19,9	18,2	24,5	35,6	22,7	20,3	40,3

#### Javoblar:

#### Asosiy tayanch tushunchalar:

1b); 2a); 3g); 4v); 5e); 6d); 7j); 8yo);

#### Masala va mashqlar:

1. O'rtacha bir soatlik ish haqi Germaniyaga nisbatan Shveysariyada 89%, Gollandiya 73,3%, Frantsiya 60,7%, Italiyada 56,6%ni tashkil etadi.

4. Umumiy daromad 4913 mlrd. doll. Ish haqi 81,5%, renta 0,6%, protsent 8,3%, xususiy tadbirkorlar daromadi 9,6%ni tashkil etadi.

5.

6. Tabakalanish asosida qobiliyat, nazariy va amaliy tayyorgarlik, bajariladigan ishning obro'li bo'lish-bo'lmasligi, malaka, mohirligi nomukammal raqobatga asoslanishi, taklif va talab elastikligi ham ta'sir qiladi.

7. 1) Bu nazariy va amaliy tayyorgarlik ko'rish natijasida yuqori malaka talab qiladigan ishlarni bajarish imkonini beradigan insonda jang'arilgan potentsial.

2) Bu bilim olish, malaka, ko'pincha mohirlikka ega bo'lish va sog'lom bo'lish uchun qilingan xarajatlar, qaysiki kelajakda daromadlarni ko'payishiga olib keladi.

8. Ishchi soni Me'yoriy mahsulot

1	
2	110000
3	82500
4	55000
5	33000
6	5000
7	6000
8	5500
9	8000
10	5500

Firma 5 ta ishchini ishga qabul qiladi. Chunki 6-ishchi yaratgan me'yoriy mahsulot atigi 5000 so'mni tashkil etadi. Ish haqi esa 30000 so'm.

9. Insoniy kapitalga investitsiya, shuncha uzoq muddat jarayonida olingan bilim malaka, kelajakda muvaffaqiyatga erishish, jumladan yuqori daromad olishga yo'l ochadi. Jumladan, J.Vulsining shu darajaga etishish imkoniyatida ifodalanadi. Bunday misollarnijuda ko'plab keltirish mumkin.

10. Daromad effekti amal qiladi.

11. Tanballik

**T/N**

1T; 2N; 3T; 4T; 5N; 6T; 7T; 8N (Gerri Bekker);

**Testlar**

1a); 2a); 3b); 4v); 5v); 6d); 7b);

## XIV BOB. BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA RAQOBAT.

Bozor iqtisodiyotida raqobat muhim ahamiyatga ega, uning afzalligi ham ko'p jihatdan raqobatga bog'liq. Raqobat iqtisodiyotni harakatlantiruvchi kuch.

Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish, yangiliklar yarvutish, ishlab chiqarishga so'nggi fan-texnika yutuqlarini joriy qilishga ham raqobat undaydi. Shuning uchun raqobatni tadqiq qilish muhim ahamiyatga ega.

Mazkur bob raqobatga bag'ishlangan. Unda raqobatning mazmuni, mukammal va nomukammal raqobat, monopoliya va uning vujudga kelish sabablari, monopoliya turlarini o'rganamiz. Raqobatning cheklanishi qanday oqibatlariga olib kelishi, raqobatchilik muhiti yaratilishi naqadar zarurligi, uni vujudga keltirishda davlatning rolini ko'rib chiqamiz.

### 1-§. Raqobat va uning shakllari.

Bozor iqtisodiyotining muhim afzalliklaridan biri uning raqobatga asoslanganligidir.

Raqobat bo'lmasa iqtisodiyot rivojlanmaydi. Raqobat kishilik jamiyatining barcha jabhalariga xos. Raqobat qaysi jabhada olib borilishidan qat'i nazar uning markazida inson manfaatlarini turadi. Inson tabiatan o'zini, o'z manfaatlarini o'ylaydigan qilib yaratilgan. Har bir inson o'z imkoniyatlarini namoyon qilish, farovon hayot kechirish, kishilar o'rtasida obro'-e'tibor qozonish (kabilar) uchun harakat qiladi. Kishilik jamiyati hayotining asosini iqtisodiy faoliyat tashkil etar ekan, demak jamiyat hayotida iqtisodiy sohalaridagi raqobat asosiy rol o'ynaydi.

Ma'lumki, tirik tabiatda ham yashash uchun kurash uzluksiz davom etadi. Har qanday tizim: biologik, fizik, kimyoviy, iqtisodiy hammasi mutanosiblikka intiladi. Raqobat ana shu mutanosiblikning optimal darajada bo'lishini ta'minlaydi.

Raqobat (konkurentsia) lotincha — *cancuro* degan so'zdan olingan bo'lib, to'qnashuv degan ma'noni bildiradi. O'zbek tilida raqobat kim o'zdi, basma-baslikka bellashuv ma'nosini anglatadi. Basma-baslikka kim bilan bellashiladi? Raqib bilan. Raqiblar — bir-biriga qarama-qarshi turuvchilar bo'lib, biror narsani talashuvchilar ma'nosini ifodalaydi. Demak, raqib so'zi bilan konkurentsianing ma'nolari yaqin.

Iqtisodiyotning barcha ishtirokchilari bir-biri bilan raqobatlashadi. Ijtimoiy faoliyat jarayonida manfaatlar to'qnashuvi yuz beradi. Ana shu to'qnashuvda kuchlilar yutib chiqadi, zaiflar mag'lub bo'ladi yoki har ikki tomon mavjud shart-sharoitlardan kelib chiqib o'zaro manfaatli bitim tuzadi.

Tabiiy savol tug'ilishi mumkin, nima sababdan raqobat yuz beradi?

Raqobatning asosiy sababi, yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, manfaatlarning mavjudligidir. Har bir kishining manfaati esa uning mulki doirasida alohidalashgan. Har bir kishi o'z manfaati yo'lida harakat qiladi.

Raqobatni iqtisodiy nuqtai nazardan qisqa qilib ta'riflaydigan bo'lsak, quyidagicha ifodalash mumkin. Raqobat iqtisodiy faoliyat ishtirokchilarining o'z manfaatlaridan kelib chiqib, yuqori daromad olish imkoniyatiga, nufuzli mavqeciga ega bo'lish uchun bosh-qalar bilan bellashuvi, kurashidir.



«Raqobat – bozorning asosiy sharti, aytish mumkinki, uning qonunidir.»<sup>1</sup>

Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat qonuni amal qiladi. Bu qonunga ko'ra iqtisodiy sub'ektlarning maqsadlariga ko'ra o'z manfaatlaridan kelib chiqib o'zaro kurashishlari muqarrar bo'ladi. u qonun barcha iqtisodiy qonunlar kabi ob'ektiv xarakterga ega. Sababi iqtisodiy muhitning o'zi uni amal qilishini taqozo qiladi. Chunki, birinchidan, insonga ta'iatan o'z-o'zini saqlash instinkti berilgan, Avval ta'kidlab o'tganimizdek, uni hech kim, hech qanday cheklovlar yo'qqa chiqara olmaydi.

Ikkinchidan, o'zlashtirish mulk doirasida amalga oshadi. Iste'mol o'zgarishi uchun mulk qayta taqsimlanishi kerak. Resurslar mulk bo'lar ekan, cheklangan ekan, undan samarali foydalanish ob'ektiv zaruriyatga aylanadi. Zaruriyat mavjud ekan, inson doimo uni amalga oshirish uchun harakat qiladi, tinmay izlanadi, doimo o'z manfaatini himoya qiladi.

Raqobat qonuni barcha jabhalarga xos, uning amal qilish doirasi kengayib boradi.

**Raqobat kurashi** turli tarzda namoyon bo'ladi. Bozorda firmalar resurslarni arzon olish, o'z tovarlarini qimmatroqqa sotish, shuni asosida ko'proq foyda olishga intilsalar, ishchi va xizmatchilar yaxshiroq ish haqi olish uchun harakat qiladilar. Xaridor bozorda tovarni arzonroq sotib olishga intiladi. Sotuvchi esa qimmatroqqa sotish dardida yonadi. Ijaraga mulkni beruvchi ko'proq ijara haqi olishga harakat qilsa, aksincha ijaraga oluvchi uni pasaytirishga intiladi.

Raqobat ishtirokchilarining ijtimoiy-iqtisodiy maqomi bir xil emas. Shu sababdan ularning bevosita maqsadi ham farqlanadi.

Mulkni iqtisodiy jihatdan alohidalashuviga ko'ra, raqobat faqat individual manfaatni emas, balki jamoa, oilaning manfaatlarini ham ko'zlaydi. Chunki, ayrim kishining manfaati bir tomondan alohidalashgan, ikkinchi tomondan jamoa manfaatlariga birlashgan. Bu manfaatlar birlashuvi ham mulk doirasida amalga oshadi. Masalan, ishlovchilarning har biri yaxshi ish joyi uchun kurashsa, ular jamoa doirasida birgalikda, uning manfaati yo'lida boshqa jamoalar bilan, viloyat miqyosida boshqa viloyatlar bilan, oila miqyosida boshqa oilalar bilan, davlat miqyosida boshqa davlatlar bilan raqobatlashadi. Raqobat xo'jalikning hamma sohasida, iqtisodiy faoliyatning hamma turlarida boradi, unda iqtisodiy faol aholi qatnashadi.

Bozor iqtisodiyotida raqobat kim bilan bo'lishidan qat'i nazar yaxshi ishlaganlarning, ishning o'zini emas, balki ko'zini bilganlarning yutib chiqishini bildiradi. Raqobat iqtisodiy resurslarni tejamli ishlatish, tovar va xizmatlarni ko'plab, sifatli ishlab chiqarishga undaydi. U xo'jalik yuritishning eng samarali usullarini yuzaga keltiradi, iqtisodiy aloqalarning eng ma'qulini topishga undaydi. Fan-texnika yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy qilishni tezlashtiradi. U faqat ishlab chiqarishning o'ziningina o'sishga undab qolmay, iqtisodiy munosabatlarni ham takomillashtirishga olib keladi. Raqobat iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi. U o'z navbatida raqobat doirasini kengaytiradi. Ana shu jihatdan qarasaq, **raqobat bozor iqtisodiyotini harakatlantiruvchi kuch** hisoblanadi.

Bozor va raqobat bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Raqobat bo'lmasa bozor, bozor bo'lmasa raqobat yo'q.

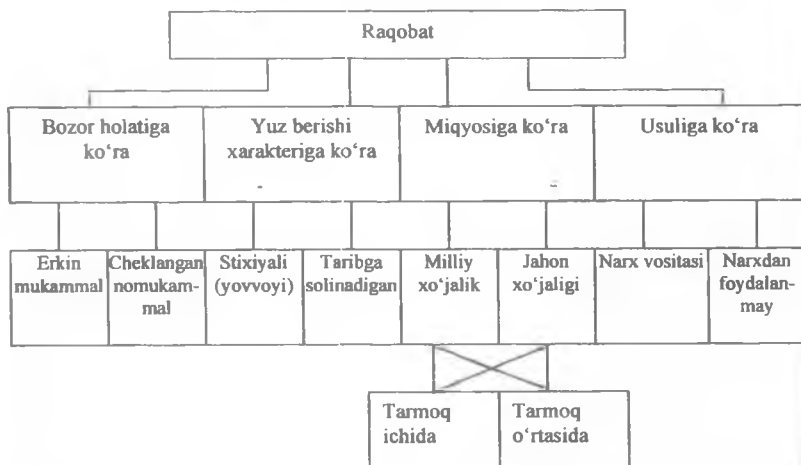
<sup>1</sup> Karimov I. A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. T. O'zbekiston, 1999, 34-bet.

Bozor iqtisodiyotining ilk belgilari paydo bo'lishi bilan unga xos raqobat ham yuzaga keladi. Iqtisodiyot rivojlanishiga qarab, raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib boradi.

Raqobat bozor holatiga ko'ra *mukammal* va *nomukammal* raqobatga ajratiladi (3- §). U raqobat kurashini yuz berishida to'stinlik qilish mavjudligi yoki yo'qligi, uning darajasiga ko'ra baholanadi.

Raqobatning yuz berishi, xarakteriga ko'ra tartibsiz — stixiyali, hamda tsivilizatsiyalashgan, ya'ni tartibga solinadigan raqobatdan iborat bo'ladi. Faqat ular o'rtasidagi nisbat o'zgaradi. Jamiyat rivojlangani sari tsivilizatsiyalashgan raqobat asosiy o'ringa chiqa boradi.

### Raqobat shakllari



Raqobat kurashi jamiyat taraqqiyotining natijasi. U milliy xo'jalik doirasidan chiqib, xalqaro miqyosda yuz beradi. Raqobat, eng avvalo bir tarmoqqa qaraydigan firmalar o'rtasida yuz beradi. Har bir firmaning imkoniyat darajasi, mehnat unumi turlicha bo'lishi, ulardagi o'rtacha xarajatlarning har xil bo'lishiga olib keladi. Natijada bozordagi muvozanat narxiga ko'ra ayrimlar xarajatlarini qoplab foyda olishlari, ayrimlari aksincha zarar ko'rishlari mumkin.

Tarmoq ichidagi raqobat kurashi fan-texnika taraqqiyotini rag'batlantiruvchi kuch hisoblanadi.

Kapital doimo harakatda bo'lar ekan, uning egalari o'z kapitalarini mo'may daromad keltiradigan sohalarga qo'yishga harakat qiladilar. Turli tarmoq firmalari yuqori foyda olish uchun raqobatlashar ekan, har biri o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulot, xizmat ko'rsatishdan tashqari boshqa raqiblari ishlab chiqarayotgan mahsulot ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishga ham ko'proq foyda olib keladigan bo'lsa, kapital qo'yadilar. Kapitalni foyda kam tar-moqdan ko'p tarmoqqa ko'chirish ishlab chiqarishning tarkibini o'zgarishiga olib keladi. Ya'ni diversifikatsiyalash amalga oshiriladi. Raqobatni hamma turlarida kurash keskin boradi. Ayniqsa, jahon bozorida raqobat juda shiddatli yuz beradi.

Raqobat kurashi usuliga ko'ra: narx vositasi va narxdan foydalanmay olib boriladigan raqobat kurashiga ajratiladi.

Raqobat kurashining barcha turlarida yozilgan, yozilmagan qonun-qoidalariga ozmi-ko'pmi rioya qilinadi.

Raqobatni iqtisodiyotdagi ahamiyati beqiyos.

Birinchidan, raqobat mavjudligi sababli ishlab chiqarish va muomalada ijtimoiy normal shart-sharoitlar vujudga keltiriladi.

Ikkinchidan, raqobat doimo yangilikka, ilg'orlikka yo'l ochadi.

Uchinchidan, bozor sahnasini samarasiz, qoloq xo'jaliklar tark etishi ta'minlanadi. Nobel mukofoti laureati iqtisodchi F. Xayek ta'biriga ko'ra «raqobat samarali ishlab chiqarishni o'rgatadi».

## 2- §. Mukammal va nomukammal raqobat

Iqtisodiyotda faoliyat yurituvchi firmalar, sohalar, tarmoqlar juda ko'p. Har bir firma, soha, tarmoqni o'rganish nihoyatda qiyin. Shuning uchun bozor tarkibini narx va ishlab chiqarish hajmining shakllanishiga ko'ra o'rganish realroq.

Iqtisodchilar nisbatan bir-biridan farq qiluvchi bozordagi vaziyatga ko'ra uni to'rt modelga ajratishadi. Bu modellar bir-biridan firmalar soni, mahsulotlar turi, narxlar ustidan nazorat, turli sohalarni monopollashish darajasi, narxning shakllanishi, axborot olish imkoniyatlari va boshqalar bilan farq qiladi. Bu to'rt model: a) *erkin raqobatga asoslangan bozor*; b) *monopolistik raqobatga asoslangan bozor*; v) *oligopoliya*; g) *sof monopoliyadan* iborat.

Bozor tarkibini raqobat erkinligi yoki cheklanishiga ko'ra iqtisodchilar ikki turga: mukammal va nomukammal (takomillashgan, takomillashmagan) raqobatga ajratishadi.

Mukammal raqobat yuqoridagi to'rt modelning erkin raqobatga asoslangan modelini o'z ichiga oladi. Nomukammal raqobatga esa monopolistik raqobat, oligopoliya va sof monopoliya modellari kiradi.

Erkin raqobatga asoslangan modelda u yoki bu tovarni ishlab chiqarishda asosiy o'rin tutadigan bir yoki bir necha firmaning yo'qligi alohida ahamiyatga ega, chunki ana shunday firmaning paydo bo'lishi bozorni nazorat qilishni boshlanishiga qadam bo'ladi.

Erkin raqobat kurashiga asoslangan modelning asosiy ajralib turuvchi tomoni:

1. Mustaqil harakat qiluvchi ishlab chiqaruvchi, sotuvchilar va xaridorlarning cheklanmaganligidir. Masalan: qishloq xo'jaligi tovarlari bilan savdo qiluvchi dehqon bozori, fond birjalari.

2. Standartlashgan mahsulot yoki bir turdagi, bir xildagi mahsulot ishlab chiqarish. Bunda xaridor uchun qaysi sotuvchidan mol olish baribir. Chunki A firmaning mahsuloti B, V, S va hokazo firmalar mahsulotining xuddi o'zi.

Standartlashgan mahsulot belgilangan standart bo'yicha ishlab chiqarilgani uchun mahsulotlar sifat jihatdan farq qilmaydi.

3. Tarmoqqa kirib kelish erkinligi bilan xarakterlanadi. Yangi firmalar tarmoqqa erkin kirib kelish, eskidan ishlayotgan firmalar xohlagan paytda chiqib ketish imkoniyatiga ega.

4. Sof erkin raqobat real hayotda kam, shuning uchun erkin raqobat haqida mantiqiy fikr yuritish o'rinsiz emas. Chunki:

a) bir necha tarmoqlar borki, ular boshqa bozor modellari (strukturasi)dan ko'ra ko'proq erkin raqobat modeliga to'g'ri keladi;

b) erkin raqobat eng oddiy tushunarli ifoda qiladi. Daromad va xarajatlarni taqqoslash asosida narx va ishlab chiqarish hajmi bo'yicha har qanday munozaraning boshlang'ich nuqtasi hisoblanadi;

v) erkin raqobat kurashiga asoslangan iqtisodiyot namunasi real iqtisodiyotni samaradorligini baholash, taqqoslash imkonini beradi.

Xullas, erkin raqobat — bu o'rganilishi ham nazariy, ham ma'lum amaliy ahamiyatga ega bozor modelidir. Erkin raqobat kurashini tahlil qilish, birinchidan, sotuvchilar nuqtai nazaridan talabni o'rganish, ikkinchidan, qisqa muddatli davrda bozor narxiga ishlab chiqaruvchi qanday moslashuvini tushuntirish, uchinchidan, tarmoqda uzoq muddat talab etiladigan o'zgarishlarni qay tarzda yuz berishini, to'rtinchidan butun jamiyat miqyosida raqobatchi tarmoqlarning samaradorligini baholash uchun zarur.

Nomukammal raqobatga asoslangan bozorning birinchi modeli **monopolistik raqobatga asoslangan bozordir**. Monopolistik raqobat deganda quyidagi bozor holati tushuniladi: 1) ko'p sonli uncha yirik bo'lmagan, lekin o'xshash tovarlarni xaridorlarga taklif etadilar. Uni erkin raqobatdan farqi shundaki, bu yerda ishlab chiqaruvchilar unchalik ko'p bo'lmaydi, lekin ular o'zaro til birliktira olmaydilar. Har bir firmaning bozor narxiga ta'siri cheklangan bo'ladi. Ular bir-biridan mustaqil harakat qiladilar, ayrim raqobatchining qo'llagan chora-tadbirlari bozor ahvoriga unchalik ta'sir qilmaydi; 2) firmalar bozorga bir xil mahsulotning turli ko'rinishlarini olib chiqadilar. Tovarlarining sifati, shakli, o'rinishi, qadoqlanishi, sotish sharoiti tabaqalashadi.

Ikkinchi tomondan, bir turdagi tovarlar, masalan, dorixona, restoran, oshxonalar kabi o'z mahsulotlarini tabaqalashuvchi turli raqiblar ko'pchilikni tashkil etadi. Xaridorning tanlash imkoni bor. Sotuvchilar o'rtasida shuning uchun xaridorni o'ziga jalb qilish maqsadida raqobat kurashi ketadi.

Nomukammal raqobatning yana bir turi **oligopoliyadir**. Unda raqobat bilan monopoliya o'ziga xos tarzda birlashib, qo'shilib ketadi. Oligopoliya (yunoncha — ozchilik, sotaman) ishlab chiqarish va bozorda uncha ko'p bo'lmagan, sanoqli firmalar hukmronligidir. Uning eng muhim tomoni raqobat kurashida ozchilik qatnashib, narx ustidan nazorat o'rnatiladi. U ozchilik hukmronligi yoki guruhiy monopoliyadan iboratligi tufayli korporatsiyalar rahbarlari o'zaro muzokaralar, telefon qo'ng'iroqlari, birgalikdagi ziyoratlar orqali narxni kelishib oladilar va uni o'zgarishini nazorat qiladilar.

Erkin raqobat tashabbuskori Adam Smit ikki asr avval «Ishbilarmonlarni istisno tarzida jamiyatga qarshi bitim tuzish uchun til birliktirish maqsadida to'planishlarini hisobga olmaganida, birgalikda juda kam yig'ilishadi» deb bildirgan fikrini eslasak, uning naqadar haqligini his etamiz. Oligopolistlar o'rtasida bitim tuzish osongina kechmaydi.

Chunki bozorda olish mumkin bo'lgan foydani, ta'sir doirasini bo'lishish kerak.

Oligopoliya sharoitida hukmron tarmoqlarda bir xil yoki o'rin bosuvchi standartlashgan va tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqariladi. Standartlashgan mahsulotlarga po'lat, rux, mis, alyuminiy, tsement va hokazolar, tabaqalashgan

mahsulotlarga esa turli rumumdagi avtomobillar, kir yuvish mashinalari, apparatlar, maishiy elektr asboblari va boshqalarni kiritish mumkin.

Oligopoliya tarmoqlarida yirik uch-to'rt firma mahsulot ishlab chiqarishning asosiy qismini nazorat qiladi. Masalan, AQSh da avtomobilsozlikda katta uchlik: «Djeneral Motorz», «Ford», «Kraysler», Yaponiyada «Toyota», «Xonda», «Nissan» kompaniyalari mavjud bo'lib, ishlab chiqarilgan avtomobillarning 90% i ular hissasiga to'g'ri keladi.

Oligopoliya hozirgi paytda keng tarqalgan, nomukammal raqobatning real hayotdagi ifodasidir.

Oligopoliya tarmoqlariga yangi firmalarning kirib kelishi qiyin, chunki mavjud firmalar bilan raqobatga kirish katta kuch, mablag', vaqtni talab qiladi. Buni uddasidan chiqish juda qiyin. Raqib qo'vgan to'siqlarni engib o'ta olgan kuchli firmalargina tarmoqqa kirib kelishi mumkin.

Nomukammal raqobatning yana bir turi sof monopoliyadir. Sof monopoliyada mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda bitta firma hukmronlik qiladi.

Firmaning ishlab chiqaradigan mahsulotini boshqalar ishlab chiqara olmaydilar. Sof monopoliyada bu tarmoqqa boshqalarni kirib kelishiga to'siq kuchli, narxni to'la nazorat qiladi.

Iste'molchining sof monopoliyasi tarzida monopsoniya namoyon bo'ladi. Bunda ishlab chiqarilgan mahsulotning iste'molchisi bitta bo'ladi. Sof monopolist milliy bozorda hukmron firma jahon miqyosida shunday mavqega ega bo'lmasligi mumkin. Masalan, Tushkent aviatsiya birlashmasi, «O'zbekiston havo yo'llari» va boshqalarni misol qilib keltirish mumkin. Ayrim firmalar esa jahon miqyosida ham shunday mavqeni egallashi mumkin. Masalan, mashhur «De Birs» firmasi, jahon miqyosida olmosga ishlov berib, sotishda hukmron mavqega ega. Umuman olganda bozor tarkibi va raqobat turlarini aniq chegaralash juda qiyin. XIX asrning 70- yillaridan XX asrning 30- yillarigacha iqtisodiy nazariyada neoklassik yo'nalish hukmron mavqega ega bo'lib, ular mukammal raqobat to'g'risidagi eskirgan dogmani himoya qilishardi. Ularning fikricha, mayda mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar asosiy o'rin tutadi, unga muvofiq ravishda iqtisodiyotda mukammal raqobat kurashi mavjud.

Vaholanki, bozorda monopollashuv jarayoni jadal kechib raqobatchilik asoslari emirilayotgan edi.

30- yillarning boshlarida iqtisodiy nazariyada ayrim olimlarning fikricha revolyutsiya yuz berdiki, uning natijasida mukammal raqobat to'g'risidagi dogmaga barham berildi. Kembridj universitetining professori Joan Robinson o'zining 1933 yili chop etilgan «Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi» kitobida raqobat to'g'risidagi neokonservativ kentseptsiyani qattiq tanqid qiladi. Uning fikricha, iqtisodiy nazariyada turli qonuniyatlarni o'rganish, tadqiq qilishni odat tusiga kirgan mukammal raqobat sharoitlarini ko'rib chiqib, monopoliyani alohida hodisa sifatida qarash emas, balki tadqiqotni monopoliyalardan boshlab mukammal raqobatni alohida hodisa sifatida qarash to'g'riroq bo'lardi, deydi.

Nomukammal raqobat tushunchasiga amerikalik iqtisodchi Eduard Chamberlin katta hissa qo'shgan, u «Monopolistik raqobat nazariya-si» (1933) kitobida bozordagi real narxlar sof raqobatga ham, sof monopoliyaga ham yon bosmaydi, aksincha ular o'rtasidagi har ikki holatning nisbatiga ko'ra shakllanadi deb

ko'rsatadi. Raqobat bilan monopoliyaning birlashuvi monopolistik raqobat tarzida yuz beradi. U mahsulotni tabaqalanishini vujudga keltiradi. Tabaqalanish mahsulotning ma'lum bir xususiyatlariga ko'ra amalga oshadi. Masalan, tovar markasi, firma nomi, tovarlarni o'ziga xos, diqqatni jalb etadigan qilib o'rash yoki bo'lmasa tovarning individual xususiyatlari: sifati, rangi, shakli — stili va hokazolarga qa-rab tabaqalanishi mumkin. Chakana savdoda bu — sotuvchining joylashgan o'rni, yaratilgan umumiy muhit, sotuvchining ish olib borish manerasi, o'zini tutishi, halol, ishbilarmon sifatida erishgan obro'-e'tibori, shaxsiy aloqalari kabilarni o'z ichiga oladi.

Monopoliya va konkurensiyani hozirgi zamondagi nisbatini real tushunish sof monopoliya ham, mukammal raqobat ham yo'q ekan, unda bozor qanday holatda degan savolga javob berishni zarur qilib qo'yadi.

G'arbda hozirgi zamon bozori holatini «**Ekonomiks**» darsligining mualliflari «*nomukammal raqobat*» deb atashadi. Ularning hammasi «*mukammal raqobatdan*» hozirgi paytda iz ham qolmadi, uning o'rniga o'ziga xos tarzda monopoliya bilan raqobatning birga qo'shilib ketgan shakllari keldi deb e'tirof etishadi. Erkin raqobat klassik kapitalizmga xos. U mukammal raqobat tarzida XIX asrda faqat Angliyada mavjud bo'lgan xolos, hozirgi paytda erkin raqobat kam uchraydigan holat. o'arb mamlakatlarida erkin raqobatni qimmatbaho qog'ozlar bozorida va fermerlar faoliyatida ko'rish mumkin. Industrial ishlab chiqarish bosqichida moliya kapitali vujudga kelishi bilan erkin raqobat o'rniga monopoliyalar kirib keladi. Iqtisodiyotni monopollashuvi fan-texnika taraqqiyotining ta'siri natijasida ishlab chiqarishning konsentratsiyasi kuchayishining qonuniy oqibati bo'lib maydonga chiqadi. Samuelson bu holatga baho berib, yirik ishlab chiqarish biznesni monopollashuviga olib kelishini ko'rsatadi. Monopoliyalar vujudga kelishi, raqobatni cheklasa-da, lekin u albatta qoladi. Hatto o'z bozorlarida etakchi rol o'ynaydigan firmalarning ham doimo bir-ikki kichik bo'lsa ham raqobatchisi bo'ladi. Hozirgi vaqtda sof monopoliya tizimiga to'g'ri keladigan bozorni ham topish qiyin. Sof monopoliya ko'pincha noyob mahsulotga ega bo'lish bilan bog'liq. Ammo, noyob-likning o'zi abadiy emas. Noyob mahsulotning o'rinbosari yoki undan ham yaxshirog'i yaratiladiki, bu monopoliyani zil ketishiga olib keladi. 80- yillarning boshlarida AQShda uzoq masofali telefon aloqasi sof monopoliya tizimiga kirgan. «**Ameriken telefoon end telegraf**» kompaniyasi o'z aktivlarining miqdori jihatidan dunyoda birinchi o'rinda turgan. Raqobat kurashi natijasida bu tarmoqqa boshqa kompaniyalarning kirib kelishi ekspress pochta va sun'iy yo'ldosh aloqalaridan foydalanishni yo'lga qo'yilishi bu bozorni oligopoliyaga aylantirdi.

P. Samuelson hozirgi zamon iqtisodiy hayotida raqobat bilan monopoliyalarning qo'shilib ketishi xarakterli ekanini ko'rsatib, raqobat mukammal emas, balki ustun darajada nomukammal monopolistik xarakterga ega, deydi.

Real va ideal bozor nazariyada farqlanadi. Nazariy jihatdan raqobat turlari mukammal raqobat, nomukammal cheklangan raqobat, oligopoliya, sof monopoliya alohida ajratib tahlil qilinsa, real hayotda esa ular ko'pincha chirmashib, tutashib ketgan tarzda uchraydi.

### 3- §. Monopoliya. Bozorda uning roli va o'rni

Monopoliya so'zi yunoncha «*mono*» — bitta, «*polis*» — sotaman so'zlaridan tarkib topib, iqtisodiy faoliyatning biror (ishlab chiqarish, savdo va hokazolar) sohasida shaxs yoki kishilar guruhi, davlatning yakka hukmronligini ifodalaydi. Bu o'z tabiatiga ko'ra monopoliyaning raqobat bilan to'g'ridan-to'g'ri qarama-qarshiligini bildiradi.

Real hayotda bozorda yagona firma faoliyat ko'rsatadigan vaziyatni topish qiyin. Monopoliya termini ayniqsa «sof» monopoliya doimo shartli ravishda qo'llaniladi.

Mukammal raqobat va «sof» absolyut monopoliya — bu bozordagi ikki qutb, ikki mantiqiy chegarani ifodalovchi nazariy abstraktsiya. Uni quyidagi ko'rinishda ifodalash mumkin.

#### Mukammal raqobat va monopoliya

Bozor holati (vaziyati)	Mukammal raqobat	Monopoliya
Sotuvchilar soni	Ko'p	Bitta
Bozorga kirish va chiqishdagi to'siqlar mavjudligi	Yo'q	Bor (bozorga kirishga)
Mahsulot turlari	Mahsulot bir turda, standartlashgan	Bir mahsulot
Narx ustidan nazorat	Yo'q	Nazorat o'rnatiladi

Ishlab chiqarishni industrlashuvi kapitalni konsentratsiyasi va markazlashuvini talab etadi. Chunki yangi texnika-texnologiya uchun katta kapital kerak. Kapitalning konsentratsiyasi hamda markazlashuvi, ya'ni raqobatchilarning birlashuvi qo'shilishi esa monopoliyaga olib keladi. Taniqli iqtisodchi M. Fridmenning fikriga ko'ra, monopoliyaning vujudga kelish manbai uchta: a) texnik zaruriyat; b) hukumatning bevosita yoki bilvosita qo'llab-quvvatlashi; v) xususiy kelishuv.

Iqtisodiyotda raqobat kurashi ikki yoqlama tendentsiyada namoyon bo'ladi. Raqobat kurashining o'zi bir tomondan monopoliyaga olib kelsa, ikkinchi tomondan monopoliyalarni zil ketishiga olib keladi.

Monopoliyalar tashkil topishi, iqtisodiyotdagi qamrovi va boshqa jihatlari bilan bir-biridan farq qiladi.

Monopoliyalar haqida fikr yuritganda, ular faoliyatini tahlil etganda unga turli jihatdan yondashish mumkin.

Iqtisodiy adabiyotlarda monopoliya turlari quyidagicha tasniflanadi:

Iqtisodiyotni qamrab olish darajasiga ko'ra — ma'lum tarmoq miqyosida sof monopoliya. Bunda sotuvchi bitta, bozor boshqa sotuvchilar uchun yopiq. U sotish uchun tovarlar miqdori va narx ustidan to'la nazorat o'rnatadi.

Milliy xo'jalik miqyosida — absolyut monopoliya. Bu davlat yoki uning xo'jalik idoralari tomonidan o'rnatilgan monopoliya. Masalan, tashqi savdo bo'yicha davlat monopoliyasi.

Monopsoniya (sof va absolyut) — bunda resurs va tovarlarni sotib oluvchi bitta bo'ladi.

Kelib chiqish sabablari va xarakteriga ko'ra monopoliyaning quyidagi turlari mavjud:

**Monopoliyaning kelib chiqish sabablari va uning turlari**

Kelib chikish sabablari	Monopoliya turlari
Ishlab chiqarishdagi ob'ektiv texnologik zaruriyat, ishlab chiqarish-ning kontsentratsiya(to'planuvchi) darajasi yuqori bo'lishi zaruriyati	Tabiiy monopoliya
Bir markazdan amal qilish zarurligi, qonuniy asosda vujudga kelishi	Legal monopoliya
Raqiblarni engish maqsadida kelish	Sun'iy monopoliya
Bozorda boshqalar egallamagan joy, ishlab chiqarilmagan tovar, xizmatlarni qidirish, topish, taklif ko'p yoki kamligini o'rganish.	Tasodifiy monopoliya

**Tabiiy monopoliyalar.** Bular ishlab chiqarishdagi ob'ektiv texnologik jarayonlarning xususiyatlaridan kelib chiqib, hamda kamyob, erkin tarzda takror ishlab chiqarib bo'lmaydigan (masalan, metallar, yer uchastkalari) resurslarga ega bo'lgan mulkdorlar va xo'jalik yurituvchi korxonalar infrastukturaning jamiyat uchun alohida strategik ahamiyatga ega tarmoqlari kiradi. Masalan, temir yo'l transporti, energetika, harbiy sanoat kompleksi va hokazolar. Tabiiy monopoliyalar ko'pincha ishlab chiqarishning katta miqyosi bilan iqtisodiy afzallikka, yutuqqa ega bo'lishlari bilan o'zini oqlaydi. Bunda tovarlar eng kam xarajat qilib ishlab chiqarilishi bilan xarakterlanadi. Boshqa shu turdagi faoliyat ko'rsatadigan ko'pgina firmalar bo'lganda bunday natijaga erishib bo'lmazdi. Odatda, jamiyat a'zolarining manfaatini himoya qilish maqsadida tabiiy monopoliyalarga davlat egalik qiladi yoki tartibga solib turadi.

**Legal monopoliyalar.** Ular qonuniy asosda vujudga kelgan monopoliyalar bo'lib, quyidagi shakllarni o'z ichiga oladi:

a) patent tizimi. Patent hukumat tomonidan qilingan ixtiro uchun faqat ixtirochiga beriladigan guvohnoma, hujjat bo'lib, undan ixtirochi o'z ixtiyoriga ko'ra foydalanadi. Patent deb, ovchilik, savdo bilan shug'ullanish huquqini beradigan hujjatga ham aytiladi;

b) mualliflik huquqi, unga muvofiq faqat mualliflar o'z asarlarini ma'lum bir davr yoki bir umrga sotish, ko'paytirish huquqini olishadi;

v) savdo belgilari, nishonlari, maxsus rasmlari, nomi, simvol-belgilar bo'lib, ular tovar, xizmat yoki firmaning boshqalardan ajralib turishini ta'minlaydi. Ro'yxatdan o'tkazilgan savdo nishonlaridan raqiblarning foydalanishi taqiqlanadi.



**Sun'iy monopoliyalar.** Shartli ravishda tabiiy monopoliyadan ajratish uchun shunday nomlanadi. Bu monopolistik manfaatni ko'zlab, korxonalarining birlashuvidan iborat. Bu monopoliyalar bozor tarkibini ataylab o'zgartiradilar:

- yangi firmalarning bozorga kirishiga to'sqinlik qiladilar;
- autsayder (monopolistik birlashmaga kirmagan korxonalar) uchun arzon xom ashyo, energiya manbalaridan foydalanishni cheklaydilar;
- yuqori darajadagi (yangi firmalarga nisbatan) texnologiya yaratadilar;
- katta kapital sarflab, ishlab chiqarish miqyosini ko'paytirish imkoniga ega bo'ladilar;
- yaxshi yo'lga qo'yilgan reklamalar yordamida yangi firmalarni molini kasodga uchratadilar.

**Sun'iy monopoliyalarning** qator shakllari mavjud bo'lib, XIX asr oxiri va XX asr boshlarida ularning keng tarqalgan shakllari *kartel*, *sindikat*, *trest* va *kontsermlar* bo'lgan.

**Kartel** — bir tarmoqdagi bir necha korxonalarining ittifoqi bo'lib, uning qatnashchilari o'z ishlab chiqarish vositalari va mahsulotlariga egalik qilishni to'la saqlab qoladi, mahsulotlarni o'zlari realizatsiya qilishadi. Bitim, kvota-umumiy ishlab chiqarish hajmidagi ulush, sotish bahosi, bozorlarni bo'lib olish yuzasidan tuziladi. Kartel tarixan Germaniyada keng tarqalgan. Xozirgi zamon karteliga misol sifatida «OPEK» tashkilotini ko'rsatish mumkin.

**Sindikat** — bir xil mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalar birlashmasi bo'lib, ishlab chiqarish alohida yuritilib, mahsulot esa o'zaro tashkil etilgan idora orqali sotiladi. Monopoliyaning bu shakli asrimiz boshida Rossiyada tarqalgan.

**Trest** — ma'lum tadbirkorlar guruhining ishlab chiqarish vositalari va mahsulotga birgalikdagi egalik qilishi bo'lib, foyda har birining qo'shgan kapitaliga qarab taqsimlanadi. Monopoliyaning bu shakli AQSHda keng tarqalgan. Trestlar vatani AQSH hisoblanadi.

Trestlar dastlab radikal tarzda texnologik yangilanish, eski, qoloq ishlab chiqarishni yangilashga olib keldi. Bu o'z navbatida xarajatlarni pasaytirish va ishlab chiqarish masshtabini kengaytirishga olib keldi. Trest shaklidagi monopoliyalar XIX asr oxiri va XX asr boshlarida elektrotexnika va avtomobilsozlikni, kimyo, metallurgiyani rivojlantirishga olib keldi.

**Kontsermlar** monopoliyaning eng yuqori va murakkab shakli bo'lib, turli sohalaridagi rasman mustaqil kompaniyalardan tashkil topib, bosh kompaniya ular ustidan moliyaviy nazorat o'rnatadi (VIII bob).

Kontsermlarning boshqa monopoliya shakllaridan afzalligi shundaki, birinchidan, rasman mustaqil, bu ozmi-ko'pmi ularga faoliyat erkinligini beradi.

Ikkinchidan, qaysi tarmoq mahsuloti — xizmatlariga talab yuqori bo'lsa, aynan shu sohaga tezda kapital qo'yish imkonini beradi. Kontsermlar universallikning afzalligi bilan ixtisoslanishning ustunliklarini o'zida mujassamlashtiradi.

Monopoliyaning kontsermlar shakli tarixan Yaponiyada keng tarqalgan.

Bulardan tashqari, monopoliyalarning boshqa turlari ham bor, lekin ular unchalik ko'p tarqalmagan.

Umuman olganda, monopoliyalar ham iqtisodiyotning rivojlanishida o'ziga xos o'rin tutib, o'ziga xos ijobiy rol o'ynaydi. Ma'lum chegaradan o'tgach esa taraqqiyotga to'sqinlik qilib, jamiyat hayotiga salbiy ta'sir o'tkazadi.

Lekin bu monopoliyalarning vujudga kelishi bilan raqobat kurashi barham topadi degani emas. Raqobat kurashi monopoliya hukmronligi sharoitida ham muqarrar va keskinroq yuz beradi.

#### 4-§. Raqobat usullari.

Iqtisodiy faoliyat yurituvchi sub'ektlar o'zaro raqobatga kirishar ekan raqobatda yutib chiqish uchun turli-tuman uslublardan foydalanishadi, «tesha tegmagan» yangi yo'llarni o'ylab topishadi. Ularning xilma-xilligidan qat'i nazar umumiy tomoni bor. U narxga kelib taqaladi yoki bo'lmasa narx ishtirok etmaydi.

Shunga ko'ra raqobatnig ikki usuli bor: narx vositasida raqobatlashuv, narxdan foydalanmay raqobatlashuv.

Ularni qay biridan ko'proq foydalanish iqtisodiyotda bozorda mavjud shart-sharoitdan kelib chiqadi.

Raqobatning dastlabki bosqichlarida asosiy o'rinda narx vositasida raqobat turgan. Erkin raqobat davrida raqobat kurashining bosh usuli tovarlarni raqibnikidan ko'ra pastroq narxda sotish bo'lgan.

Iqtisodiyotni monopollashuvi raqobat kurashi usullarini ham o'zgartiradi.

Narx vositasida raqobat kurashi olib borishga nisbatan narxdan foydalanmay raqobat kurashi olib borish usullari kengroq qo'llanila boshlaydi.

Raqobat kurashida tovar sifati, uni sotish shart-sharoitlari, reklama qilishning ahamiyati ortib boradi. Ko'p firmalar o'z mahsulotlarini raqiblarinikidan yaxshiligini ko'rsatish maqsadida o'zlarining tovar belgilari, firma muhrlari orqali ko'rsatishga harakat qilishadi. Savdo bilan shug'ullanadigan kishilarni maxsus ko'rik, testlardan o'tkazib, ularni shirinsuxan, jozibali, «istarasi issiq» bo'lishiga ahamiyat beriladi.

Ko'pgina tovarlar sotilganda qo'shimcha imtiyozlar, bepul xizmatlar joriy etiladiki, ular ham qo'shimcha xaridorni jalb etadi.

Masalan, AQSh da ikki aviakompaniya «Pan Ameriken» bilan «Delta» o'rtasidagi raqobat kurashi «Delta» kompaniyasi g'alabasi bilan yakunlandi. Sababi, bu kompaniya o'z xizmatidan 30 marta foydalanganlarga er sharining xohlagan joyiga bepul uchishni tashkil etdi.

Yoki «Koka-Kola» korporatsiyasi o'z mahsulotlariga ko'proq potentsial xaridorlarni jalb etish uchun turli qimmatbaho yutuqlar joriy qiladi.

Narxdan foydalanmay, raqobatlashuv usullarining o'zgarishi jarayonini kuzatib, uni quyidagi bosqichlarga bo'lish mumkin:

1. 1860 — 1930 yillar «Tovar sifatini mo'ljalga olish davri». Bu davrda iste'molchilar ehtiyojini hisobga olmay, sohibkor o'z nuqtai nazaridan tovar sifatini yaxshilashga harakat qilgan. Bu davrda talab taklifga nisbatan yuqori, raqobat nisbatan kuchsiz bo'lgan.

2. 1930 — 1950 yillar «Sotishni mo'ljalga olish davri». Bunda xaridorga reklama va boshqa uslublar yordamida ta'sir qilib, yuqori darajada tovarlarni sotishga erishishni ta'minlash ko'zda tutilgan. Raqobat kurashi kuchaygan. Sotishning yangi usullari: nasiyaga sotish, pochta orqali sotish va boshqalar yordamida potentsial xaridorlarni qondirilmagan ehtiyojlarini qondirishga erishilgan.

3. 1950 — 1960 yillar «Bozorni mo'ljalga olish», ya'ni nihoyatda yuqori sifatli (yuqori iste'mol nafilikka ega) alohida talabga ega tovarlar guruhini ajratish hamda maksimum darajada ana shunday tovarlarni sotishni ta'minlash. Lekin bunday tovarlarni ajratish oldindan rejalashtirilgan bo'lmay, ko'pincha tasodif va sotuvchining sezgirliги tufayli amalga oshirilgan.

4. 60- yillardan hozirga qadar «Marketingga asoslanib ish yuritish davri». U quyidagilarda ifodalanadi:

— firma, korxonaga faoliyatini uzoq muddat (10—15 yil) ga mo'ljallab biznes reja tuzish;

— aniq maqsadga yo'naltirilgan holda bozor, tovar va xaridorlarni o'rganish, tadqiq qilish;

— sinchkovlik bilan «hisoblab chiqilgan» potentsial xaridorlarni ehtiyojlarini qondiradigan tovarlarni, «bozor yangiliklari» bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarish;

— talabni shakllanishi va sotishni rag'batlantirishni kompleks metodlaridan foydalanish;

— mavjud axborotlardan tezda xabardor bo'lish, axborot to'plash. Bozorlarni tovarlar bilan to'lib-toshgani keskin raqobat kurashi, FTR natijasida tovarlar assortimentini tezda yangilash, nozik ta'bli turli-tuman xaridorlarning talabi hozirgi paytda bozorning talabini sinchkovlik bilan o'rganishni zarur qilib qo'yadi.

Ishlab chiqaruvchilar o'rtasida xaridorning puli uchun raqobat kurashining naqadar keskinligini quyidagi misolda ko'rishimiz mumkin. Ikkinchi jahon urushining 1 minuti AQSh ga 9000 dollarga, Vetnam urushi 22000 dollarga tushgan bo'lsa, umummilliy telekanalda 1 minutlik reklama ko'rsatuvchi 1000000 dollar turadi. Urush qimmat, lekin marketing urushi nihoyatda qimmat.

Raqobatda mahsulotning sifatini oshirish, iste'molchilarga kafolatli va qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish, keng reklama<sup>2</sup> va boshqalarning rolini ortishi ob'ektiv ravishda, avvalo fan-texnika taraqqiyotiga bog'liq. Qolaversa, kishilarning dunyoqarashi, ruhiyatidagi o'zgarishlarga bog'liq. Buning natijasi o'laroq iste'molchilarning mahsulot sifatiga, ko'rsatiladigan «serviz» xizmatlariga talablari orta boradi. Narx bilan bog'liq bo'lmagan raqobat usullarining keng qo'llanishi narx vositasida raqobat umuman qo'llanilmaydi, degani emas. Narx vositasida raqobat kurashi mavjud, kelgusida ham bo'ladi. Faqat uni qo'llash usullari o'zgarib bormoqda. Aytaylik, narxni arzonlashtirishning yashirin yo'llaridan foydalanish. Narx vositasida raqobat keyingi paytlarda jahon bozorida qo'llanilyapti. Raqobat kurashi «halol» yoki «g'irrom» lik bilan amalga oshirilishi mumkin.

Iqtisodiy sohadagi raqobatda g'olib chiqish uchun: a) mavjud qonunlarni buzmaslik; b) ichki ishlarga aralashmaslik; v) jismoniy kuch ishlatmaslik va boshqalar talab etiladi. Shunga qaramay, real hayotda «g'irrom» usullar ham qo'llanib turiladi. Unga sanoat josusligi (raqibning moliya rejalari, yangilik «nou xau» lari, boshqa sirlarini o'g'irlash), raqibini xom ashyo, transportdan

<sup>2</sup> Reklama lotincha so'zdan olingan bo'lib, baland ovozda baqirish, chaqirish, ma'lum qilish ma'nolarini bildiradi. Reklamaning dastlabki shakllari meloddan oldin shakllangan. 1841 yilga kelib esa reklama bilan maxsus shug'ullanuvchi birinchi agentlik Palmer tomonidan AQShda ochildi. Hozirgi paytda reklama nihoyatda keng qo'llanilib, marketingda, tovarlarni sotishda, raqobat kurashida asosiy o'ringa chiqdi.

mahrum qilish, terrorchilik uyushtirish, ommaviy axborot vositalarida raqibning obro'sini tushirish va boshqalar kiradi.

Xar bir mamlakatda bunday usullardan foydalanganlar qonun yo'li bilan jazolanadi.

### 5- §. Raqobat cheklanishidan yo'qotishlar.

Mukkammal raqobatga asoslangan bozor modeli jamiyatning resurslardan ratsional foydalanishini, mahsulot ishlab chiqarish uchun ijtimoiy sarflarni minimallashtirishni ifodalaydi.

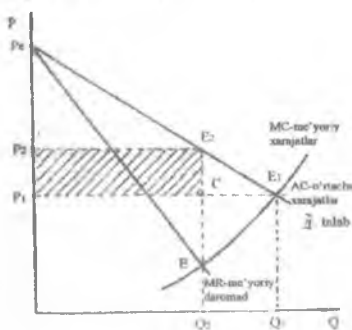
Nomukkammal raqobat esa erkin raqobatda erishilgan muvozanatdan chetga chiqishni bildiradi. Raqobat cheklanishi, xo'jalik hayotini monopollashuvi jamiyatda ma'lum miqdorda yo'qotishlarga olib keladi. Ma'lumki, monopoliya eng avval narxlar ustidan nazorat o'rnatishi bilan ajralib turadi.

Narx ustidan hukmronlik (u doimo nisbatan bo'ladi) ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish, fan-texnika taraqqiyoti rivojlanishi, bozorni standartlashgan tovarlar bilan to'ldirish, ularning narxi ko'pchilik sotib olishi mumkin bo'lgan darajada bo'lishi bilan birga yuz bersa jamiyat yutadi.

Narx ustidan hukmronlikni insonni tabiat ustidan hukmronlik o'rnatishga urinishiga qiyos qilish mumkin. Masalan, er unumsiz bo'lsa, unga o'g'it solish va meliorativ ishlarni bajarish orqali o'zimiz uchun tabiatdan ko'proq in'om olishimiz mumkin. Lekin ta'sirimiz ma'lum chegaradan o'tib ketsa, atrof muhitga salbiy ta'sir ko'rsatamiz, muvozanatni buzamiz. Bu esa yaxshilik bilan tugamaydi.

Monopolizatsiya ham xuddi shunday. Ma'lum chegaradan o'tgach, u jamiyat uchun salbiy oqibatlar olib keladi. Ayniqsa, monopoliyalarni kelishib, sun'iy taqchillik hosil etishi eng xavfli sanaladi. Bunda ataylab korxonalar to'la quvvat bilan ishlatilmaydi. Chunki, foyda olishni ko'paytirishga xarajatlarni pasaytirishdan ko'ra narxni ko'tarishdan yoki, aksincha, raqobat kurashini cheklab, narxni arzonlashuviga yo'l qo'ymaslik bilan erishish osonroq. Shuning uchun talabni taklifga nisbatan ustun bo'lishini sun'iy ravishda saqlab turiladi.

Buning natijasida mahsulot ishlab chiqarish sur'ati pasayadi. Xarajatlarni pasaytirishga intilish susayadi. Raqobatni cheklash tufayli jamiyat uchun bo'ladigan yo'qotishlarni g'arb iqtisodchilari chizma yordamida quyidagicha ifodalaydilar.



Biror firmaning mahsulot ishlab chiqarish uchun me'yoriy xarajatlari MS egri chizig'ida, me'yoriy daromadlari esa MR egri chizig'ida ifodalanadi. U holda me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatlarning kesishgan nuqtasi E bo'lib, bunda narx o'rtacha xarajatlarga teng  $R=MS=AS$  bo'ladi (XI bob). Shu mahsulotga talab esa D chizig'ida ifodalanadi. Bunda narx  $E_1$  nuqtasi bo'yicha o'rnatiladi. Bu nuqta MS — me'yoriy xarajatlarni bilan talab egri chizig'ining kesishgan nuqtasi. Bunda

narx  $R_1$  darajasida bo'ladi, taklif  $Q_1$  bo'ladi. Narxning bunday belgilanishi mukammal raqobat kurashi sharoitiga to'g'ri keladi. Narx me'yoriy xarajatlarga teng bo'ladi. U holda iste'mol to'kinligi  $R_1 E_1 R_0$  uchburchak maydoniga teng bo'ladi. Endi raqobat kurashini cheklash natijasida taklif kamaytirilib  $Q_2$  ga ko'chdi, deylik. Sababi shu hajmda mahsulot ishlab chiqarganimizda me'yoriy xarajatlar me'yoriy daromadga teng bo'ladi. Maksimal darajada foyda olinadi (VIII bob, 6- §). U holda narx  $E_2$  nuqtasi darajasida (talab bilan taklif kelishgan nuqta) belgilanadi, ya'ni  $R_2$  ga teng bo'ladi.  $E_2$  nuqtasi E nuqtasi bilan bir vertikalda joylashgan  $Q_2 < Q_1$  bo'lgani uchun iste'mol to'kinligi ham kamayib, uning maydoni  $R_2 E_2 R_0$  uchburchagi maydoniga teng bo'ladi. Taklif miqdori kamaytirilib, narx o'sishi hisobiga olinadigan monopoliyada foyda miqdori shtrixlangan to'rtburchak  $R_1 S E_2 R_2$  ga teng bo'ladi. Lekin asosiysi grafikda jamiyat uchun sof zarar (sof yo'qotishlar) ko'rinib turibdi. Bu  $E E_1 E_2$  uchburchak maydoni. Shunday qilib, monopoliya go'yo «iste'mol to'kinligi» ni ikkiga bo'ladi. Uning bir qismi ishlab chiqaruvchiga, ya'ni monopoliyaga monopoliyada foydasi (shtrixlangan maydon) shaklida tegadi. Ikkinchi, iste'molchiga tegishli qismi  $S E_1 E_2$  ishlab chiqaruvchiga tegishli  $E S E_1$  hech kimga tegmaydi. U jamiyat uchun umuman yo'qotiladi.

P. Samuelson hisoblariga ko'ra ana shu monopolistik asosida resurslarni taqsimlanishi tufayli jamiyat tomonidan ko'rilgan zarar AQShda yalpi milliy mahsulotning 0,5—2% iga teng ekan. Shuning uchun ham davlat monopoliyaga qarshi, raqobat uchun zarur muhit yaratish uchun chora-tadbirlar belgilaydi.

#### 6- §. Raqobat muhiti va uni vujudga keltirishda davlatning roli.

Bozor iqtisodiyotida raqobat kurashi bo'lishi uchun zarur muhit yaratiladi. Bu muhit, eng avvalo mulkchilikning va xo'jalik yuritishning turli-tuman shaklining mavjudligi va ularning o'zaro teng mavqega asoslanishida ifodalanadi. Qolaversa, faoliyat erkinligi, har bir kishini tanlash imkoniyatiga ega bo'lishi ham raqobat uchun keng yo'l ochadi.

O'arb mamlakatlarida bu muhit uzoq yillar davomida shakllangan.

Mukammal raqobatning so'zsiz afzalligi bilan bir qatorda kamchiligi ham borki, u ham bo'lsa bozorning rivojlanish jarayonida xo'jalik hayotining u yoki bu sohasida, monopoliyalarning vujudga kelishining osonligi. Mukammal raqobat tezda nomukammal raqobatga aylanib ketishi mumkin. Bu esa iqtisodiy plyuralizm, iqtisodiy demokratiyani barham topishiga olib keladi. Iqtisodiy demokratiya esa siyosiy demokratiyaning asosidir. Shuning uchun XIX asrning oxirida sanoati rivojlangan o'arb mamlakatlari, eng avvalo AQSh da monopoliyalarni vujudga kelishiga to'sqinlik qilish zarurligini tushunib etishdi. Iqtisodiyotda monopollashuv tendentsiyasini paydo bo'lishi bilan erkin raqobat cheklanadi. Sog'lom raqobat muhitini yaratishda davlat qatnashishi zaruratga aylanadi. Bu davlatning antimonopol siyosati orqali amalga oshiriladi. Bu siyosat eng avvalo, qabul qilingan antimonopol qonunlarda ifodalanadi. Dunyoda antimonopol qonunchilik nisbatan mukammal tarz-da AQShda olib borilishi e'tirof etilgan. Bu sohada AQShda katta tajriba to'plangan. AQSh ning

antimonopol qonunchiligi bu borada qabul qilingan uchta asosiy qonunga tayanadi:

1. Sherman qonuni (1890). Qonunning asosiy ma'nosi ikki punktida ifodalangan, unda ishlab chiqarish va savdoni cheklash maqsadida tuzilgan bitimlar noqonuniy deb e'lon qilinadi. Monopollashtirishga erishgan shaxs jinoyat qilgan hisoblanadi.

2. Kleyton qonuni (1914). Narxlar bilan xarajatlar o'rtasida katta farq bo'lib, iste'molchilarni narx orqali diskriminatsiya qilish, majburiy shartnomalar tuzish, raqobatchi korporatsiyaning zaiflashuviga olib keladigan aktsiyalarni sotib olishni taqiqlaydi. Undan tashqari direktoratlarni chirmashib ketishi, bir firmani rahbari boshqa firmaga a'zo bo'lishini taqiqlaydi.

3. Seller-Kefover qonuni (1950). Bu qonunda Kleyton qonuniga o'zgartirishlar kiritildi. Bunda raqobatchi korporatsiyaning zaiflashuviga olib keluvchi aktsiyalargina emas, ishlab chiqarish fondlari (asbob-uskuna, boshqa moddiy narsalar)ni sotib olish ham taqiqlandi.

Antitrest qonunchiligini nazorat qilish uchun 1914 yilda Federal savdo komissiyasi haqida qonun qabul qilinib, maxsus komissiya tuzilib, uning zimmasiga g'irrom, nopok raqobatchilarni aniqlash va ularning tanobini tortib qo'yish yuklatildi.

Keyinchalik, (1938 yil), Ukler-Li qonuniga muvofiq iste'molchilarni aldaydigan, chalg'itadigan reklama, noto'g'ri axborotlarni ham nazorat qilish topshirildi.

Antimonopol qonunni hayotga tadbiiq etishda davlat idoralarining oldida turgan eng murakkab vazifa monopoliya o'rnatilishi faktini isbot qilish. Masalan, qanday narxlarni yuqori yoki atayin pasaytirilgan deb aytish mumkin? Ishlab chiqarishni qancha ulushi monopoliyani bildiradi. Mahsulotni ishlab chiqarishni chegaralashning qanday darajasi sun'iy ravishda taqchillik yaratish deb qaraladi.

Bular hammasi har qanday holatlarda ham bir xilda javob beradigan oddiy savollar emas. Agar yirik korporatsiya tovar (xizmat) narxini pasaytirishga, xarajatlarni pasaytirish, yuqori darajadagi texnologiyani qo'llash, xo'jalik yuritish samaradorligini ko'tarishi evaziga erishgan bo'lsa-chi?

Shuni esda tutish kerakki, davlat siyosatiga iste'molchilar emas, ishlab chiqaruvchilar ko'proq samarali bosim ko'rsatishadi.

Davlat xizmatchilari antimonopol qonunni amalga oshirar ekanlar, ikki printsiip:

a) qonunga qattiq rioya qilish;

b) oqilona ish yuritish printsiipiga asoslanadi.

Monopollashtirish faktini aniqlash maqsadida matematik uslublardan foydalanib, E. Chemberlin, J. Robinson, V. Pareto va boshqa iqtisodchilarning nazariy kontseptsiyalaridan kelib chiqib, monopolistik cheklashlarni oldi olinadi. Masalan, Adliya vazirligi tomonidan belgilangan qarorlarni ijro etuvchi idoralar faqat jazolash emas, profilaktika ishlarini ham olib boradi. Antitrest qonuni kompaniyalarni qo'shilishi, bir-birini yutishi, kattalari kichiklarini domiga tortishi bo'yicha tuziladigan bitimlarni qaysi birlarini monopoliyaga kiritishni ko'rsatuvchi qo'llanma nashr qilinadi. Monopoliya mezonlari bo'yicha mahsulotning 33% i bir korxonaga uchun, 50% i ikkita korxonaga, 66,6% i beshtagacha korxonaga tashkil qilish uchun mo'ljallangan. Antitrest qonunlari

yirik korporatsiyalarga qarshi qaratilgan emas, chunki uning kattaligi hali monopoliya degani emas. Antimonopol tartibga solish samarali raqobatni amaliyotda qo'llab-quvvatlashni ko'zda tutadi.

Tartibga solish 4 yo'nalishda olib boriladi:

1. Bozorni monopollashtirish cheklanadi. Bunda monopollashtirish ishlab chiqarishni yiriklashtirish emas, savdoni jiddiy cheklash nuqtai nazaridan qaraladi. Bozorda 60 va undan ortiq ulushga ega bo'lsa, monopollashgan deb hisoblanadi. Shtatlar o'rtasida chet el bilan qilinadigan savdoni cheklash noqonuniy hisoblanadi.

2. Raqobatchi kompaniyalarning qo'shilishi, birlashuvi taqiqlanadi. Kleyton qonunida shunday birlashuv monopollashtirishni kuchaytirish deb qaraladi. Shu asosda bir qancha monopolistik birlashmalar bekor qilingan. Lekin Kleyton qonuni bilan iqtisoddagi markazlashuv jarayoni to'xtatilgani yo'q. AQSh da har yili 2 minggacha firmalar birlashuvi yuz beradi. Ularning kam qismini davlat nazorat qiladi.

3. Monopol narxlarni belgilash taqiqlanadi. Buni 1914 yilda tashkil etilgan Federal savdo komissiyasi nazorat qiladi.

4. Raqobatni tsivilizatsiyalashgan holda olib borilishini qo'llab-quvvatlash. Bunday huquqiy tadbirlarni qo'llash zarurligi g'irrom raqobat usullaridan foydalanishni kuchaytirishdan kelib chiqdi. Bunga raqiblarning mahsulotlariga o'xshatib qalbaki mahsulotlar tayyorlash, obro'li tovar va firma belgilarining nusxasini tayyorlab iste'molchilarni aldash, raqiblarni sirlarini xoinlik bilan qo'lga kiritish va boshqa shunga o'xshashlar kiradi.

Ayrim raqiblar esa jinoiy ishlardan ham qaytmaydilar. Bunga o't qo'yish, terrorchilik qilish, raqibni jismonan yo'q qilish va boshqalarni ko'rsatish mumkin.

AQSh antimonopol qonunida raqibni engish uchun raqobatda g'irromlik qilish, aldash yo'llari bilan ish olib borish qonunga xilof ekanligi ko'rsatilgan. Bunda raqibni engish uchun narxlarni pasaytirish (demping narxlarni qo'llash), oziq-ovqat tovarlariga, dori, xushro'ylik, tibbiyot uskunalariga qalbaki reklamani noqonuniy deb ko'rsatilgan.

G'arbda antimonopol qonunchilik ikki maqsadni ko'zlaydi. Birinchidan, bozorni monopollashuvini cheklash, ikkinchidan, raqobatni himoya qilib, madaniy — tsivilizatsiyalashgan qonun-qoidalar asosida ish olib borishni yo'lga qo'yish. Bu XX asrda, ayniqsa uning ikkinchi yarmida bozor tubdan o'zgargan sharoitda, undagi asosiy raqiblar mayda tovar ishlab chiqaruvchilar emas, balki yirik monopoliyalar bozorni egallagan sharoitda, ayniqsa zarur bo'lib qoldi.

Bozordagi vaziyat tez o'zgarib turadi. Uni hisobga olish qiyin, shu boisdan antimonopol qonunlar o'zining noaniqligi bilan ajralib turadi. Raqobatni cheklash borasida aniq ahvol shundayki, bu qonunlarni keng talqin qilishga to'g'ri keladi. Bu, ayniqsa, antitrest, antikartel qonunlariga taalluqlidir. Bu erda qonun va davlat qarorlarining talabi ularni taqiqlab qo'yishdan boshlab, to ma'lum muddatga (bir yilgacha) ularga ruxsat berishgacha bo'lgan talabni o'z ichiga oladi. Antimonopol qonunlarning roli ularning o'zlarida emas, balki ularni amalga oshirishga qodir bo'lgan maxsus ma'muriyatning ishchanligidadir, chunki u korxonalar tarkibi va aktsiyalarni taqsimlash masalalariga aralashadi va ba'zi hollarda bajarilishi majburiy bo'lmagan tavsiyalar beradi.

Evropa Ittifoqi to'plagan tajriba ham katta ahamiyatga ega. 1957 yil Evropa Iqtisodiy Uyushmasi tashkil topdi. Rim shartnomasida uyushmaning barcha hududida to'g'ridan-to'g'ri yoki egri (boshqacha) yo'llar bilan monopoliya narxlar o'rnatish, ishlab chiqarish, sotish, texnologik rivojlanishni cheklash, shirkatlarni kamsitish yoki qo'shimcha shartlar qo'yish noqonuniyligi belgilangan.

Erkin raqobat qonunlari nazoratini Evropa uyushmasi komissiyasi olib boradi. Bu ijro etuvchi idora jarima solish, bitimni qonuniy bekor qilish huquqiga ega. Xar yili komissiya 25—30 hodisani aniqlaydi.

Evropa hamkorligi hujjatlarida kichik va o'rta korxonalar — sog'lom raqobatlashuvchilar, yangilikka intiluvchilar sifatida ularga g'amxo'rlik qilish ta'kidlangan.

Yaponiyada ikkinchi jahon urushidan keyin antimonopoliya qonunlari amal qilishini nazorat qiluvchi adolati bitimlar qo'mitasi tuzilgan bo'lib, u keng vakolatga va mustaqillikka ega. Bu qo'mita tomonidan qayd qilingan va sud tomonidan tasdiqlangan qonunbuzarchilik qattiq jazolanadi, bundan qonunbuzar korporatsiyalar katta ziyon ko'rishi mumkin.

Davlatning antimonopoliya siyosati har bir mamlakatda o'ziga xos xususiyatga ega, lekin umumiy tarzda milliy iqtisodiyotda raqobat kurashi allaqachon shakllanib bo'lgan mamlakatlarda raqobat muhitini saqlash raqobatni takomillashtirishga qaratilgan bo'lsa, bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlarda raqobatni yangidan shakllantirishdan iborat.

Antimonopoliya qonunlar qabul qilish va hayotga tatbiq qilish bozor munosabatlariga o'tayotgan har bir mamlakat uchun hayotiy zarurdir, chunki erkin raqobatga yo'l bermay turib, bozorni shakllantirib bo'lmaydi.

Respublikamizda raqobat muhitini yaratish davlatning faoliyatisiz o'z-o'zidan amalga oshmasligini anglagan holda zarur chora-tadbirlar ishlab chiqilib, ular amaliyotga joriy etilmoqda.

Bu, eng avvalo, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish, turli mulk shakllarini vujudga keltirishni jadallashtirishda o'z ifodasini topadi.

Ikkinchidan, raqobatni o'zi taqozo etadigan iqtisodiy vaziyat narxlarini erkinlashtirishni amalga oshirishda ifodalanadi.

Uchinchidan, bozor iqtisodiyotiga o'tish, albatta tsivilizatsiyalashgan raqobatni vujudga keltirishni talab qiladi. U davlatning iqtisodiy monopoliya cheklash, umuman olganda antimonopoliya yo'l tutishini zarur qilib qo'yadi. Shuni nazarda tutib, O'zbekistonda monopoliya qarshi me'yoriy-huquqiy asos yaratildi. 1992 yili O'zbekiston Respublikasining «Monopoliya faoliyatini cheklash to'g'risida» qonuni qabul qilindi. Qonunga qo'shimcha ravishda uni amalga oshirishni ta'minlaydigan bir qator me'yoriy-uslubiy hujjatlar ham qabul qilindi. Monopoliya qarshi siyosat o'tkazish Moliya vazirligiga yuklandi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1996 yil 15 maydagi farmoni bilan Moliya vazirligi huzurida Monopoliya qarshi va raqobatni rivojlantirish qo'mitasi tashkil etildi. Shu qo'mita negizida Prezident farmoni bilan 2 avgust 2000 yilda O'zbekiston Respublikasi Monopoliya qarshi va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi tashkil etildi.

O'zbekiston monopoliya birlashma (korxonalar)ni davlat reestriga kiritish uchun mezonlar belgilashda jahon tajribasi hamda o'tish davrining o'ziga xos tomonlari hisobga olindi.



Sababi respublika iqtisodiyotida monopol tarmoqlar soni hali ko'p. Agar korxonalar ishlab chiqargan mahsulotni hissasi umumrespublika yoki mahalliy viloyat miqyosida, tovar bozorida, ma'lum bir turdagi tovarlar guruhida, o'zaro o'rinbosar tovarlar yoki bir texnologik maqsadlardagi mahsulotlar orasida 35%dan ortiq bo'lsa, bu korxonalar monopolistik birlashma (korxonalar)lar Davlat ro'yxatiga kiritiladi. Oziq-ovqat tovarlari guruhi uchun bunday mezon darajasi 20% belgilangan.

Qabul qilingan qonunga ko'ra bozorda ataylab taqchillik hosil qilish, narxlarini monopollashtirish, raqobatga to'sqinlik qilish, raqobatning g'irrom usullarini qo'llash man qilingan. Qonunni buzganlar javobgarlikka tortiladilar.

Shunday qilib, hozirgi vaqtda respublikamizda monopoliyaga qarshi tartibga solishning qonuniy asoslari, me'yoriy hujjatlari yaratildi va davlatning monopoliyaga qarshi organlari tizimi tashkil etildi. Bu mamlakatimizda raqobat muhitini saqlashga xizmat qiladi.

Madaniylashgan raqobat kurashiga asoslangan bozorni vujudga keltirish uchun ham nazariy, ham amaliy jihatdan qator muammolarni hal etish kerak:

- a) inflyatsiyani jilovlash;
- b) bozorni demonopollashuvini amalga oshirish;
- v) bozor munosabatlari sub'ektlarini kritik massasini, ya'ni miqdorini yaratish;
- g) bozorni barcha turlarini rivojlantirish;
- d) bozor tipini to'g'ri tanlash. Ana shu muammolarni ijobiy hal etish mamlakatimiz kelajagini ko'p jihatdan belgilab beradi.

«Iqtisodiyotni erkinlashtirish haqiqiy raqobat muhitini shakllantirish bilan uzviy bog'liqdir. Raqobat bo'lmasa bozor iqtisodiyotini barpo etib bo'lmaydi. Raqobat bozorning asosiy sharti, aytish mumkinki, uning qonunidir»<sup>1</sup>.

Shuning uchun ham respublikada sog'lom raqobat muhitini yaratish, g'irrom raqobatchilarni bozorda, birinchi navbatda iste'mol tovarlari bozorida yakka hukmron bo'lib olishga qaratilgan har qanday xatti-harakatlarga chek qo'yishga alohida e'tibor berilmoqda.

Taniqli iqtisodchi Nobel mukofoti nomzodi Vasiliy Leontev studentlarga bozor iqtisodiyoti mexanizmini tushuntirar ekan, uni ochiq dengizda suzib yurgan yaxta misolida ko'rsatadi.

Yaxta suzib ketishi uchun parusni to'ldirib, yaxtani harakatga keltiradigan shamol kerak, lekin uni harakatini korektirovka qilish, boshqarish uchun rul kerak. Iqtisodiyotga qiyoslasak shamol — bu ishlab chiqaruvchining moddiy manfaatdorligi. Aynan ana shu manfaatdorlik raqobatga olib keladiki, u o'z navbatida butun iqtisodiyotni harakatga keltiradi. Rul esa davlat. Davlat raqobat muhitini yaratish uchun zarur huquqiy baza yaratib, uni amalga oshirishni nazorat qiladi.

### Xulosa

\*Bozor iqtisodiyotining muhim afzalligi uning raqobatga asoslanganligidir. Raqobatiqtisodiyot sub'ektlarining manfaatlari to'qnashuvi tufayli yuz beradigan kurashdir. U raqobat qonuniga ko'ra muqarrar bo'ladi.

\*Raqobat kurashi turli usullarda olib boriladi. Raqobat kurashi qonunini amal qilishi tufayli resurslardan optimal foydalanish ta'minlanadi. Raqobat ishtirokchilarining maqsadlari ham.

\* Bozor munosabatlarida ishtirokchilarning cheklanish-cheklanmasligiga ko'ra mukammal va nomukammal raqobat kurashi yuz beradi. Erkin bozorda raqobat hech qanday to'siqlarsiz amal qiladi. Unda bozor munosabatlari ishtirokchilari cheklanmagan.

\* Nomukammal raqobat kurashi cheklangan bozorga xos. Bunday raqobat monopolistik raqobatga asoslangan bozor, oligopolistik, sof monopolistik bozor va monopsoniyaga xos.

\* Monopoliyalarni kelib chiqish sabablariga ko'ra: tabiiy monopoliya, legal monopoliya, sun'iy monopoliya, tasodifiy monopoliyaga bo'lish mumkin.

\* Monopoliyalar o'z mavqeidan kelib chiqib, raqobatni cheklash orqali narxga ta'sir ko'rsatishi va o'z manfaatlarini yo'lida boshqa harakatlar qilishi salbiy oqibatlarga olib keladi. Shuning uchun ham davlat raqobatni cheklashga urinishlarni oldini olish uchun iqtisodiy erkinlik muhitini yaratishga faol amalga oshirishi zarur.

### ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

- |                            |                                   |
|----------------------------|-----------------------------------|
| 1. Raqobat.                | 2. Monopoliya.                    |
| 3. Nomukammal raqobat.     | 4. Oligopoliya.                   |
| 5. Mukammal rakobat.       | 6. Sof monopoliya.                |
| 7. Monopoliyaning maqsadi. | 8. Jamiyatning sof yo'qotishlari. |
| 9. Sun'iy monopoliya.      | 10. Monopsoniya.                  |

a) tarmoqda yagona, o'rni bosadigan, almashtirib bo'lmaydigan mahsulot sotuvi (ishlab chiqarish);

b) (yunoncha ozchilik, sotaman) – ishlab chiqarish va bozorda uncha ko'p bo'lmagan, sanoqli firmalar hukmronligidir;

v) iqtisodiy faoliyat ishtirokchilarining o'z manfaatlaridan kelib chiqib yuqori daromad olish imkoniga, nufuzli mavqega ega bo'lish uchun boshqalar bilan bellashuvi, kurashi;

g) bir yoki bir necha sotuvchi bozorda narx ustidan nazorat o'rnatish imkoniga ega bo'lgan bozordagi raqobat;

d) erkin raqobatga asoslangan, cheklanmagan miqdorda bozorga (tarmoqqa) kirish, erkin mustaqil ishlab chiqaruvchilar bozorda narx ustidan nazorat o'rnatish imkonini yo'q bozordagi ideal raqobat;

e) narx ustidan nazorat o'rnatish yoki ishlab chiqarish hajmini o'zgartirish orqali maksimal darajada daromad, monopol foyda olish;

yo) monopolistik manfaatni ko'zlab korxonalarining birlashuvi;

j) tarmoqda mahsulot ishlab chiqarish va bozorda yagona firma hukmronlik qilishi;

z) (monopoliyalarning sotsial bahosi) – monopoliyalar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish hajmini samarali darajadan kamaytirish natijasida iste'molchi va sotuvchilar uchun ma'lum miqdorda mahsulotni yo'qotilishi, ishlab chiqarishni kamayishi;

i) yagona iste'molchiga asoslangan bozor.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Raqobat nima? Uning qanday shakllarini bilasiz?
2. Raqobat iqtisodiyotda qanday ahamiyatga ega?

3. Oligopoliya va sof monopoliya bir-biridan qanday farqlanadi?
4. Monopoliyaning kelib chiqish sabablarini ko'rsating.
5. Raqobat qanday usullar bilan olib boriladi?
6. Raqobat cheklanishidan iste'molchi uchun, ishlab chiqaruvchi va jamiyat uchun yo'qotishlarni ko'rsating.
7. Respublikamizda raqobat muhitini yaratish uchun qanday chora-tadbirlar qo'llanilmoqda?
8. Raqobatda reklama qanday o'rin tutadi? Televidenie va boshqa axborot vositalari orqali reklama qilinishini ijobiy va salbiy tomonlarini izohlay olasizmi?

### Masala va mashqlar.

1. Mukammal raqobatga asoslangan tarmoqda 20ta firma faoliyat yuritadi. Mahsulotning bozor bahosi 40 ga teng. Agar uzok muddatli davrda tarmoqning minimal o'rtacha xarajatlari 30, umumiy xarajatlar esa 60 bo'lsa. Tarmoqni raqobatli muvozanatga yaqinlashuvi ro'y berayapti.. U holda baho va taklif qanday o'zgaradi.

2. Mukammal raqobatli firma yiliga 20 ming dona telefon ishlab chiqaradi. Ishlab chiqarishning o'rtacha xarajatlari 21500 so'm. O'zgaruvchi xarajatlar 17500 so'm, bozor bahosi 25000 so'm bo'lsa, firma qancha foyda ko'radi.

3. Mamlakatimizda turli shakldagi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan o'z ustunlik mavqeidan foydalanib, har xil qonun buzilishi holatlariga yo'l qo'ymaslik maqsadida monopolist korxonalar Davlat reestriga kiritiladi.

O'zbekistonda 1996 yil monopolist korxonalar soni 827ta bo'lib, mahsulotlar soni 4351ta bo'lgan bo'lsa, 2003 yilga kelib, Davlat reestriga kiritilgan korxonalar soni 386taga tushdi. Mahsulot (tovar va xizmatlar) esa 247ta. Monopol mahsulotlarning asosiy qismi xizmat ko'rsatish 43%, qurilish materiallari ishlab chiqarish 19%ni tashkil etadi.

2003 yilga nisbatan monopolist korxonalar va mahsulotlar 1996 yilga nisbatan qancha kamayganini, xizmat ko'rsatish va qurilish bo'yicha monopol mahsulotlar turini hisoblang. U nimadan dalolat beradi? Nima sababdan monopol mahsulotlar xizmat ko'rsatish va qurilish mollari bo'yicha ko'p deb uylaysiz?

4. Jadvaldagi raqamlarga diqqat qiling. Ular asosida qanday xulosa chiqarish mumkin? Fikringizni izohlang.

### Respublikada YalMda monopoliyalar ulushi %da.

	1998	1999	2000	2001
Yalpi ichki mahsulotda monopol mahsulotlar hissasi	25,7	22,9	21,7	20,5
Sanoat mahsulotlari ulushi	14,9	14,3	13,8	14,3

5. Respublikamizda 2004 yil monopol korxonalar va mahsulotlar soni quyidagicha bo'lgan deylik:

	Korxonalar soni	Mahsulot soni
1. Non va bulka mahsulotlari	21	43
2. Ko'mir	6	7

3. Oziq-ovqat mahsulotlari	92	35
4. Gaz	5	6
5. Engil sanoat	43	87
6. Mahalliy sanoat	12	17
7. Neft-kimyxo sanoati	27	50
8. Mashinasozlik	30	60
9. Qurilish materiallari	71	193
10. Xizmatlar	338	659
11. Boshqa tarmoqlar	108	238
Jami	753	1532

Sizning fikringizcha qaysi sohalarni tabiiy monopoliyaga kiritsak to'g'ri bo'ladi? Unga ko'ra, korxonalar va mahsulotlar bo'yicha tabiiy va sun'iy monopoliyalar hissasini aniklang.

Tabiiy monopoliyalar sun'iy monopoliyalardan qanday farqlanadi, izohlang. Javobingizni asoslab bering.

6. Quyidagi jadvalda mukammal raqobat sharoitida firmaning faoliyati haqida ma'lumotlar berilgan.

P	Q	TR	TC	TVC	TFC	ATC	AVC	MC
	100			250ming	150ming			3ming

Bozorda mahsulot birligiga baho 5ming so'm miqdorida o'rnatiladi.

- 1) jadvaldagi etishmovchi ma'lumotlarni topib, jadvalni to'ldiring;
- 2) firma foydani maksimallashtirish uchun harakat qiladimi yoki zararni minimallashtirish uchun, aniklang;
- 3) firma foydani ko'paytirish, zararni kamaytirish uchun nima qilishi kerak, tushuntiring;
  - a) mahsulot ishlab chiqarishni kamaytirish;
  - b) mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish;
  - v) korxonani yopish;
  - g) hech narsani o'zgartirish kerakmas.
- 4). Aytaylik, firmanni yopilish vaziyati vujudga keldi. Bu qanday baho darajasida yuz beradi?

7. Quyidagilarni diqqat bilan o'qing:

a) AQShda meditsina va yurispurdentsiya bo'yicha xususiy ish ochish uchun hukumat organlaridan litsenziya olish zarur;

b) O'zbekistonda tabiiy resurslar davlat mulki hisoblanadi. Undan tashqari ulardan juda ko'plarini qayta tiklab bo'lmaydi;

v) mualliflik huquqi bo'yicha qonunchilik rivojlangan mamlakatlarda firma odatda o'z mahsulotini patent yordamida himoya kiladi, shuningdek undan nusxa ko'chirishni ham faqat o'zi amalga oshiradi yoki uning ruxsati bilan amalga oshiriladi.

Ko'rsatilgan misollarni tahlil qiling va quyidagi savollarga javob bering:

- 1) tarmoqqa kirishga qo'yiladigan to'siqlar deganda nima tushuniladi?
- 2) to'siqlar, bar'erlar muammosi nimada?
- 3) bar'erlarni qanday tasniflash mumkin?

8. Siz katta merosga ega bo'ldingiz va o'z ishingizni ochishchga qaror qildingiz. Siz velosiped ishlab chiqaruvchi zavod qo'rmoqchisiz. Tarmoqqa kirish uchun qanday to'siqlarni engib o'tishingizga to'g'ri keladi:

- a) ishlab chiqarish quvvati yoki masshtab effekti;
- b) moliyaviy to'siqlar;
- v) litsenziya;
- g) hukumat ijro organlari yoki qonun chiqaruvchi aloqalar;
- d) pora berish zaruriyati;
- e) reklama kampaniyasi;
- j) faoliyat yuritayotgan boshqa firmalar tomonidan g'irrom raqobat olib borish

Ko'rsatilgan to'siqlar O'zbekiston uchun ham rivojlangan mamlakatlar: GFR, AQSh, Frantsiya uchun ham umumiymi?

### T/N

1. Raqobatli bozorda uzoq muddatli davrda normal foyda nolga teng.
2. Ishlab chiqarishdagi ob'ektiv texnologik jarayonlarni xususiyatlaridan hamda kamyob, erkin tarzda takror ishlab chiqarib bo'lmaydigan tabiiy resurslar, infrastrukturaning jamiyat uchun alohida strategik ahamiyatga ega tarmoqlari tabiiy monopoliyalarga kiradi. Respublikamizda tabiiy monopoliyalar faoliyati «Tabiiy monopoliyalar to'g'risida»gi qonun (1999 y.) asosida tartibga solinadi.
3. Monopoliya raqobatbardosh tarmoqqa nisbatan yuqori samaradorligi boisi yuqori foyda oladi.
4. Talab egri chizig'i monopoliya uchun doimo gorizontol.
5. Mukammal raqobatli firmalar bozorda monopolistik bozorga qaraganda nisbatan ko'prok turli-tuman tovarlar taklif qiladi.
6. Agar oligopolistik bozorda firma mahsulot narxini ko'tarsa yoki tushirsa, mahsulot hajmini ko'paytirsas yoki kamaytirsas u raqobatchi firmalarning foydasi va mahsulot sotish hajmiga ta'sir qiladi.
7. Monopolistik raqobatli bozorda resurslardan samarali foydalanib bo'lmaydi.
8. Oligopoliyalar o'rtasidagi raqobat ko'pincha narx yordamida amalga oshiriladi.
9. Raqobat bozor iqtisodiyotini harakatlantiruvchi kuch.
10. Raqobatni qanday tarzda amalga oshirilishiga ko'ra halol yoki g'irrom raqobatga bo'linadi.
11. Bozor iqtisodiyotining muhim afzalligi uning raqobatga asoslanganligidir.
12. Bozor iqtisodiyotida reklama qilish-qilmaslikning ahamiyati yo'q.

### Testlar

1. «Mukammal raqobatdosh firma» tushunchasi bu firma:
  - a) o'z raqiblari bilan raqobatning faqat qonuniy metodlarini qo'llashni;
  - b) bozor bahosi shakllanishiga ta'sir o'tkazmasligini;
  - v) bozorni egallash uchun har qanday metodlarni qo'llashni;
  - g) raqobatda o'zi uchun ko'zlagan bahosini o'rnatishga erishishni;
  - d) o'z raqiblari bilan halol raqobat kurashi olib borishini anglatadi.
2. Agar firma mukammal raqobatli bozorda faoliyat yuritar ekan, o'z mahsulotini taklifini qisqartirsas, u holda:
  - a) mahsulotni bozor bahosini pasayishiga olib keladi;

- b) taklifni kamaytiradi, mahsulot narxini ko'taradi;
- v) mahsulotning bozor bahosini o'sishiga olib keladi;
- g) bozorga hech qanday ta'sir o'tkazmaydi;
- d) taklifni ko'paytiradi, mahsulot narxini pasaytiradi.

3. Quyidagi bozorlardan qaysi birlarini mukammal raqobatga asoslangan bozorga kiritish mumkin?

- a) avtomobil, velosiped bozori;
- b) muzlatkich, televizor bozori;
- v) dehqon bozori, qimmatli qog'ozlar bozori;
- g) axborot, intellektual mulk bozori;
- d) ko'chmas mulk bozori.

4. Tabiiy monopoliyaga ... misol bo'la oladi.

- a) OPEK – xalqaro neft karteli;
- b) Fallabank;
- v) «Sharq» matbaa ishlab chiqarish kontserni;
- g) IBM kompaniyasi;
- d) Toshkent metropoliteni.

5. Aytaylik monopolist 10 birlik tovarini 10000 so'mdan sota oladi. 11- tovarni sotish esa uni bahosini 9950 so'mga tushishga olib keladi. Bunda me'yoriy daromad sotish hajmini 10dan 11gacha o'sishi evaziga

- a) 10000;
- b) 9950;
- v) 9450;
- g) 9400;
- d) 10995 teng bo'ladi.

6. O'zbekiston iqtisodiyotida ko'pchilik bozor:

- a) mukammal raqobatga asoslanadi;
- b) tartibga solib bo'lmaydigan monopoliya;
- v) tartibga solinadigan monopoliya;
- g) muayyan raqobatga va monopolistik bozorga xos elementlarga xos;
- d) tabiiy monopoliyalardan iborat.

7. Oligopoliya – bu . . .

- a) bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi raqobatlashuvchi ko'plab firmalar;
- b) tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqaruvchi ko'plab raqobatdosh firmalar;
- v) bir necha yirik raqobatdosh firmalar;
- g) bitta yirik firma;
- d) yagona yirik iste'molchi kompaniya.

8. Birinchi bo'lib oligopoliya nazariyasini asoslashga harakat qilgan iqtisodchi – bu . . .

- a) Ogyusten Kurno;
- b) Edvard Chamberlen;
- v) Joan Robinson;
- g) Jon Gelbreyt;
- d) Alfred Marshall.

9. Mukammal va monopolistik raqobatga asoslangan bozorning umumiy tomoni
- a) tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqaradi;
  - b) bozorda sotuvchi va xaridorlar soni ko'p;
  - v) har bir firma o'z mahsulotiga talab egri chizig'i gorizontol bo'lgan sharoitga duch keladi;
  - g) bir turdagi tovarlar ishlab chiqarishadi;
  - d) har bir firma o'z raqiblarini reaktsiyasiga ko'ra ish tutadi.

10. Oligopolistik bozor monopolistik raqobatli bozor bilan quyidagi tomonlari bilan o'xshash;

- a) tarmoqqa kirish uchun to'siklar yo'qligi;
- b) firmalar uchun strategik yo'nalish xos;
- v) uncha ko'p bo'lmagan sotuvchilar ish yuritishadi;
- g) firmalar bozorda hukmron rol o'ynaydi;
- d) firmalar tarmoqdan to'siqlarsiz chiqib ketadi

11. Kartel bitimini buzish uchun urinish shuncha kam bo'ladi, qachonki:

- a) bitimni buzilishi va uni aniqlash o'rtasida uzoq vaqt o'tishi;
- b) bitimga rioya qilinmagani sezilmaslik ehtimoli yuqori bo'lsa;
- v) diskontlash koeffitsienti yuqori bo'lsa;
- g) kartel a'zolari o'rtasida xarajatlar teng bo'lsa;
- d) kartel bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarishni tartibga solganda.

12. Tarmoqda 40ta firma bo'lib, ulardan hech biriga umumiy ishlab chiqarish hajmining 3%dan ortig'i to'g'ri kelmaydi. Mahsulot bozorda tabaqalashgan hisoblanadi. Bunday tarmoq:

- a) monopolistik raqobatga;
- b) sof monopoliyaga;
- v) mukammal raqobatga;
- g) oligopoliyaga;
- d) monopsoniyaga misol bo'la oladi.

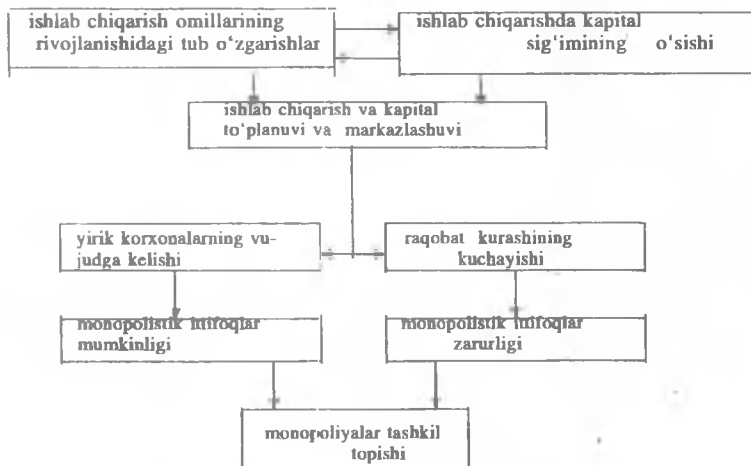
13. Oligopoliyani boshqa bozor modellariga nisbatan tahlil qilish qiyin, sababi

- a) firmalar soni shuncha ko'pki, ularni nima qilishini aniqlik bilan aytib bo'lmaydi;
- b) me'yoriy xarajat va me'yoriy tushum egri chiziqlari oligopoliyalar uchun muvozanatli narxni va miqdorni aniqlashda hech qanday rol o'ynamaydi;
- v) firmalar faoliyati bir-biriga bog'liq bo'lmay, har biri haqida ma'lumot to'plash qiyin;
- g) boshqa bozor modelidagi firmalardan farqli ravishda oligopolistik bozorda firmalar foydani maksimalashtirishga intila di deb, faraz qila olmaymiz;
- d) firmalar o'rtasida sezilarli darajada bog'lanish mavjud hamda oligopolistik bozorda firmani bir qarorga kelishi boshqa bozorlarga nisbatan noaniqroq

#### **Tarqatma materiallardan namunalalar.**

Monopolistik ittifoqlarning qay tarzda vujudga kelishini quyidagi chizma orqali ko'rish mumkin.

## Monopolistik ittifoqlarning vujudga kelishi



Bozor tarkibini farqlovchi xarakteristikasi.

- 1) firmalar soni;
- 2) mahsulot tipii;
- 3) tarmoqqa kirish naqadar osonligi;
- 4) narx o'rnatish imkoniyati;
- 5) raqobat usullari: narx yordamida yoki narxdan foydalanmay.

**Javoblar**

**Asosiy tayanch tushunchalar:**

1v); 2a); 3g); 4b); 5d); 6j); 7e); 8z); 9yo); 10i);

**Masala va mashqlar:**

1. Taklifning o'sishi, bahoni tushishi kuzatiladi.
2. 70 mln. so'm.
3. Monopol korxonalar 1996 yilga nisbatan 2,5 marta, mahsulotlar 17 marta kamaygan. Bu albatta ijobiy holat. Xizmat ko'rsatishda 106 turdagi xizmat, qurilish materiallarining 47 turi monopol iahsulot.
5. Agarda ko'mir, gaz, neft-kimyoo sanoati, xizmatlarni tabiiy monopoliyalarga kiritsak, korxonalar sonida ularning ulushi 50%ni, mahsulotlari 47%ni tashkil etadi.
- 6.

1)(ming so'm hisobida)

P	Q	TR	TC	TVC	TFC	ATC	AVC	MC
5,0	100	500	400	250	150	4	2,5	6

2) foydani maksimalashtirish  $MR (R) > MS$ ;  $R > ATC$ ;

3) optimal foyda olish uchun mahsulot ishlab chiqarishni shu darajaga etkazish kerakki,  $R = MR = MS$  bo'lishi, lekin  $ATC$  bahodan past bo'lishi lozim;



4) firma R<AVC, ya'ni bir dona mahsulotni bahosi 2,5 ming so'mdan kam bo'lsa.

7. 1) «Tarmoqqa kirish to'siqlari» deb shunday to'siqlarga aytiladiki, shu tarmoqda ilgari faoliyat yuritayotgan firmalar bilan raqobatlashadigan yangi firmalarni shu tarmoqda faoliyat yuritishini qiyinlashtiradigan shart-sharoitlar tushuniladi;

2) to'siqlarni engish muammosi ularni bartaraf qilish mumkinligi va mumkin emasligida ifodalanadi;

3) bunday to'siqlar:

- siyosiy;
- tashkiliy;
- tabiiy;
- moddiy;
- vaqtinchalik va hokazo bo'lishi mumkin.

8. a, b, v, e, j – rivojlangan mamlakatlarga ham xos. Shu bilan birga «g» punkti ham katta rol o'ynaydi. O'zbekistonda hozirgi paytda barcha punktlar ahamiyatga ega. Shuning uchun ham ularga diqqat qaratilmoqda.

T/N

1N; 2T; 3N; 4N; 5N; 6T; 7T; 8N; 9T; 10T; 11T; 12N;

Testlar

1b); 2g); 3v); 4d); 5v); 6g); 7v); 8a; 9b); 10b); 11v); 12a); 13d);

## XV BOB. RAQOBAT VA BOZOR NARXLARINING SHAKLLANISHI.

Iqtisodiyot nazariyasida mikromiqyosdagi tadqiqotda narx alohida o'rin tutadi.

Ma'lumki mukammal raqobat kurashiga asoslangan bozorda narxga hech bir firma tomonidan tazyiq o'tkazish imkoni yo'q. Narxning shakllanishi talab va taklif asosida yuz beradi. Cheklangan raqobatga asoslangan bozorda esa narx shakllanishining o'ziga xos xususiyatlari mavjud. Navbatdagi bobda ana shu masalalarga diqqat qaratamiz.

Oligopolistik, monopolistik va monopsonistik bozorda qanday tarzda narx va mahsulot hajmi o'rnatiladi ko'rib chiqamiz..

### 1- §. Narx va uning iqtisodiyotdagi ahamiyati.

Sotsiologlarning hisob-kitobiga qaraganda insonlarni eng ko'p qiziqtiradigan narsa ob-havo va narx-navo ekan.

Narxning ahamiyatini tushuntirishning hojati yo'q. Chunki u har birimizning manfaatimizga taalluqli. Aqlimizni tanib biron narsani sotib olgan kunimizdan yoki oila a'zolarimizni qilgan xaridlaridan maishiy darajada narx nima, u kishilarning hayotida qanday rol o'ynashini his qila boshlaymiz. Narx qancha yuqori bo'lsa, demak buyum qimmat, uni sotib olish uchun ko'p pul talab etiladi, narx arzon bo'lsa, aksincha nisbatan kam pul kerak. Lekin narx, to'g'rirog'i narxlar faqat shaxsiy tushunchanigina emas, balki ijtimoiy kategoriyani ham ifodalaydi. Narxlar har bir kishining tovar xarid qilishi yoki sotishiga ta'sir qilibgina qolmay, barcha iqtisodiy jarayonlarni ham tartibga soladi.

Narx bir tomondan nozik, moslashuvchan vosita bo'lsa, ikkinchi tomondan iqtisodiyotni boshqarishning, bozor mexanizmining qudratli quroli. Narx tarixiy kategoriya bo'lib, uning vujudga kelishi pulning vujudga kelishi bilan bog'liq. Dastlab, natural ayirboshlashdayoq ayirboshlash nisbatlari tarzida namoyon bo'lgan.

Tovar shaklidagi, so'ngra metall va qog'oz pullarning vujudga kelishi bilan narx tovarga to'lash lozim bo'lgan pul miqdorini bildirgan.

Bu erda shunday savol tug'iladi: «U yoki bu tovar uchun necha pul to'lash kerak?», boshqacha aytganimizda, narx qanday shakllanadi, ya'ni narx mexanizmi qanday ishlaydi? Narx deganda o'zi nimani tushunamiz?

Narxni tashkil topishiga iqtisodiy nazariyada ikki xil yondashuv mavjud: **klassik** va **neoklassik**. Ana shu ikki xil yondashuvdan kelib chiqib, narxlarga ikki xil ta'rif beriladi.

Birinchisi, klassik yondashuv, ya'ni ishlab chiqarish nuqtai nazaridan yondashish. Bunda narxlar ishlab chiqarish omillari, eng avvalo mehnat omili bilan bog'liqligi asoslanadi. Bunda narx quyidagicha ta'riflanadi: «Narx — tovar qiymatining puldagi ifodasidir». Narxni bunday ta'riflaganda asosiy diqqat qiymatga qaratiladi.

A. Smit va D. Rikardo tomonidan asos solinib, keyinchalik J. S. Mill tomonidan rivojlantirilgan mehnat nazariyasiga ko'ra, tovarning qiymati unga sarflangan mehnat xarajatlari bilan o'lchanadi. Lekin avval ta'kidlaganimizdek u nazariy kategoriyaligicha qola berdi. Chunki amalda tovar ishlab chiqarish uchun sarflangan mehnatni o'lchashning iloji yo'q.

Amalda qiymat bilan narx o'rtasidagi bog'lanish xarajatlar printsiptini qo'llash orqali tatbiq etildi. Unga ko'ra narx miqdori tovar birligini ishlab chiqarish uchun barcha omillarga qilingan xarajatlar bilan o'lchanadi, ya'ni narx xarajatlar asosida shakllanadi. Xarajatlarga ma'lum miqdorda olinadigan foydaning qo'shilishi natijasida narx tashkil topadi.

Narxni shunday tarzda ta'riflanishi: a) tovar va xizmatlarni baholashni faqat mehnat mahsuli bo'lgan tovarlar bilan cheklashga; b) xarajatlar ko'paygan sari narxni qimmatlashuvini o'rinni deb e'tirof etishga olib keladi.

Ikkinchi, neoklassik nuqtai nazarga ko'ra «Narx tovarlar va xizmatlarning nafilligini baholash vositasi bo'lib, unga to'lanadigan pul miqdorini ifodalaydi». Narxni bunday ta'riflashda ikki narsaga: a) narxni tovar va xizmatlarning nafilligi, foydaliligi bilan bevosita bog'liq ekanligiga e'tibor qaratiladi; b) tovar va xizmat narxi ayirboshlash jarayonidagina yuzaga chiqishi ta'kidlanadi. Demak, bozorsiz, bozorda yuz beradigan oldi-sotdisiz narx haqida bir nima deyish qiyin. Faqat bozordagina narx o'rnatilishi mumkin.

Hozirgi zamon iqtisodiy nazariyasida iqtisodchilar tomonidan eng ko'p qo'llab-quvvatlangan neoklassik nazariya Marshallning baho kontseptsiyasidir. U qiymatni inkor qilib, faqat almashuv qiymati, ya'ni baho mavjudligini tan oladi. U bahoning shakllanishida me'yoriy nafillik, ishlab chiqarish xarajatlari, talab va taklif kontseptsiyalarini birlashtirib, yagona kontseptsiya tarzida ilgari suradi: qisqa muddatli muvozanatda narxga nafillik ko'proq ta'sir ko'rsatsa, uzoq muddatli davrda ishlab chiqarish xarajatlari muhim rol o'ynashini ko'rsatib beradi.

Har ikkisini solishtirib ko'rib, narxni ta'riflashga bozor mexanizmi nuqtai nazaridan yondashuv nisbatan universal hamda amaliy ekanligiga ishonch hosil qilish mumkin.

Narx va uning o'sish darajasiga qarab nainki bozordagi vaziyatga, kon'yunkturaga, balki mamlakatdagi iqtisodiy holatga ham baho berish mumkin. Narxning iqtisodiy mazmuni, ahamiyatini uning funktsiyalari to'laroq ko'rsatib beradi. Narx asosan quyidagi funktsiya va vazifalarni bajaradi.

**1. O'lchov, hisob-kitob qilish.** Narx vositasida tovarning naf-liligini taqqoslash imkoniyatiga ega bo'lamiz. Narxlar orqali qilingan sarflar va olingan natijani, ishlab chiqarish va iste'mol hajmini o'lchash mumkin bo'ladi. Ma'lumki, hamma narsa ham moddiy o'lchamli bo'lavermaydi.

Masalan, sozanda ijro etgan musiqa, xonanda ijro etgan qo'shiq, shifokor, o'qituvchi mehnati va boshqa shunga o'xshash ishlarning moddiy o'lchami yo'q. Ularni faqat xizmatning narxiga qarab pulda o'lchash mumkin. Qolaversa moddiy o'lchamga ega bo'lgan taqdirda ham hamma mahsulotlarni faqat narx orqaligina umumiy ko'rsatkichda ifodalash mumkin. Chunki moddiy o'lchamlar turlicha hisoblanib, ularni bir butun qilib qo'shib bo'lmaydi. Masalan, gaz ishlab chiqarish kubometrda ifodalansa, neft tonnada, gazlama metrda o'lchanadi va hokazo.

YalM miqdori bozor narxi asosida hisoblanib, avvalgi yillar bilan taqqoslanadi. Umuman olganda, har bir oiladan, firmadan boshlab to butun mamlakat miqyosigacha narxlar yordamida faoliyat natijalari o'lchanadi, tahlil qilinadi, rejalashtiriladi hamda kelgusidagi o'zgarishlar taxmin qilinadi, istiqbol belgilanadi.

2. **Iqtisodiyotni tartibga solish.** Bozor narxi va uning o'zgarib turishi orqali qanday tovarlar ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatish zarurligi aniqlanadi. Bozor iqtisodiyoti tovar ishlab chiqarishga asoslanadi. Bozor ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchini bir-biri bilan bog'laydi. Ana shu bog'lanish narx-navo orqali yuz beradi.

Narxdagi o'zgarish bozor holatini belgilaydi. U talab va taklif nisbatidan kelib chiqadi.

Qanday turdagi tovarga talab yuqori bo'lsa, narxi baland bo'ladi, aksincha bo'lsa narxi past bo'ladi. Natijada talabning ko'pligi ishlab chiqarishning hajmini ko'paytirish, aksincha taklifning ko'pligi ishlab chiqarish hajmini qisqartirish zarurligini ko'rsatadi. Bu erda narx ishlab chiqaruvchi faoliyatiga o'z-o'zidan emas, balki uning oladigan daromadi orqali ta'sir qiladi. Muayyan ishlab chiqarish xarajatlari saqlangan holda narx yuqori bo'lsa, foyda ko'p bo'ladi, narx pasaysa foyda kamayadi. Agarda narx qilgan xarajatlarni qoplamasa zarar ko'riladi. Foyda olgan korxonalar rivoj topadi, kengayadi, zarar ko'rgani bankrot bo'lib yopilib ketadi. Bunda talab katta bo'lgan tovarlar ishlab chiqarish uchun qo'shimcha resurslar jalb qilinadi, zarar keltirgan tovarlar ishlab chiqarish to'xtatiladi. Shunday qilib, resurslar foyda keltiradigan soha, tarmoqlariga oqib o'tadi. Natijada zarur tovarlar taklifi ko'payadi, narxlar tushadi. O'z navbatida resurslar endi narxi yuqori tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish sohasiga ko'chadi. Shunday qilib, narxlarning tebranib turishi re-surslarni kerakli sohalarga oqib o'tishini ta'minlaydi. Narx firmalarni kerakli mahsulot ishlab chiqarishga majbur qiladi. Narx ana shu yo'sinda iqtisodiyotni tartibga soladi.

3. **Taqsimlash.** Narxning bu vazifasi avvalgi tartibga solish funktsiyasi bilan bog'liq. Bozor iqtisodiyoti sharoitida talab taklifga qaraganda yuqori bo'lsa, yuqori narx orqali xaridorning puli sotuvchi, ishlab chiqaruvchining cho'ntagiga o'tib, uni ana shu xaridorgir mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishga undaydi, rag'batlantiradi. Aksincha, taklif ko'p bo'lib, narxning past bo'lishi ishlab chiqaruvchining, sotuvchining ko'zlagan daromadini ololmay, xaridorning qo'shimcha naf ko'rishiga olib keladi. Aytaylik, bir hafta avval ko'ylak 1000 so'm bo'lsin. Xaridor kelasi hafta ko'ylak olish maqsadida bozorga chiqqanda ko'rdiki narx tushib 500 so'm bo'libdi. Endi u xohlasa 2 ta ko'ylak olishi yoki bir ko'ylakdan ortgan puliga boshqa zarur tovarni sotib olishi mumkin. Narx orqali daromad taqsimlanadi. U o'z navbatida korxonalar, soha, tarmoqlar o'rtasida resurslarni taqsimlanishiga olib keladi.

4. **Ijtimoiy himoya vazifasi.** Aholining iste'mol byudjeti yashash minimumi, turli ne'matlarni iste'mol qilishi, xarajatlari hajmi, tarkibi, qolaversa turmush darajasi, narxlar va ularning o'zgarishiga bog'liq. Narxlarning o'zgarishi kishilarning reaksiyasi, munosabatida juda sezgirlik bilan aks etadi. Kishilar narxlarning o'sishi turmush darajasini pasaytiradi deb qarashadi. Odatda, daromadlarning ortishi, bozordagi tovarlar taklifi miqdori, iste'mol tarkibi o'zgarishiga bunchalik ahamiyat berilmaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida aholining nochor va kambag'al qatlamlariga tovarlar arzonlashtirilgan narxda sotiladi. Bular ijtimoiy dotatsiyalashgan narxlar bo'lib, ular moliyaviy jihatdan davlat byudjeti yoki turli xayriya mablag'lari orqali ta'minlanadi. Masalan, g'arb mamlakatlarida aholi kambag'al qatlamlari

uchun alohida do'konlar mavjud. Respublikamizda non, shakar kabi oziq-ovqat mahsulotlariga dotatsion narx belgilanadi.

Bu narx ijtimoiy himoyani ta'minlansa-da, iqtisodiy o'sishni rag'batlantirmaydi. Chunki narx hamma uchun bir xil bo'ladi. Ular ma'lum vaqtgacha qo'llanib, so'ngra erkin bozor narxlariga almashtiriladi. Bulardan tashqari, narx bozor iqtisodiyotining muhim vositasi sifatida o'zaro bog'langan boshqa qator vazifalarni ham bajaradi.

## 2-§. Narx turlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bir-birini taqozo etuvchi, har xil maqsadlarda qo'llanuvchi, turli vazifalarni bajaruvchi narxlar majmui amal qiladi. Narxlarga qaysi nuqtai nazardan yondashishga hamda iqtisodiyotda qanday amal qilishiga qarab, ularni turli guruhlariga ajratish mumkin.

1. Sotish usuli, operatsiyasi, miqyosi, sohasi jihatidan narxlar ulgurji, chakana, xarid narxlari, xizmat ko'rsatish tariflaridan iborat.

Mahsulotlarni ko'tarasiga, ya'ni katta miqdorda sotish narxlari **ulgurji narxlar** deyiladi. Firmalar, korxonalar, maxsus do'konlar, tovar birjalari tomonidan ulgurji narxlar bo'yicha sotiladi. Odatda, ulgurji narxlarda ishlab chiqaruvchilar bir-birlariga yoki vositachilarga mahsulotlarini sotadilar. Ulgurji narxlar ishlab chiqarish samaradorligining oshishiga, fan va texnika taraqqiyotining rivojlanishiga ta'sir qiladi. Ulgurji narxlar ko'pincha shart-noma—kontrakt narxlari tarzida qo'llaniladi. Bu narxlar ishlab chiqaruvchilarning xarajatlarini qoplash va ma'lum miqdorda foyda olishini ta'minlashi kerak. Ulgurji narx odatda chakana narxning 60—80% ini tashkil etadi. Tovarning iste'molchiga chakana savdo tarmoqlari orqali donalab yoki kichik miqdorlarda sotilganda qo'yiladigan narx *chakana narx* deyiladi. Chakana narxlarda asosan iste'mol tovarlari aholiga, nisbatan kamroq — firma, tashkilot, tadbirkorlarga sotiladi.

Chakana savdo orqali, chakana narxlarda tovarlar pirovard iste'molchiga sotiladi. Chakana narxlarning ulgurji narxlarga qaraganda savdo ustamasi miqdori ko'p. Savdo ustamasi chakana savdo xarajatlarini qoplash va foyda olish imkoniyatini beradi. Respublikamizda savdo ustamasi ulgurji narxga nisbatan 20% miqdorida belgilangan. Chakana narx talab va taklifga qarab o'zgarib turadi.

*Xarid narxlari* — bu davlat tomonidan korxonalar, tashkilot, aholidan sotib olinadigan mahsulotlarga belgilanadi. Xarid narxlari bo'yicha amaliyotimizda davlat korxonalaridan qishloq xo'jalik mahsulotlari chunonchi bug'doy, paxta, pilla sotib oladi. Bu narxlar xarajatlarni qoplash bilan birgalikda ishlab chiqarishni kengaytirish uchun zarur jamg'arishni ta'minlashni ham ko'zda tutadi. Bu narxlarning alohida xususiyati shundaki, ma'lum hollarda xarid narxlariga ustamalar, imtiyozlar ko'zda tutiladi.

O'ziga xos narx turlaridan biri *tariflar*dir. Tariflar xizmat ko'rsatish sohalarida qo'llaniladi. Xizmat ko'rsatish jarayonida yangi mahsulot yaratilmaydi, balki mavjud mahsulotning sifati o'zgartiriladi.

Ko'pincha, xizmat jarayoni uni iste'mol qilish bilan birga boshlanadi. Xizmat ko'rsatishni iqtisodiy faoliyat turi sifatida o'ziga xos xususiyatga ega ekanligi ularga narx belgilashda ham namoyon bo'ladi. Uni *tarif* deb yuritiladi. Xizmatlarga tarif belgilaganda faqatgina ish hajmi emas, balki vaqti, sifati ham

muhim rol o'ynaydi. Tariflarning tipik shakli sifatida misol qilib maishiy xizmatlar — telefon, kommunal xizmat tariflarini ko'rsatish mumkin.

2. Tartibga solish darajasi va uslubiga ko'ra narxlar qat'iy belgilangan, tartibga solinadigan, shartnoma va erkin narxlarga bo'linadi.

Qat'iy narxlar davlat tashkilotlari tomonidan belgilanadi va uning darajasi rasmiy hujjatlarda aks ettiriladi.

Bu turdagi narxlar asosan davlat iqtisodiyotida monopol mavqega ega bo'lgan mamlakatlarda mavjud.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan qat'iy belgilangan narxlardan erkin bozor narxiga o'tib boriladi. Bu jarayonni liberallashtirish yoki erkin narxlarga o'tish deb yuritiladi.

Tartibga solinadigan narxlar — bu davlat idoralari tomonidan tartibga solinadigan narxlardir. Davlat soliq imtiyozlari berib, narxni tushirishni rag'batlantirishi mumkin. Yoki ayrim tovarlarga narx miqdorini cheklashi mumkin. Bu albatta narxlarning o'sib ketishining oldini oladi. Lekin, uning qator kamchiliklari bor. Narxni yuqori chegarasini davlat tomonidan belgilab qo'yilishi ishlab chiqarish hajmini kamaytirishga olib kelishi mumkin. Sababi narx ketgan xarajatlarni qoplab ishlab chiqarishni kengaytirish imkoni darajasida foyda olish imkonini bermaydi. Natijada tovar taqchilligi vujudga keladi. Bu o'z navbatida qat'iy belgilangan narxlar kabi, nolegal — chayqov bozorini vujudga kelishiga sabab bo'ladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tartibga solinadigan narxlar davlat tomonidan mamlakatdagi shart-sharoitga ko'ra tatbiq etiladi. Bunda davlat narxning yuqori chegarasini belgilab qo'yadi. Aytaylik, rentabellik darajasi, foyda normasi 50% dan oshmasligi kerakligi ko'rsatilgan bo'lsa, demak mahsulotga sarflangan xarajatlar 800 so'm bo'lsa, uning narxi 1200 so'mdan oshmasligi kerak. Odatda, ko'pincha bunday narxlar jamiyat hayotida muhim o'rin tutadigan tovar va xizmatlarga nisbatan qo'llaniladi. Hozirgi paytda juda ko'p mamlakatlarda ana shunday tovarlar 15—20% ni tashkil etadi.

Shartnoma narxlari — oldi-sotdi qilish yuzasidan shartnoma asosida kelishilgan narx bo'lib, u shartnoma hujjatlarida rasmiylashtiriladi. Hozirgi paytda shartnomalarda alohida bo'lim narx masalasiga bag'ishlanadi. Unda ko'pincha narxning absolyut miqdori emas, balki narxning diapazoni (*dan* boshlab *gacha*, chegarasi) yoki bu narxlarni davlat, bozor, jahon narxlari bilan aloqasi ko'rsatiladi. Shuningdek, shartnomada ko'rsatilgan narxlarni o'zgartirish mumkin bo'lgan holatlar, aytaylik inflyatsiya, yangi qonunlarni qa-bul qilish kabilari izohlanadi.

Erkin narxlar. Nominning o'zi ko'rsatib turibdiki, bu narxlar bozordagi talab va taklif asosida belgilanadi. U bozordagi muvozanat narxi bo'ladi.

Bu baholar xalq iste'mol mollarining barcha turlari yoki aholiga ko'rsatiladigan xizmat tariflarida namoyon bo'ladi. Savdo tashkilotlarining turli do'konlarida, dehqon bozorida, iste'mol bozorida yo boshqa turdagi bozorlarda har kuni biz chakana narxlarni ko'ramiz.

Yuqoridagi sanab o'tilgan narxlar turli me'yoriy hujjatlarda o'z ifodasini topadi. Ulgurji va chakana narx preyskurantlari, narx kataloglari, smeta-normalar, narx kitoblari kabi hujjatlar shular jumlasidandir. Aholiga hujjatlar yoki birja e'lonlari orqali ma'lum qilinadigan baholar — nominal narxlar deb

ataladi. Bunday hujjatlar narxlar haqida axborot bankini tuzib narx siyosatini yuritishda zamonaviy kompyuterlardan foydalanish imkoniyatini beradi.

Mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar bilan savdo tashkilotlari o'rtasida oldindan kelishib olingan va belgilangan baho kelishilgan narx deyiladi. Bu narxlar davlat belgilagan qat'iy narx-dan ham, erkin bozor narxlaridan ham farq qilishi mumkin, ammo faqat kelishilgan muddat davomida amal qilishi bilan boshqa narxlardan ajralib turadi. Bunday narxlarni qo'llashda tegishli nazorat joriy etilishi kerak. Chunki monopoliya tovarlar taqchilligidan foydalanib, kelishilgan holda narxni sun'iy oshirib, xalq hisobidan foyda ko'rishi yoki chayqovchilik vositasiga aylanaishi mumkin.

Tovarlarni ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) bilan uni iste'mol etuvchi (xaridor) o'rtasida bitimga binoan har ikki tomonni roziligiga qarab belgilangan narxlar shartnoma narxlar deyiladi.

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan narxlardan tashqari turli jihatlariga ko'ra guruhlariga ajratilgan narx turlari xilma-xil.

Iqtisodiy tahlil qilish statistikada iqtisodiy taraqqiyot darajasi, erishilgan natijalarni taqqoslash uchun o'zgarma yoki qiyosiy narxlardan foydalaniladi. Chunki real hayotda narxlarga inflyatsiya ta'sir etadi. Buni hisobga olinmasa noto'g'ri xulosa chiqarish mumkin.

Yangi turdagi tovar ishlab chiqarish yo'lga qo'yilayotganda, yangi o'zlashtiriladigan tovar, xizmat, material, yarim fabrikatlar, energiya, ishlab chiqarish uchun ob'ektlar qurishda loyiha baholari qo'llaniladi. Yangi tovar xizmatlari sifatini aniqlash uchun qo'llaniladigan baholar bazis narxlari bo'ladi. U namunaviy narx sifatida xizmat qiladi. Xalqaro savdoda ham bazis narxlar ishlatiladi. Agarda tovarning sifati kelishilgandan farq qilsa, bazis narx boshlang'ich narx sifatida xizmat qiladi.

Monopoliyalar tomonidan mahsulotlarni ishlab chiqarish bahosidan baland yoki past qilib belgilangan narx — *monopoliya narxi* deb ataladi. Odatda, monopoliyalar sotadigan tovarlarning narxini yuqori, boshqa firmalardan oladigan mahsulotlar narxini esa past qilib belgilashadi.

Maksimal va minimal chegaralari belgilangan baholar *limit narxlari* deb ataladi. Bu narxlardan yangi tovarni bozorda qaysi narxda o'tishini sinab ko'rish va yangiliklarni rag'batlantirish uchun foydalaniladi.

Erning, suvning, har xil er osti qazilmalaridan olinadigan xom ashyolarning va hayvonot dunyosining o'z narxlari bor.

Qonun bilan taqiqlangan faoliyat uchun yashirin narxlar mavjud.

Jahon bozorida tovar va xizmatlar jahon narxlari asosida oldi-sotdi qilinadi. Bozorlarni egallash maqsadida *demping narxlari* belgilanishi mumkin. Bu narxlar bozordagi mavjud narxlardan past darajada belgilanadi. Uni xususiy firmalar qo'llashi yoki davlatning o'zi belgilashi mumkin.

Umuman, narxlar xilma-xil bo'lib, u iqtisodiy tizimda o'ziga xos mustaqil yo'nalishni tashkil etadi. Narxlar olamini yaxshi bilish, tushunish bozor iqtisodiyoti sharoitida nihoyatda katta ahamiyatga ega.

### 3- §. Narxlar shakllanishining xarajatlar mexanizmi.

Narx mexanizmi o'z ichiga narxlar va narxlarni tashkil topishini oladi. Narx uni tashkil etuvchi, uning miqdorini belgilovchi omillarga bog'liq.

Narx tovar va xizmatlarga to'lanadigan pul birligi miqdorini ifodalasa, narxni tashkil etish esa shu pul miqdorini aniqlashning, belgilashning qoidalari, usulini ifodalaydi.

Narxni tashkil etish mexanizmi bir tomondan, narx va narxni tashkil topishi omillari o'rtasidagi aloqa, ikkinchi tomondan narxni tashkil topish usuli, uni vujudga kelish texnologiyasi, amal qilishi va vaqt mobaynida o'zgarishini ifodalaydi.

Narxni tashkil topishida ikki usul mavjud:

1. Xarajatlar mexanizmi.
2. Bozor mexanizmi.

Xarajatlar mexanizmi asosida narx bevosita tashkil topadi. U ishlab chiqarish va muomala xarajatlariga bog'liq. Bunda asosan o'rtacha xarajatlar olinadi. Iqtisodiyotda ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida mehnat xarajatlari boshqa xarajatlariga nisbatan ko'p. Odatda, mehnat xarajatlari sarflangan vaqt hamda soatbay ish haqi miqdoridan kelib chiqib, boshqa xarajatlarga qo'shiladi. Shuning uchun mehnat xarajatlari ikki omil — mehnat unumdorligi va ish haqi darajasiga bog'liq. Tovar ishlab chiqaruvchi va sotuvchi narx orqali o'z xarajatlarini qoplagina qolmay, ma'lum miqdorda foyda, daromad ham olishi kerak. U holda narxni tashkil topishi formulasini quyidagicha ifodalasa bo'ladi:

$$R^1 = AS + P_f.$$

Bu erda AS — tovar birligi uchun qilingan o'rtacha ishlab chiqarish va muomala xarajatlari;  $P_f$  — ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) tomonidan tovarlarni ishlab chiqarish va sotishdan olingan foyda.

Foydani nazariy jihatdan turlicha talqin etilishi, qonuniyligi haqidagi fikrlarni bir chetga yig'ishtirib, xarajatlar ustiga qo'shilgan qo'shimcha haq tarzida qarasa, u xaridor uchun o'ziga xos soliq. Uni davlat emas, balki sotuvchi qo'yadi. Foyda olish imkoniyati ishlab chiqaruvchini u yoki bu turdagi tovar ishlab chiqarish va sotish uchun o'z mablag'ini qo'yishga undaydi.

Narx tashkil topishining xarajatlar mexanizmi tom ma'nosi bilan markazlashgan rejali boshqarish asosida belgilab qo'yiladigan narxlarga to'g'ri keladi. Shu bilan birga, bozor iqtisodiyoti sharoitida ham xarajatlar mexanizmi elementlaridan foydalaniladi. Narxlarga ustama ko'pincha *aktsizlar* yoki boshqa soliqlar solishdan soliq tarzida qo'shiladi. Narxlardan chegirma esa, bu davlat dotatsiyalari bo'lib, u tovarni xarajatlaridan past narxda sotish imkonini beradi.

Agarda davlat u yoki bu turdagi tovarni sotish va iste'mol qilinishini kengaytirishdan manfaatdor bo'lmasa, hamda shu tovar va xizmatlar ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lmasa, ya'ni kundalik ehtiyoj uchun zarur bo'lmasa, u holda qo'shimcha aktsiz va boshqa egri soliqlar kiritib davlat byudjeti foydasiga daromadlar ko'payishiga erishadi. Masalan, spirtli ichimliklar, tamaki mahsulotlari, qimmatbaho metallardan tayyorlangan buyumlar, taqinchoqlar va hokazo.

Agarda kundalik ehtiyoj uchun zarur mollarning narxlari iste'molchilarning keng qatlami uchun qimmatli qilsa, unda davlat idoralari skidka joriy etadi. Bu skidka davlat yoki mahalliy byudjetlardan pul dotatsiyalari bilan qoplanadi. Bunda tovar iste'molchiga skidka miqdoricha xarajatlar mexanizmi asosida belgilangan narxdan arzon sotiladi, lekin ishlab chiqaruvchilar zarar ko'rishmaydi, chunki u byudjetdan qoplanadi.



Shunday qilib, markazlashgan rejali iqtisodiyotda bozor muvozanatiga erishishning o'ziga xos yo'lidan foydalanilgan.

Iqtisodiyotda xarajatlar mexanizmi, eng avvalo taklif narxiga ta'sir ko'rsatadi. Sotuvchi ishlab chiqarish va muomala xarajatlarini qoplash hamda ma'lum miqdorda foyda olishni ko'zlaydi. Bozor qonunlari amal qilgan holatda esa ular faqat o'z xarajatlarini qoplash emas, xaridorning narxga munosabatiga qarashga majbur. Bunda sotuvchilar goh o'rtacha xarajatlardan past (likvidatsion narx) narxda yoki xarajatlariga teng (zarar keltirmaydigan darajada) narxda sotishga majbur bo'ladi.

#### 4-§. Narxlar shakllanishining bozor mexanizmi

**Mukammal raqobat sharoitida narxning tashkil topishi.** Ma'lumki, iqtisodiyotdagi bosh muammo bu alohida iste'mol va ishlab chiqarishdan boshlab, to makroiqtisodiyot darajasigacha muvozanatga erishishdir.

Bozor iqtisodiyoti muvozanatga erishishda uch narsaga tayanadi: *narx, talab va taklif, raqobat*. Bunda talab va taklif nisbati, raqobat ham oxir-oqibat narx orqali ifodalanadi.

Bozori uning aniq shaklidan qat'i nazar tovarlar —xizmatlar bozorimi, moliya bozori yoki mehnat bozorimi narx orqali talab va taklifni muvozanatga keltiradi.

1. *Narxlarni o'zgarishi* ishlab chiqaruvchilar uchun ishlab chiqarish hajmini o'zgartirishni mo'ljalga olishga xizmat qiladi. Narx texnika-texnologiyani o'zgartirishga ta'sir qiladi. Oxir-oqibat mavjud shakllangan daromadlar darajasida mahsulotning kim tomonidan iste'mol qilinishini ham belgilaydi.

2. *Talab va taklif*. Ularning nisbatini o'zgarishi. Narxni tebranishi, o'zgarishi tufayli oxir-oqibat shunday narx belgilanadiki, uning natijasida talab va taklif muvozanatga keladi, o'z navbatida ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasida ham muvozanat o'rnatiladi.

3. *Raqobat*. Har bir ishlab chiqaruvchining maqsadi maksimal darajada foyda olish, demak o'z faoliyatini kengaytirish. Bu so'zsiz raqobatga olib keladi. Agarda u yoki bu turdagi tovarning taklifi ko'p bo'lsa, sotuvchilar o'rtasida raqobat kurashi kuchayadi. Har biri o'z tovarini sotish uchun narxini tushirishga majbur bo'ladi. Bu ishlab chiqarishni qisqartirishga olib keladi. Agarda talab taklifga qaraganda ko'p bo'lsa, xaridorlar o'rtasida raqobat kurashi kuchayadi. Har biri taqchil bo'lgan tovarni qo'lga kiritish uchun balandroq (narx) haq to'lashga rozi bo'ladi. Bu shunday turdagi tovar chiqarishni rag'batlantiradi.

Raqobat bozor mexanizmining zarur elementi. Lekin raqobat xarakteri turlicha, u bozor muvozanatiga erishishga katta ta'sir ko'rsatadi. Narx tashkil topishining xarajati mexanizmiga klassik siyosiy iqtisod nazariyasi asos bo'lgan bo'lsa, bozor mexanizmiga neoklassik iqtisod nazariyasi asos bo'ladi.

Erkin raqobat kurashiga asoslangan sharoitda narxning qanday tashkil topishini Marshall shunday tushuntiradi.

Marshallning fikricha, oldi-sotdi qilungu qadar tovarning go'yoki ikki narxi mavjud bo'ladi. *Sotuvchi narxi* va *xaridor narxi*. Bir tomondan, har bir sotuvchi o'z tovarini qimmatga sotishni o'ylaydi, lekin bu narx xaridorni qanoatlantirmasa sotuvchi o'z tovarini sota olmay qolish xavfi bor. Ikkinchi tomondan, xaridor iloji boricha tovarni arzonroqqa sotib olishga harakat qiladi, lekin sotuvchini bu narx qanoatlantirmasa, u tovarsiz qolishi mumkin. Sotuvchining narxini eng past darajasi shu tovarni ishlab chiqarish uchun ketgan

xarajatlarni qoplashi kerak. Xaridor bergan narxning yuqori darajasi esa me'yoriy nafilligiga teng bo'li-shi kerak. Ular o'rtasidagi savdo to xaridor bilan sotuvchi narxi mos kelguncha davom etadi. Hamda ana shu muvofiq kelgan narx bozor narxi hisoblanadi. Shunday qilib, sotuvchining narxi klassik qoida bo'yicha shakllanadi. Xaridorning narxi esa marjinal qoida bo'yicha shakllanadi. Real narx esa ana shu har ikkisini nisbati asosida shakllangan o'rtacha daraja bo'ladi. Ko'rinib turibdiki, neoklassik nazariyada o'ziga xos ikki yondashuvni sintezi yuz berib, yangicha nuqtai nazar vujudga keldi. Bu yangilik narx bozorda talab bilan taklif o'rtasidagi nisbat asosida o'rnatilishida ifodalanadi.

Bunda narx qancha yuqori bo'lsa taklif shuncha ko'payadi. Talab kamayadi yoki aksincha. Bozorda narx talab va taklifning muvozanatga kelishi tomon o'zgaradi. Narx talab bilan taklif muvozanatini tiklaydi. Shunday qilib, bozor mexanizmi, boshqacha aytganimizda narx davlat aralashmay talab va taklifni tartibga soladi. Marshallning fikricha, bu nozik mexanizmga davlat aralashuvi kerak emas. Har qanday aralashuv, hattoki yaxshi niyatda qilingan bo'lsa ham kuchlar balansini buzadi. Oxir-oqibat cheklangan kamyob resurslardan samarasiz foydalanishga olib keladi. Marshall talab va taklif asosida narxning shakllanishini tushuntirar ekan, ularga ta'sir etuvchi omillarga ham e'tibor beradi. Undan tashqari, talab va taklif elastikligi tushunchasiga asos soladi.

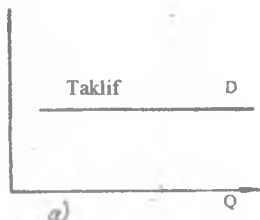
Narx tashkil topishining bozor mexanizmi deb, bu bozordagi vaziyatga ko'ra narxning shakllanishiga aytiladi. Ma'lumki, bozor turlari nihoyatda ko'p, agar shu nuqtai nazardan qarasaq, narxni tashkil topishini bozor mexanizmi deganda juda ko'p mexanizmlarni tushunamiz. Bozor mexanizmi yana shunday xususiyatga egaki, bu mexanizmni «prujina, vintlar» harakatini ko'ra olmaymiz. Shuning uchun ham Adam Smit «ko'zga ko'rinmas qo'l» iborasini ishlatgan. Hatto auksionda o'zaro savdolanishda shundoqqina hammasini sotuvchini ham, xaridorni ham his qilib bilib turgandaysiz, lekin aynan nima ularni u yoki bu qarorga kelishga majbur qildi («Xudo biladi») bilolmaymiz. Faqat taxmin qilishimiz mumkin. Aynan ana shu jarayon, kuch narxni tashkil topish mexanizmi bo'ladi. Narx to'g'risida turli nazariyotchilar o'z fikrlarini asoslashga qanchalik urinmasinlar, bir narsa aniq, ya'ni tovarning haqiqiy qimmatini bozorda yuzaga chiqadi. **Erkin bozor buyuk va genial baholovchi.** Boshqa hech nima uni o'rmini bosa olmaydi. Bozor yo'qmi, demak ob'ektiv narx ham yo'q. Lekin bu qoida erkin raqobat kurashi cheklanmagan bozorga tegishli. Mukammal erkin raqobat kurashi sharoitida bozorda qanday muvozanat o'rnatiladi va narx belgilanadi? (Bu masala VII bobda ko'rib chiqilgan.)

Raqobat kurashining cheklanishi, ya'ni nomukammal raqobat kurashi sharoitida narxning shakllanishi mukammal raqobat kurashidagidan farqlanadi.

Ishlab chiqaruvchini maqsadi yuqori darajada foyda olish ekan, bu maqsad nomukammal raqobat sharoitida qanday yuz berishini tahlil qilamiz.

Buning uchun ikki firmani olaylik. Biri mukammal raqobat kurashi sharoitida, ikkinchisi nomukammal raqobat kurashi sharoitida ish olib borsin.

Birinchi firma xohlagancha tovar sotishi mumkin, lekin u narxga ta'sir ko'rsata olmaydi. Chunki xuddi shunday tovar ishlab chiqaruvchi

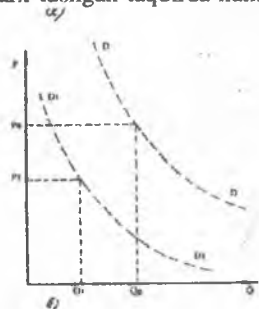


boshqa firmalar ko'p. Buni chizmada quyidagicha ko'rish mumkin (a rasm).

Undan shunday muhim xulosa chiqishi mumkin. Firma bozorga qancha ko'proq tovar chiqarmasin, u narxga ta'sir ko'rsata olmaydi. Foydani ko'paytirishning asosiy yo'li xarajatlarni pasaytirish.

Nomukammal raqobat sharoitida talab kamayib boruvchi egri chiziq tarzida bo'ladi. Firma qancha ko'p (Q) tovar chiqarsa shuncha narxini tushirish mumkin. Chunki shunday tovar ishlab chiqaruvchilarning soni cheklangan. Monopolist firma bozorga katta hajmda tovar chiqarsa, uning narxi kamayadi.

Agar firma sof to'la monopolist bo'lmasa narx R ni arzonlashuvi DD egri chiziqni chapga  $D_1D_1$  ga ko'chishiga olib keladi. Raqobatdosh firma tufayli narx tushgan taqdirda ham kamroq miqdorda tovar sotiladi.



Bu chizmadan quyidagi muhim xulosani chiqarish mumkin: talab egri chizig'iga qarab firma mukammal yoki nomukammal raqobat kurashi sharoitida ekanligini aniqlay olamiz. Nomukammal raqobat sharoitida qanday qilib maksimal foyda olish mumkin? Buni ikki usul bilan tahlil qilish mumkin:

1. Yalpi daromad va yalpi xarajatlarni taqqoslash.

2. Me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatlarni taqqoslash orqali. Buni quyidagi jadval yordamida tahlil qilamiz. (Jadval

A. Pezentining «Ocherki politicheskoy ekonomii kapitalizma» kitobidan olingan.)

Har bir qo'shimcha miqdordagi tovarni sotish uchun narxini pasaytirish kerakligini nazarda tutib tovar miqdori ko'paytiriladi.

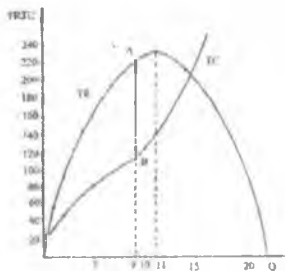
Ishlab chiqarilgan tovar miqdori (1- ustun) ko'payishi bilan umumiy xarajatlar TS (3- ustun) ortib boradi. O'rtacha xarajatlar AS (2- ustun) esa ma'lum miqdorgacha, misolimizda 9- mahsulotgacha kamayib, so'ngra ko'payib boradi. Sababi me'yoriy xarajatlar MS (4- ustun) ma'lum chegaragacha pasayib, so'ngra ortishni boshlaydi (VIII bob).

1	2	3	4	5	6	7
Ishlab Chiqarilgan Tovarlar miqdori	O'rtacha xarajatlar	Umumiy xarajatlar	Me'yoriy xarajatlar	NARX	Yalpi daromad	Me'yoriy daromad
1	24	24	24	41	41	41
2	21,75	43,5	19,5	39	78	37
3	19,75	59,25	15,75	37	111	33
4	18	72	12,75	35	140	29
5	16,5	82,5	10,5	33	165	25
6	15,25	91,5	9	31	186	21
7	14,25	99,75	8,25	29	203	17
8	13,5	108	8,25	27	216	13
9	13	117	9	25	225	9
10	12,75	127,5	10,5	23	230	5
11	12,75	140,25	12,75	21	231	1
12	13	156	16,25	19	228	-3
13	13,5	175,5	19,5	17	221	-7
14	14,25	199,5	24	15	210	-11
15	15,25	228,25	29,25	13	195	-15
16	16,25	264	36,75	11	176	-19
17	18	306	42	9	153	-23
<i>Q</i>	<i>AC</i>	<i>TC</i>	<i>MC</i>	<i>P</i>	<i>TR</i>	<i>MR</i>

Taklif ko'paygan sari narx R (5- ustun) tushib boradi. Yalpi daromad yoki tushum TR (6- ustun) ham ma'lum chegaragacha o'sib, so'ngra pasayishni boshlaydi. Chunki ma'lum chegaragacha, misolimizda 11- mahsulotgacha narxni pasayishi ishlab chiqarib sotilgan tovar miqdorini ko'payishi bilan miqdor effekti ustunligi tufayli yalpi daromadni o'sishiga olib keladi. 12- mahsulotdan boshlab esa narxning pasayishi evaziga sotish miqdorini ko'paytirish orqali kompensatsiya qilish mumkin bo'lmay qoladi, yalpi daromad qisqara boshlaydi. Natijada har bir keyingi mahsulot 11- siga qadar avvalgisiga nisbatan me'yoriy daromad MR (7- ustun) olib kelgan bo'lsa, 12- mahsulotdan boshlab zarar keltiradi.

Firmaning yalpi daromad chizmasi nomukammal raqobat sharoitida tepalik shaklida bo'ladi. Bundan ko'rinish turibdiki, yalpi daromad bilan yalpi xarajat o'rtasidagi farq 9- mahsulotda maksimum darajada bo'lyapti.

Maksimum darajadagi yalpi daromad 11- mahsulotda, lekin ko'p foyda 9- mahsulotga to'g'ri kelyapti.



Foydani aniqlashning yuqori ko'rsatilganidek **ikkinchi yo'li me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatlarni taqqoslash.**

Me'yoriy daromad — bu qo'shimcha sotilgan tovardan olinadigan daromad. U  $TR_n$  dan  $TR_{n-1}$  ni ayirib, ya'ni keyingi tovarni sotib, olingan daromaddan avvalgisini ayirib topamiz.

Erkin raqobat kurashida firma narxga hech qanday ta'sir ko'rsata olmas edi. U holda firma 1

dona tovarni 41 birlikka sotsa, 2 donasini 82 birlikka sotadi, me'yoriy daromad 41 ga teng, 3 donasi  $3 \cdot 41 = 123$  ga teng, me'yoriy daromad yana  $123 - 82 = 41$  ga teng. Demak, erkin raqobat sharoitida me'yoriy daromad uning narxiga  $MR=R$  teng. Nomukammal raqobat sharoitida qanday bo'lishini ko'rib chiqaylik.

Nomukammal raqobat sharoitida avvalgisiga nisbatan ko'proq sotish uchun tovar narxi pasaytiriladi. Bu tadbirkorga bir tomondan yutuq. Ko'proq yalpi daromad olish imkoniyatini bersa, ikkinchi tomondan ma'lum yo'qotish. Sababi narxni tushirish har bir navbatdagi tovarni sotib olinadigan daromad, ya'ni me'yoriy daromadni kamayishiga olib keladi.

Masalan, 3 ta tovarni 37 birlikdan sotilsa, bu bilan 41 ga yoki 39 ga sotib olishi mumkin bo'lganlarga ham 37 dan sotiladi. Zarar  $2+2=4$ . Bu zararni 37 dan ayirilsa  $37-4=33$  me'yoriy daromad bo'ladi. Lekin ishlab chiqaruvchini, sotuvchini faqatgina olinadigan daromad emas, olinadigan foyda qiziqtiradi. Buning uchun olingan daromadni qilingan xarajatlar bilan taqqoslash kerak.

Ma'lumki, o'rtacha xarajatlar yoy shaklida bo'lib, ma'lum miqdor tovar ishlab chiqarguncha pasayib, so'ngra o'sishni boshlar edi. Misolimizga qaytib, abstrakt raqamlar asosida uni ko'rsatishga harakat qilamiz.

Yodga solaylik  $TS=Q_nAS$ , ya'ni umumiy xarajatlar o'rtacha xarajatlarni tovar miqdoriga ko'paytmasiga teng:  $21,75 \cdot 2 = 43,50$ ;  $MS=TS_n - TS_{n-1}$ , ya'ni me'yoriy xarajatlar n miqdor tovar ishlab chiqarish uchun sarflangan umumiy xarajatlardan n-1 tovar uchun sarflangan umumiy xarajatlarning farqiga teng:  $43,5 - 24 = 19,5$ ;  $TR=Q_nP$ , ya'ni yalpi daromad ishlab chiqarilgan tovar va uning narxini ko'paytmasiga teng:  $39 \cdot 2 = 78$ .

$MR=TR_n - TR_{n-1}$ , ya'ni me'yoriy daromad n ta tovar sotishdan olingan yalpi daromad bilan n-1 ta tovarni sotishdan olingan yalpi daromad farqi  $78 - 41 = 37$ .

2, 3, 4 ustunlardagi raqamlar, firma monopolistni ishlab chiqarish xarajatlarini ko'rsatsa, 5, 6, 7 ustunlar sotish sharoitini ko'rsatadi.

Mukammal raqobatda muvozanat  $MS=R$ , ya'ni narx me'yoriy daromad bilan teng bo'lardi. Demak,  $MS=MR=P$ .

Firmaning to'la muvozanatga erishuvi Joan Robinson ta'kidlaganidek ikki sharoitni bajarishni talab etadi:

1. Me'yoriy daromad xarajatlarga teng bo'lishi kerak.

2. Narx o'rtacha xarajatlarga teng bo'lishi kerak (o'rtacha xarajatlar normal foydani ham o'z ichiga oladi):

$$MS=MR=P=AC.$$

Monopolist firmaning bozorda o'zini tutishi ham ana shu me'yoriy daromad va me'yoriy xarajatlarga bog'liq. Sababi, har bir qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot ma'lum miqdorda yalpi daromad, qo'shimcha daromad olib keladi, shu bilan birga umumiy xarajatlarni ham ko'paytiradi. Firma doimo ana shu ikki ko'rsatkich: me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajati taqqoslashi kerak. Me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajat o'rtasidagi farq musbat bo'lsa, firma ishlab chiqarishni kengaytiradi. Me'yoriy xarajat bilan me'yoriy daromad teng bo'lganda muvozanatga erishiladi. Lekin unda narx darajasi qanday bo'ladi,  $MS=MR=P=AC$  formulasi saqlanadimi?

Jadval raqamlariga murojaat qilamiz. Monopolist yuqori narx belgilashga harakat qiladi. Lekin u 41 belgilasa bitta tovar sotadi, yalpi daromad 41 bo'lib, foydasi  $(41-24)=17$  ni tashkil etadi.

Foyda — bu yalpi daromad bilan umumiy xarajatlar farqiga teng. Agar monopolist narxni tushirib 35 ga keltirsa, u holda u 4 ta tovar sotadi, umumiy daromadi 140(34,4), foydasi 68(140-72) bo'ladi. Ana shunday tarzda narxni tushirish tufayli umumiy foyda olishni ko'paytirish mumkin. Lekin uni qaysi chegaraga tushirish mumkin. Bu me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatlar tenglashguncha davom etadi, jadvaldagi raqamlarga qarasa bu 9- tovarni sotishimizda yuz berar ekan.

Aynan ana shu hajmda tovar ishlab chiqarishimiz eng ko'p foyda keltirar ekan. Ya'ni  $225-117=108$ . Agar narxni 25 dan pastga tushirsak misolimizda 23 ga, 10 ta tovar sotilar ekan. Lekin me'yoriy xarajatlar 10,5 ga, avvalgisidan  $10,5-9=1,5$  ga ko'tarilar ekan. Bu umumiy foydani  $(230-127,5)=102,5$ ,  $108-102,5=5,5$  ga kamayishiga olib keladi.

Nomukammal raqobat sharoitida firma muvozanatiga, ya'ni me'yoriy xarajatlar bilan me'yoriy daromadlar  $MS=MR$  muvozanatiga o'rtacha xarajatlarning minimal darajasiga etmay erishiladi. Bunda narx o'rtacha xarajatlardan yuqori bo'ladi.

Mukammal raqobatda  $MS=MR=R=AS$ .

Nomukammal raqobatda esa  $(MS=MR)<AC<P$ .

Shunday qilib, maksimum foydani va yalpi daromad bilan umumiy xarajatlarni mahsulot ishlab chiqarishning turli hajmlarida taqqoslab yoki me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatlarni taqqoslab topish mumkin. Maksimum darajada foyda yalpi daromad bilan umumiy xarajatlarni farqi maksimal bo'lganda yoki me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajat teng ( $MS=MR$ ) bo'lganda olinar ekan. Har ikki usul ham bir xil natija beradi. Bunda narx misolimizda 25 ga teng. Buni 340 va 341- betdagi rasmlarda ko'rish mumkin.

Jamiyat uchun ko'proq mahsulotni kamroq xarajatlar bilan ishlab chiqargan afzal, lekin bu monopolist firmani tabiatiga to'g'ri kelmaydi. U narxni tushirib foydani kamaytirishni istamaydi. Foydani maksimalashtirish uchun ma'lum darajada sun'iy taqchillik yaratadi, ya'ni nisbatan cheklangan miqdorda tovar taklif qiladi. Buning natijasida misolimizda aytaylik, eng kam o'rtacha xarajatlar 12,75, eng yuqori yalpi daromad 231 bo'lganda, narx 21 bo'lardi. Narxni 25 darajasida ushlab turish uchun 11 ta emas, 9 ta taklif qiladi. Bu qachongacha davom etishi mumkin? Bu hol shu tarmoqqa yangi firmalar kirib kelishiga bog'liq. Agarda boshqalarni shu tarmoqqa kirib kelishi uchun to'siqlar nisbatan yuqori bo'lsa, monopol foyda olish barqaror xarakterga ega bo'ladi.

Iqtisodiy nazariyada monopol hukmronligi darajasini o'lchash uchun Lerner indeksi qo'llaniladi. (A. Lerner ingliz iqtisodchisi bo'lib, bu ko'rsatkichni XX asrning 30- yillarida taklif qilgan.)

$L=R-MS$ . Bunda R bilan MS, ya'ni narx bilan me'yoriy xarajatlar o'rtacha farq qancha katta bo'lsa, monopoliyalar hukmronligi shuncha yuqoriligini ko'rsatadi. L kattaligi 0 bilan 1 orasida bo'lib, mukammal raqobat sharoitida Lerner indeksi tabiiy nolga teng bo'ladi.

Mukammal raqobat ishlab chiqarish omillarini bir tarmoqdan ikkinchisiga erkin oqib o'tishini ta'minlaydi. Shuning uchun mukammal raqobatda neoklassik maktab vakillari ta'kidlaganidek foydaning nolga tomon yaqinlashuvi, intilish tendentsiyasi aniq namoyon bo'ladi (nolga intilish deganda — normal foydaga tenglashuvi tushuniladi).

Agarda resurslarni erkin oqib o'tishida to'siqlar paydo bo'lsa, bu monopoliya foydani hosil bo'lishiga olib keladi.

### Oligopoliya sharoitida narxning tashkil topishi.

Yuqoridagi misolimiz «sof monopoliya»ga tegishli. Hayotda bunday variant nisbatan kam. Hozirgi zamon bozor tarkibini «oligopoliya» bilan xarakterlash to'g'riroq bo'ladi.

Bunda bir necha yirik firmalar ishlab chiqarish va sotishni asosiy qismini o'z qo'llarida saqlaydilar.

Bozorning oligopoliya sharoitida holatini Xerfindal (N) indeksi bilan ifodalash mumkin. Bu indeks bozorda firmaning ulushini oldindan baholash imkonini beradi. Har bir firmaning ulushini S harfi bilan belgilab, har bir firmaning ulushini kvadratga ko'tarib, hammasi qo'shiladi. Masalan, biron firma bozorga hamma tarmoq ishlab chiqarishining 50% ini chiqarsa, u holda  $S=50\%$  bo'ladi. Endi firmalarni sonini ham aniqlashimiz kerak.

Gerfindal indeksi

$$H = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2 = \sum_{i=1}^n S_i^2;$$

Agarda sof monopoliya bo'lsa, ya'ni tarmoq yagona firma ( $n=1$ ) dan iborat bo'lsa, Xerfindal indeksi 10000 ga teng, ya'ni  $S=100\%$ ;  $N=S^2=100^2=10000$ . Agarda tarmoqda ulushlari teng ikkita firma bo'lsa  $N=50^2+50^2=5000$ . Mukammal raqobatga yaqinlashgan sari bu indeks pasayib boradi. Aytaylik, tarmoqda ulushi bir xil 100 ta firma bor deylik, u holda  $N=1+1+1+\dots+1+100$ .

Xerfindal indeksi har bir firmaning bozor ulushi va tarmoqdagi firmalar soniga ham bog'liq. Aytaylik, tarmoqlardagi firmalar soniga qarab 5 ta firma, 6 ta firma bor tarmoqqa qaraganda yuqoriroq darajada kontsentratsiyaga ega degan xulosaga kelish mumkin. Lekin bu erda ularning ulushiga e'tibor berilmayapti. Ularni ulushini hisobga olsak, tamomila boshqacha xulosaga kelish mumkin. Masalan, 6 ta firmaning bittasini ulushi 50%, qolganlari 10% dan, u holda  $N=50+(10 \cdot 5)=7500$ . Agarda tarmoqda 5 firma bo'lib, ularning ulushi teng 20% dan bo'lsa, unda indeks  $N=20^2 \cdot 5=400 \cdot 5=2000$ . Demak, 6 ta firmaga ega bo'lgan tarmoqda kontsentratsiya darajasi 5 ta firma bor tarmoqqa qaraganda yuqori.

Gerfindal indeksini hisoblashdan maqsad bozor holatini aniqlash. Unga qarab tarmoqdagi biron firma bozor narxiga ta'sir qila oladimi, yo'qmi aniqlanadi.

Bu erda alohida ko'rsatib o'tish kerakki, oligopoliya sharoitida raqobat ustun darajada narxdan foydalanmay (narxsiz) olib boriladi.

Ma'lumki, bu usuldagi raqobat kurashi qo'shimcha xaridorlarni tovar sifatini oshirish, reklama, sotishdan keyin ko'rsatiladigan xizmatlar va boshqalar evaziga jalb qiladi.

Har bir oligopoliya narxni tushirishi yoki ko'tarishi boshqalarni ham xuddi shunday qilishga undashini hisobga oladi. Yoki bo'lmasa raqiblari narxni ko'tarmasliklari mumkin. U holda narx-ni ko'targan firma mahsulotiga talab qisqaradi. Bu qisqarish narx-ni ko'targanga qaraganda ko'proq bo'ladi.

Shuning uchun oligopolistlarga narx vositasida raqobat kurashi olib borganidan narxdan foydalanmay raqobat qilish afzalroq bo'lib qoladi. Har bir firma «narx urushi» natijasida yuz berishi mumkin bo'lgan katta yo'qotishlardan

o'zini muhofaza qiladi. Oligopolistlar raqiblar, lekin go'yo bir qayiqda suzayotgan «kishilar»ga o'xshashadi. Ular haddan tashqari yirik bo'lgani uchun birontasining nojo'ya harakati qayiqni ag'darib yuborishi mumkin, ya'ni ko'proq daromad olaman deb qilgan harakati, aksincha faqat o'zi uchun emas, boshqalar uchun ham zarar bilan yakunlanishi mumkin. Chunki, u belgilaydigan narx va ishlab chiqarish miqdori boshqa oligopolistlar qo'ygan narx va ishlab chiqarish hajmi bilan bog'liq. Shuning uchun u o'zicha narx ko'tara yoki tushira olmaydi. Boshqalar bilan bir bitimga kelishi uchun antimonopol qonun yo'l qo'ymaydi. Yashirin kelishi ham xatarli. Chunki, raqibi kelishilgani bo'yicha faoliyat yuritishiga tuzilgan ittifoqqa ishonmaydi. Qanday yo'l tutish, nima qilish kerak? Ana shu vaziyat iqtisodiy nazariyada «hibsga olinganlar dilemmasi»<sup>1</sup> deb ataluvchi «nazariy o'yin» yordamida tahlil qilinadi.

Aytilik, ikki hibsga olingan shaxs jinoyat qilishda ayblanayapti. Bu jinoyatni ulardan biri bo'yniga olib, aybni sherigiga yuklasa, uni 3 oy, sherigini 10 yil qamoq jazosiga hukm qilish mumkin. Agar har ikkisi bo'yniga olsa, 5 yildan jazo oladi. Agarda har ikkalasi ham bo'yniga olmasa, ular qo'yib yuboriladi. Ularni kelishish uchun iloji yo'q, chunki turli kameralarda saqlanadi. Har biri qanday qarorga kelishi noma'lum. Albatta, har ikkisi ham ozodlikka chiqishni xohlaydi. Buning uchun nima qilish kerak, aybni bo'yniga olish kerakmi yoki yo'q? Hamma gap ana shunda. Bunda agarda sherigi aybni bo'yniga olsa eng ma'quli ikkinchisi ham aybni bo'yniga olishi kerak. Unda har ikkisi 5 yildan o'tiradi.

Iqtisodiyotda shunday vaziyat uchun teng kuchli ikki xil echim mavjud. Birinchisi Pareto echimi bo'yicha qaror qabul qilish (har ikkisini ham qo'yib yuboriladi). Har ikkisi uchun ham eng ma'qul qarorga kelinadi. Bu bozor qatnashchilarining birontasi boshqalariga zarar etkazmay ahvolini yaxshilay olmaydigan vaziyatga xos.

Ikkinchisi Nesh echimi bo'yicha qaror qabul qilish (har ikkisi ham bo'yniga oladi). U raqiblardan hech qaysisini o'zicha qarorini o'zgartirishi bilan yutug'ini ko'paytira olmaydigan vaziyatga xos.

Shunday qilib, har bir oligopolist o'z strategiyasini raqibini qanday chora qo'llashi mumkinligini hisobga olib ishlab chiqadi va ana shu ikki vaziyatdan kelib chiqib qaror qabul qilishadi.

Shuning uchun Oligopoliya sharoitida narx o'zini ma'lum darajada stabiligi bilan farq qiladi.

Erkin raqobat kurashi va sof monopoliya sharoitida ishlab chiqaruvchilar to'la avtonom bo'lib, ularni birgalikda kelishishlari uchun zaruriyat ham, imkoniyat ham bo'lmagan. Bu zaruriyat monopolistik raqobat sharoitida tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqaruvchilarda ham yo'q.

Oligopoliya sharoitida firmalarda qo'shimcha maqsad — oligopoliya miqyosida yalpi foydani maksimalashtrish maqsadi yuzaga keladi. Chunki, birgalikda, kelishilgan holda ish yuritish tufayli har biri alohida faoliyat ko'rsatganiga qaraganda ko'proq foyda keltiradi. Har bir oligopolis o'zi uchun xatarli ochiq narx raqobatini ham hisobga olgan holda raqobat kurashini nisbatan cheklaydilar.

Oligopoliyalarni o'z mahsulotlari narxini, bozor narxini kelishishlari narxda liderlik nomini olgan. Bu narx raqobatdan voz kechishni ifodalaydi. Uning ma'nosi shuki tarmoqning oligopolist firmalari o'z mahsulotlariga narxni



shakllantirish va uni o'zgartirishda shu tarmoqdagi lider kompaniyaga moslashadilar. Odatda, lider kompaniya shu tarmoqdagi eng yirik firma bo'lib, uning narxlarini o'zgarishi boshqalarga mo'ljal bo'ladi.

Yana shuni eslatish kerakki, lider kompaniya iqtisodiy jihatdan boshqalardan ancha yuqori tursa-da, u faqat o'z so'zini o'tkazish — diktat qilishga asoslanmaydi. U narxni shakllantirishda boshqa unga «ergashadigan» kompaniyalar manfaatlarini ham hisobga oladi. Shu firmalarning xarajatlarini qoplash bilan birga foyda olish, o'z tovarlarini sotish imkonini berishni ham e'tibordan chetda qoldirmaydilar. Masalan, AQSh da avtomobilsozlikda «Jeneral motorz», Shveysariyada oziq-ovqat sanoatida «Nestle» va hokazo. Narx-dagi lider o'z vaqtida talabni o'zgarishiga qarab yoki xarajatlarini o'zgarishiga qarab o'zining narxini o'zgartirishi kerak.

P. Samuelson va Nordxaus oligopolni uch tipini ko'rsatishadi:

1) yashirin oligopoliya; 2) hukmronlikka asoslangan oligopoliya; 3) monopolistik raqobatga asoslangan oligopoliya. (Ekonomicheskie nauki, 1990, 7- son, 114- bet.)

Birinchi holda deb ko'rsatishadi mualliflar, oligopolistlar to'la, har tomonlama kelishib olishlari mumkin. Unda bozor narxi bozorda yagona monopolist hukmronlik qilgan vaziyatdagidek o'rnatiladi.

Ikkinchi holda tarmoqning eng yirik firmasi 60—80% tarmoq mahsulotini ishlab chiqaradi. O'zini qanday tutish shu firmaning o'ziga bog'liq. U qisman mayda firmalarga bozorni bir qismini kechishi mumkin, lekin u bozorda sof monopolist sifatida ish yuritishi mumkin.

Uchinchi holda ko'pgina sotuvchi va oluvchilar bo'lib, har birining bozorga kirishi va bozordan ketishi erkin hamda bir firmaning bozorga kirishi yoki ketishi boshqa firmalar narxiga ta'sir etmaydi. Bu jihati bilan u mukammal raqobatga asoslangan bozorga o'xshaydi. Farqi shundaki, bunda tovarlarni tabaqalashuvi (aynan bir xil emas, nimasi bilandir farq qiluvchi) mavjud bo'lib, har bir sotuvchining tovariga talab pasayib boradi, uni grafikda tasvirlasak pasayib boruvchi egri chiziq tarzida namoyon bo'ladi.

Bunda raqobat kurashida ko'proq reklamadan foydalaniladi.

### MONOPSONIYA SHAROITIDA NARXLARNING SHAKLLANISHI.

Avvalgi tahlilimiz monopoliyalarni narxga ta'sir qilishiga qaratilgan edi. Lekin narx faqat sotuvchilar tomonidan emas, oluvchilar tomonidan ham nazorat qilinishi mumkin. Bunda asosiy rolni monopsoniya o'ynaydi. Agar *monopoliya* «bitta sotuvchi»ni bildirsa, *monopsoniya* bitta xaridor-iste'molchini ifodalaydi.

Monopsoniya sharoitida bozorda bitta iste'molchi mavjud, unga tovarlarini sotmoqchi bo'lganlar ko'pchilikni tashkil qiladi.

Unga o'z mahsulotini taklif qilgan firmalar o'z texnologiyasi imkoniyatlari, qolaversa xarajatlari jihatidan har xil. Monopsonist o'z ehtiyojini qondirar ekan, tovar sotib olish hajmini kengaytirishdan naf olishni o'ylaydi, buning uchun o'z shartini qo'yadi. Ko'rinib turibdiki, oluvchi bitta, sotuvchilar ko'p bo'lsa, raqobat eng avvalo sotuvchilar o'rtasida ketadi. Bunda ulardan har biri o'z tovarini sotish maqsadida narxini pasaytiradi.

Ma'lumki, monopolist narx ustidan hukmronligini o'tkazib, ishlab chiqarish hajmini erkin raqobat sharoitidagi ishlab chiqarish hajmidan past miqdorda ushlab turadi. Monopsonist qancha miqdorda sotib olishi mumkin? Mukammal raqobat darajasidan ko'pmi yoki kam? Bu savolga javob bir xil emas, hammasi tarmoqning taklif shartlari hamda muvofiq ravishda taklif narxlari darajasiga bog'liq. Lekin uni o'rganishdan oldin monopsonist sotib olayotgan tovarini xususiyatlariga taklif shartlari bog'liq bo'ladimi degan savolga javob berishimiz kerak. Chunki, bu savolga javobning ijobiy yoki salbiyligiga ko'p muammolar bog'liq. Tahlil qilib qarab albatta, deb javob beramiz. Sababi monopsonistning shartlari o'zlariga to'g'ri kelmasa boshqa xaridorni faqat uzoq muddat buzilmay, tovar ko'rinishini yo'qotmay va hokazo jihatlari bilan talabga javob beradigan tovar ishlab chiqaruvchilargina izlashlari mumkin. Bunda monopsonist shartiga ilojisiz bo'ysunadigan, tez buziladigan mahsulot egalari bo'ladi. Bu erda, eng avvalo qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilarini ko'rsatish mumkin.

Monopsoniya ko'pincha mehnat bozorlarida o'rnatiladi. Lekin uzoq vaqt buzilmaydigan tovar egalari ham yagona sotib oluvchi o'z shartini o'tkazishi mumkin. Sababi, boshqa sotib oluvchi bo'lmasa, ilojisiz sotuvchilar bu shartga ko'nishga majbur bo'ladi. Masalan, monopsonist «De Birs» olmoslar sotib olishda turli mamlakatlardagi olmos chiqaruvchilarga o'z so'zini o'tkazadi.

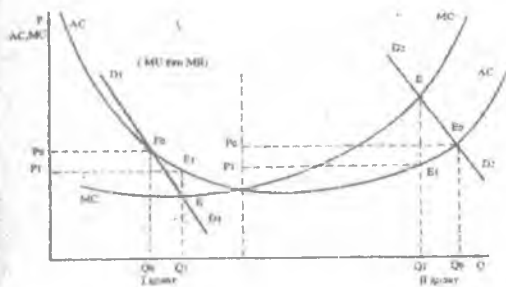
Monopsonist to'zi sotib oladigan tovar hajmini o'zgartirish orqali narxga ta'sir ko'rsatadi. Shuning uchun (monopsonist nuqtai nazaridan) bozorda taklif narxi butun tarmoqning o'rtacha xarajatlari dinamikasini ifodalaydi. Tarmoqning yalpi taklifini shu tarmoqdagi turli firmalarning o'rtacha xarajatlarini ifodalovchi egri chiziq karakterlaydi.

Monopsonist uchun taklif egri chizig'i tarmoqning o'rtacha xarajatlari egri chizig'idir. AS — egri chizig'ining har qanday nuqtasi monopsonistning ma'lum miqdorda tovar sotib olishi uchun taklif etilgan narx darajasiga to'g'ri keladi.

Monopsonist uchun taklif narxi:

a) kamayib boruvchi; v) o'sib boruvchi bo'lishi mumkin.

Mukammal raqobatdan nomukammal raqobatga (xaridor tomonidan) o'tilish bilan taklif egri chizig'i gorizontal holatini o'zgartirib, shakli tarmoqning o'rtacha xarajatlari (AS) egri



chizig'i shaklini oladi.

Birinchii holda monopsonist texnologik darajasi nisbatan yuqori, uning xarajatlari kamayib boruvchi tendentsiyaga ega firmalar bilan ish yuritadi. Ikkinchi holda monopsonist o'rtacha xarajatlari o'sib borayotgan firmalarning mahsulotlarini sotib olishini ifodalaydi.

Shunday qilib, monopsonist sotib olayotgan mahsulotga taklif narxi pasayib boruvchi yoki o'sib boruvchi bo'lishi mumkin. Shunga qarab monopsonistning sotib olish narxi ham o'zgaradi. MS—monopsonistning me'yoriy xarajatlari

(ya'ni, sotib olish narxi), AS — ishlab chiqaruvchilarning o'rtacha xarajatlari (ya'ni, sotish narxi), DD — talab (olingan tovar) miqdori.

Birinchi holda har bir qo'shimcha birlik mahsulotni sotib olish uchun monopsonist olish narxini pasaytiradi, uning mahsulot sotib olish uchun me'yoriy xarajatlari pasayib boradi. Monopsonist tomonidan sotib olinayotgan tovarga to'langan pul, uning xarajatlari hisoblanadi. U holda MS egri chiziq AS egri chizig'iga nisbatan pastroqda joylashadi.

Nima sababdan shunday bo'ladi? Monopsonist tovarlarni sotib olar ekan, ishlab chiqaruvchilar o'rtasida o'z tovarini sotish uchun raqobatdan foydalanib tovarni sotib olishim mumkin, lekin arzonroq deb o'z shartini qo'yadi.

Bunda E nuqta MS (me'yoriy xarajatlar) bilan  $D_1$   $D_1$  monopsonist xaridorning talabi (me'yoriy daromadi MR yoki me'yoriy naf-liligi) kesishgan nuqta. Shu miqdordagi taklif bo'yicha narxni topish uchun taklif egri chizig'i AS (o'rtacha xarajatlar)gacha vertikal o'tkazamiz. AS taklif bilan shu vertikal bo'yicha uchrashgan taklif  $E_1$  nuqta bo'lib, unga  $Q_1$  miqdor va  $R_1$  narx to'g'ri keladi. Bu narx avvalgi  $R_0$  narxdan arzon. Sotib olingan tovar hajmi avvalgisidan ko'p.

$$Q_1 > Q_0; P_1 < P_0$$

Ikkinchi holda monopsonist o'sib boruvchi taklif narxi bilan, ya'ni tovar sotib olish uchun me'yoriy xarajatlarni o'sib borishi bilan to'qnashadi. Bunda ham birinchi holda ko'rganimizdek MS bilan  $D_1D_2$  E nuqtada kesishadi. Lekin bu erda MS (me'yoriy xarajatlar) AS o'rtacha xarajatlardan yuqori, E nuqta bo'yicha AS ga vertikal chiziq o'tkazsak, talab bo'yicha  $E_1$  nuqtani topamiz, u  $Q_0$  miqdorga va  $R_1$  narxga to'g'ri keladi. Bunda  $Q_1 < Q_0$ ;  $P_1 < P_0$ .

Monopsonist xarajatlari yuqori bo'lgan firmalardan tovar sotib olganda, har bir qo'shimcha sotib olingan tovarga oshib borayotgan narx bo'yicha pul to'lashi mumkin, lekin u kam miqdorda sotib olaman degan shart qo'yadi. Natijada tovarga belgilangan  $R_1$  narx mukammal raqobat sharoitida sotish mumkin bo'lgan  $R_0$  narxdan past. Bunga u mukammal raqobat sharoitida sotish mumkin bo'lgan miqdorni kamaytirish orqali erishadi. Xarid hajmini monopsonist o'zining xarajatlaridan kelib chiqib belgilaydi va har ikki holatda ham narxni mukammal raqobat sharoitiga qaraganda past belgilanishiga erishadi.

### 5- §. Foydani maksimallashtirish va narx diskriminatsiyasi.

Mukammal raqobat sharoitida monopolistning narx ustidan hukmronligi talabning elastikligi bilan chambarchas bog'liq. Teng sharoitda xaridorlar talabining elastiklik darajasi qancha qat'iy bo'lsa, monopolist firmaning yuqori narxlar belgilash uchun imkoniyati shuncha yuqori bo'ladi. Bu bilan shunday vaziyat vujudga kelishi mumkinki, monopolist firma va xaridorlar uchun, o'z bozorini ajratishi afzalroq.

Firma bir tovarini turli iste'molchilar guruhiga turli narxlarda sotishi mumkin. Lekin narxlardagi farq bu ishlab chiqarish xarajatlardagi farqdan kelib chiqmagan. Xarajatlar teng, bir xil. Ana shu tarzda sotish amaliyotda narx diskriminatsiyasi deyiladi. Bu erda *diskriminatsiya* so'zi biron-bir kishini

huquqini cheklashni emas, balki bo'linishni, ajratishni ifodalaydi. *Narx diskriminatsiyasi* deb, bir xil tovarni turli iste'molchilar qatlamiga tabaqalashtirilgan holda sotishga aytiladi.

Nima sababdan firma ma'lum hollarda narx diskriminatsiyasidan foydalanadi. Bunda narxni tushirish bilan qo'shimcha xaridorlarni jalb qilish ko'zda tutiladi. Bir tabaqa xaridorlar yuqori narx bilan bu tovarlarni sotib olmaydilar, xizmatlardan foydalanmaydilar. Lekin narxni shunday tushirish kerakki, qolgan yuqori narx bo'yicha sotib olish imkoniyatiga ega xaridorlar yuqori narxda, ayrim paytda narx diskriminatsiyasini amalga oshirguncha bo'lgan darajadan ham yuqori narxda sotib olsin. Nisbatan «arzon» bozorga o'tishmasin.

Firma bozorni ajratib boy, zodagonlar tabaqasi uchun tovarlarga muvozanat narxidan yuqori, kambag'allarga esa past narx bo'yicha sotsa ko'proq foyda oladi.

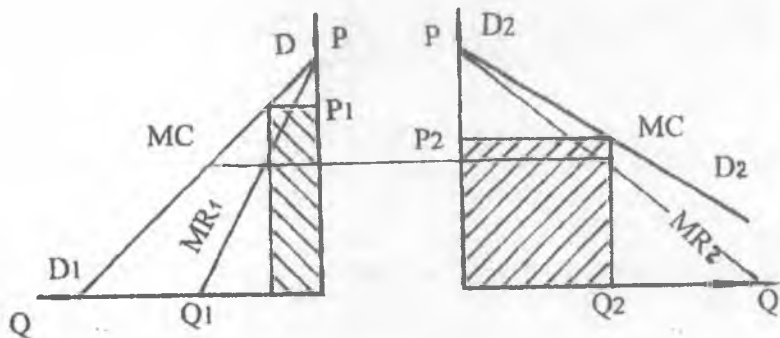
Narx diskriminatsiyasi muammolariga A. Pigu, J. Robinson va boshqalarning ilmiy ishlarida katta ahamiyat berilgan.

J. Robinson yagona bozorning ajratilishi foydali ekanini ta'kidlaydi. Agarda monopolist hamma bozorda yagona narx belgilasa uning qo'shimcha tovar sotishdan olgan me'yoriy daromadi ajratilgan bozorga sotganiga qaraganda kam bo'ladi. Chunki, u turli bozorda shu tovarga talabning elastikligi darajasidan kelib chiqadi. Firma-monopolist ajratgan bozorlardan biri zodagon tabaqalar uchun mo'ljallangan. Bu erda elastiklik darajasi past, narxni ko'tarsa ham ular shu miqdorda sotib olisha beradi. Ikkinchi bozorda elastiklik yuqori, xaridorlar narx tushishiga qarab oladigan tovarlar miqdori ko'payadi.

Narx diskriminatsiyasida eng qiyin muammo bir bozorni («arzon» bozorni «qimmatidan») ikkinchisidan ajratish. Agarda buni bajarilmasa foydani maksimalashtirish g'oyasi realizatsiya qilinmay qoladi. Xaridorlar «arzon» bozordan sotib olib, qimmat bozorda sotishlari mumkin.

Masalan, temir yo'l kompaniyasi ko'mir tashish uchun nisbatan arzon, paxta uchun qimmat tarif belgilashi mumkin. Bunda u ishonadiki paxta toyiga ko'mir deb yozib tashiy olmaydilar. Boshqa misol, muzeyga kirish o'quvchilar uchun ikki barobar arzon. Muzey kassasida chiptani ma'lum hujjat asosida hamda bilet olayotganning ko'rinishiga qarab sotiladi. Agarda «yosh biznesmen» chiptani arzon olib, kattalarga qimmatga sotgan taqdirda kirishda nazoratchi bu chiptani olgan kishini faqat biletiga emas, ko'rinishiga ham qaraydi. Yoki shahar transportida yurish uchun sotiladigan oylik chiptalarni ko'rsatish mumkin.

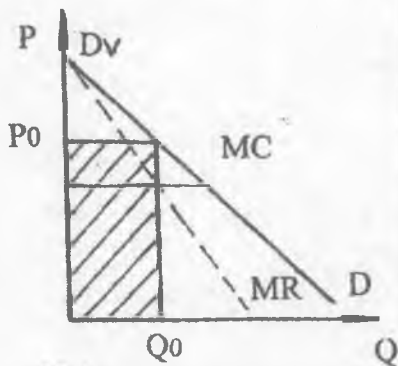
Shunday qilib, firma-monopolist o'z bozorini turli iste'molchilar bozorini elastiklik darajasiga qarab mohirlik bilan ajratishni bilishi kerak. Bunda «arzon» bozor bilan «qimmat» bozorni to'g'ri ajratish muhim o'rin tutadi. Uni chizmada tasvirlasak quyidagicha bo'ladi.



a va b chizma bir-biriga «orqasiga o'girib» turgan tarzda tasvirlangan. Maqsad ularni bog'liqligini ko'rsatish. MS chizig'i narxlarni darajasidan qat'i nazar xarajatlar tengligini ko'rsatadi. Monopoliya tomonidan tovarlarga narx me'yoriy daromad (MR) bilan me'yoriy xarajat (MS) kesishgan nuqta darajasida belgilanadi, narx diskriminatsiyasini amalga oshirar ekan monopoliya turlicha narx ( $R_1$  va  $R_2$ ) belgilaydi.

a chizmada tasvirlanganidek, firma elastik darajasi past bozorda  $R_1$  darajasida narx belgilab,  $Q_1$  miqdorida tovar sotadi. Bu qimmat bozor, firmaning yalpi daromadi shtrixlangan maydonga teng.

Ikkinchi b holatda firma talab elastikligi yuqori bozor uchun nisbatan past  $R_2$  darajada narx belgilab  $Q_2$  miqdorida tovar sotadi. Bu arzon bozor. Firmaning bu bozordan olgan yalpi daromadi shtrixlangan ikkinchi to'rtburchakka teng. Firmaning umumiy yalpi daromadi har ikki yalpi daromad yig'indisiga teng. Bozorni ajratilishi natijasida olingan daromad ajratilmagandagiga qaraganda ko'p ekanligi ko'rinib turibdi.



v) «Ajratilmagan bozor»

Chizma v)

Uchinchi v chizmada ana shu ajratilmagan bozorda  $R_0$  darajasida narx belgilab  $Q_0$  miqdorida tovar sotilgani ko'rsatilgan. Bu bozorda olingan yalpi daromad, ya'ni shtrixlangan maydon ajratilgan bozordagi har ikki bozorda olingan yalpi daromaddan kamligi ko'rinib turibdi.

Shuning uchun, rivojlangan mamlakatlarda bu masalaga alohida e'tibor beriladi. Hatto supermarketlar ham alohida tabaqalashgan tarzda xizmat

ko'rsatadiki, «qimmat bozor»ga nufuzi baland zodagonlargina tashrif buyurib, ular «arzon bozor» xizmatidan foydalanishga «or qiladilar».

### Xulosa

\*Inson o'z manfaatini o'ylaydigan, himoya qiladigan qilib yaratilgan ekan, pul vujudga kelishi bilan uning manfaatlari narx bilan chambarchas bog'liq bo'ladi. Shuning uchun ham har birimiz eng ko'p qiziqtiradigan narsa narx.

\*Narx bir tomondan, nozik, moslashuvchan vosita bo'lsa, ikkinchi tomondan iqtisodiyotni boshqarishni, bozor mexanizmining qudratli quroli. U bozor aloqalarining asosiy vositasi sifatida qator funktsiya va vazifalarni bajaradi.

\*Narx turli xilma-xil. Odatda u sotuvchi bilan xaridor o'rtasidagi bitimga ko'ra belgilanadi. Narxlarga turli jihatdan yondashib guruhlariga ajratish mumkin.

\* Narxlar tashkil topishiga ko'ra xarajatlar mexanizmi va bozor mexanizmiga bo'linadi. Narxlar shakllanishining xarajatlar mexanizmi firmalarning o'z mahsulotlarini narxini belgilash bo'lib, unga ko'ra firmalar tovar ishlab chiqarish va sotish uchun qilgan xarajatlarini qoplash va ma'lum miqdorda foyda olishni ko'zlagan xolda belgilaydilar.

\*Narxlar bozor mexanizmi orqali talab va taklif nisbati, raqobat asosida shakllanadi. Bunda erkin bozor, cheklangan raqobatli bozor, oligopolistik, sof monopolistik, va monopsoniya sharoitida narxlarni shakllanishi farqlanadi.

\* Erkin raqobatli bozorda talab va taklif, ularning nisbati asosida yuzaga chiqadi. Chunki sotuvchi va xaridorlar cheklanmagan. O'lar narxga o'z ta'sirini o'tkaza olmaydi.

\*Monopolistik bozorda narx me'yoriy daromad bilan me'yoriy xarajatga teng miqdorda o'rnatiladi. Bu darajaga o'rtacha xarajatlarni minimal darajasiga etmay erishiladi. Natijada monopoliyalar narxni tushirib, foydani kamaytirishni istamagani uchun ana shu darajada, ya'ni kamroq nisbatan cheklangan miqdorda tovar taklif qiladi, boshqacha aytganda sun'iy taqchillik yaratadi.

\*Oligopolistik bozorda narx nisbatan barqaror o'rnatiladi. Sababi oligopoliyalar bozorga nihoyatda katta hajmda tovar va xizmatlar tashlaydi. Ularning iqtisodiy baquvvatligi ham bir-biriga yaqinligi ularni nihoyatda narx bo'yicha ehtiyotkorlikka undaydi. Shuning uchun ham ular asosan narxdan foydalanmay raqobat kurashi olib boradi.

\*Monopsoniya sharoitida xaridor bitta, sotuvchilar ko'pligi tufayli monopsoniyada vaziyatga ko'ra taklif narxi kamayib boruvchi yoki o'sib boruvchi bo'lishi mumkin. Birinchi vaziyat bo'lsa, monopsonist qshimcha tovar sotib olish uchun narxni pasaytiradi, ikkinchisida oladigan mahsulotini miqdorini kamaytiradi.

\*Biroq bulardan qat'iy nazar narxlarni chegarasi mavjud. Quyi chegarasi xarajatlarni qoplash bo'lsa, yuqori chegara xarid qobiliyati, ya'ni aholi daromadlari darajasi.

\* Firmalar uchun narx belgilash o'ta muhim. Shuning uchun ular foydani ko'proq olish maqsadida narxlarni moslashuvchan bo'lishiga, xaridorlarni qurbiga qarab tabaqalashtirishga harakat qiladilar. Tabaqalashtirish mezonini turlicha bo'lishi mumkin. Turli mezonlarga ko'ra tabaqalashtirishni narx diskriminatsiyasi deb yuritiladi.

## ASOSIY TAYANCH TUSHUNCHALAR

1. Narx.
2. Narx mexanizmi.
3. Xarajatlar mexanizmi.
4. Gerfindal indeksi.
5. Narx tashkil bo'lishining bozor mexanizmi.
6. Narx turlari.
7. Lerner indeksi.
8. Narx bo'yicha lider.
9. Narx urushi.
10. Yashirin kelishish.

- a) narx va narxlarni tashkil qilish, ya'ni tovar, xizmatlarga to'lanadigan pul miqdorini belgilanishini aniqlanishining qoidalari, usullarini o'z ichiga oladi;
- b) bozorda firmaning ulushini baholash imkonini beruvchi indeks;
- v) tovarlar va xizmatlarning nafliligini baholash vositasi bo'lib, unga to'lanadigan pul miqdorini ifodalaydi;
- g) ishlab chiqarish (sotish) uchun qilingan xarajatlarni qoplash va ma'lum miqdorda foyda olishni ta'minlaydigan tarzda narx belgilash;
- d) bozor va uning aniq shaklidan qat'iy nazar talab va taklifning nisbati va raqobat asosida ya'ni bozordagi vaziyatga ko'ra narxning shakllanishi;
- e) monopoliya hukmronligi darajasini ko'rsatuvchi iqtisodiy ko'rsatkich;
- yo) raqobatdosh firmalarning oligopolistik bozorda bosqichma-bosqich, sekinlik bilan narxni pasaytirishi;
- j) bozor iqtisodiyoti sharoitida bir-birini taqozo etuvchi turli maqsadlarda qo'llanuvchi, turli funktsiya va vazifalarni bajaruvchi narxlar majmuiga turli jihatdan yondoshib, guruhlariga bo'linishi;
- z) qachonki firmalar ochiq bitim tuzmay, yashirin narx va mahsulot ishlab chiqarish hajmi bo'yicha til birlashtirish vaziyati;
- i) oligopolistik bozordagi etakchi firma, kaysiki uning narxni ko'tarishi yoki tushirishiga qarab, boshqalar unga ergashadi.

### Takrorlash va munozara uchun savollar

1. Narx tashkil topishining, xarajatlar va bozor mexanizmining farqi nimada?
2. Narx qanday funktsiyalarni bajaradi?
3. Qanday narxlarni bilasiz?
4. Monopoliya sharoitida narxning tashkil topishi qanday yuz beradi?
5. Gerfindal indeksi nimani ko'rsatadi?
6. Monopsoniya sharoitida narxning shakllanishini tushuntirib bering.
7. Narx diskriminatsiyasi nima?

### Masala va mashqlar.

1. Bozorda ikkita Appolon va Mushtariy firmalari mahsulotning asosiy qismini ishlab chiqarishadi. Mahsulotga narx belgilashga ko'ra mumkin bo'lgan natijalar matritsasi quyidagicha:

<u>«Mushtariy» firmasi</u>		Oligopoliyalarning baho strategiyalari natijalari
<u>yuqori baho</u>	<u>past baho</u>	

«Appolon» firmasi	yukori baho	5000	5000
	past baho	5000	2500
		9000	2500

Siz aytaylik A firma uchun qaror qabul qilishingiz kerak:

- sizni ustun darajadagi qaroringiz kanday bo'lardi?
- har ikki firma uchun qaysi bir qaror ma'qul?
- aytaylik, har ikki firma yuqori narx belgilash uchun «jentelmenlik» bitimi tuzdi. Bunday bitimga ishonish mumkinmi? Raqiblar olgan majburiyat bajarilishi uchun nima qilishi kerak?

2. Quyida firmalar o'rtasida qabul qilgan qaroriga muvofiq to'lov matritsasi berilgan:

Firmalar qarori bo'yicha to'lov matritsasi

	«Kunduz» firmasi narxni 1000 so'mga tushiradi		«Kunduz» firmasi narxni 1000 so'mga tushirmaydi	
«Yulduz» firmasi narxni 1000 so'mga tushiradi	- 5000	- 5000	- 10000	+ 15000
«Yulduz» firmasi narxni 1000 so'mga tushirmaydi	+ 15000	- 10000		

Unda har bir firmaning foydasi qabul qilgan qaroriga qarab o'zgarishi ko'rsatilgan. Agar «Kunduz» firmasi mahsulotining bahosini o'zgartirmasa, «Yulduz» firmasi esa 1000 so'mga tushirsa, u holda «Kunduz»ning foydasi 10000 so'mga kamayadi. «Yulduz»ning foydasi 15000 so'mga ko'payadi. Agar ikkalasi ham bozorni egallash maqsadida bir-biriga baho urushi qilib, narxni tushirsa 5000 so'mdan zarar ko'rishadi.

Bo'sh kataklarni to'ldiring. Sizingcha eng ma'quli firmalarning qanday qarorga kelishi bo'ladi. Pareto echimi va Nesh echimi qanday qaror qabul qilish bo'ladi?

3. Firma monopolist mahsulot umumiy xarajatlar ishlab chikaradi. Uning umumiy xarajatlari  $TS=10+18Q$ , Bu erda  $Q$  – mahsulot hajmi.

Bahoga nisbatan talab elastikligi  $E=7$ ga teng bo'lganda firma o'z mahsulotiga qanday baho belgilashi mumkin?



4. Firma NODIR tovarini ishlab chiqaradi. Yalpi daromad(tushum) TR, me'yoriy daromad MR, me'yoriy xarajatlar MS quyidagi bog'liq ko'rsatkichlarda ifodalangan:

TR=2600Q-7Q<sup>2</sup>;

MR=350-13Q;

MC=35-2Q;

Q- NODIR tovarini ishlab chiqarish hajmi.

Shchu tovarni qancha miqdorda ishlab chiqarish va qancha miqdorda sotish mumkin? Agar:

- a) firma monopoliya sharoitida faoliyat yuritsa;
- b) firma erkin raqobat sharoitida faoliyat yuritsa;

5. Hozirgi paytda «Katerpillar» firmasi dunyoda o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulotlar turi bo'yicha ulushi 75%ga teng. Firma «Katerpillar» traktorini 24 ming dollarga baholaydi. Raqobatdosh firmaning huddi shunday traktori 20 ming dollar turadi. Potensial xaridor dilerdan nima sababdan u traktor uchun 4 ming dollar ortiqcha to'lashi kerakligini so'raganda, u shunday javob beradi:

- 20 ming dollar traktorning bahosi, raqib firmaning huddi shunday traktori narxi bilan teng. 3 ming dollar - traktorning yuqori darajada ishonchligi uchun mukofotli ustama; 2 ming dollar - yuqori darajada servis xizmatlari uchun mukofotli ustama; 1 ming dollar - detallari va ehtiyot, butlovchi kismlariga nisbatan uzoqroq muddatga kafolat qiymati. Ana endi bundan kelib chiqib traktorning bahosini hisoblang deydi. Xaridor xayron bo'ladi, oxir oqibat traktorni sotib olishga qaror qiladi.

Xaridor nimaga hayron bo'ladi va nima sababdan u qimmat bo'lsa ham traktorni sotib oladi?

6. Agar iqtisodiy adabiyotlarini o'qisak narxlar o'sishi bilan sotishga borgan sari ko'prok tovarlar chiqadi. Unda nima sababdan 1992 yilga kelib narxlarni erkinlashtirilishi natijasida ularni ortishiga qaramay tovarlar ko'payib ketmadi. Bunga sabab nima?

Boshqa sharoitlar o'zgarmagani xolda narxni o'sishi taklifni ortishiga olib kelishi ya'ni taklif qonuni o'sha paytda amal qilmaganmi?

7. 1985 yil Jahon bozorida 1 tonna bug'doy 185 dollar edi. AQSh 1 mln tonna bug'doyni Misrga 155 dollardan sotib, Misr bozorlarini egalladi. Ilgari bu erda Evropa iqtisodiy uyushmasi EES hukmronlik qilar edi. AQSh bunday savdodan qancha zarar ko'rди? Bu qanday siyosat? U qanday maqsadda qo'llaniladi?

8. Quyidagi jadval ma'lumotlariga e'tibor bering.

	2000 y.	2001 y.	2002 y.	2003 y.
Liverpul birjasida paxta tolasining o'rtacha narxi t/dollar	1389	1058	1014	1410
Dollarning so'mga nisbatan o'rtacha kursi	140	272	506	975
Paxta tolasining o'rtacha narxi t/so'm	194460	287776	513084	1374750
Paxta xom ashyosining o'rtacha sotish bahosi (davlat xarid narxlari) t/so'm	56000	86000	137000	209000
Paxta tolasining (paxta xom ashyosidan 30% tola chiqishni hisobga olgan holda) davlat xarid narxlari bo'yicha bahosi t/so'm	184800	283000	452100	698700

Jahon narxlaridan farqi	t/so'm	9660	4000	60484	685050
-------------------------	--------	------	------	-------	--------

Jadval, muallif tomonidan qishloq va suv xo'jaligi vazirligi, birja ma'lumotlari asosida abstraksiya usulini qo'llab hisoblangan.

Jadvalda qaysi narxlar jahon narxlari, qaysi birlari davlat xarid narxlari, milliy narxlar ko'rsating. Paxta tolasiga jahon narxlaridan paxta xom ashyosi(30% tola olinadi desak) xarid narxlari farqini, 2000 yilga nisbatan narxlar qanday o'zgariganini hisoblang. Narxlar haqida o'z fikringizni bayon qiling.

9. «Sof» monopolist o'z tovari narxini cheksiz oshirishi mumkin, chunki u tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi. Uning tovariga talab mutloq noelastik, uning egri chizig'i vertikal shaklda. Siz bu fikrga qo'shilasizmi?

10. Narx diskriminatsiyasini amalga oshirish mumkinmi?

a) «Motorola» marketda olma sotishda;

b) Iqtisodiyot nazariyasi o'quv qo'llanmasini yuqori va pastki kurs talabalariga sotishda;

v) Ayollarning bir xil sifatli ko'ylagini supermarketda va «Ippodrom» bozorida sotish.

### T/N.

1. Sotuvchilar: o'z tovarlarini bozorda alohida guruhlarga bo'lib sotishni yaxshi ko'rishadi. Masalan, kartoshka sotayotgan sotuvchi ularni, yirik, o'rtacha, kichik guruhlarga bo'lib, muvofiq ravishda xar xil narxlar: yirik, silliq kartoshkalarning kilogramiga 150 so'm, o'rtachalariga 120 so'm, maydalariga 90 sum narx belgilashadi. Buni narx diskriminatsiyasiga misol qilib ko'rsatsa bo'ladi.

2. Agar tovarning bozor bahosi doimiy ekan, u holda mahsulot ishlab chiqarish hajmini ortishi firmaning foydasi miqdoriga ta'sir qilmaydi.

3. Agar mahsulot narxi o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlardan past bo'lsa, firma ishlab chiqarishni nolga qadar qisqartirish orqali foydasini maksimallashtiradi.

3. Raqobatlashuvchi firma uchun mahsulot bahosi me'yoriy daromadga teng.

4. Har qanday narx diskriminatsiyasi noqonuniy.

5. Jamiyatning tabiiy monopoliyalar hukmronligidan sof yo'qotishlar barham topadi, qachonki tartibga solinuvchi baho ma'lum talab darajasida o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlariga teng qilib belgilansa.

6. Marshallning fikricha oldi-sotdi qilgunga qadar tovarning go'yoki ikki narxi mavjud bo'ladi.

7. Oligopoliya sharoitida raqobat ustun darajada narxdan foydalanmay (narxsiz) olib boriladi.

8. Yakka monopolist ham o'zi hohlagancha tovariga narx qo'ya olmaydi.

9. Oligopoliya sharoitida raqobat asosan narx yordamida olib boriladi.

10. Monopsonist uchun taklif narxi ikki xil: a) kamayib boruvchi, b) o'sib boruvchi bo'lishi mumkin.

11. Xarajatlarda uncha ko'p bo'lmagan yoki o'rtacha o'zgarishlarda nima sababdan oligopolistik bahoni va ishlab chiqarish hajmini. o'zgartirmaslik zarurligini «siniq» egri chizig'i modeli tushuntirib beradi.

### Testlar

1. Qisqa muddatli davrda foydasini maksimallashtirish yoki zararni minimallashtiruvchi raqobatlashuvchi firma ishlab chiqarishni to'xtatadi, agar:

a) mahsulot bahosi minimal o'rtacha xarajatlardan past bo'lsa;

- b) o'rtacha doimiy xarajatlar mahsulot bahosidan yuqori bo'lsa;  
 v) mahsulot bahosi o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar minimumidan past bo'lsa;  
 g) mahsulot bahosi me'yoriy xarajatlardan past bo'lsa  
 d) yalpi tushum firmaning umumiy xarajatlarini qoplamaydi.
2. Agar mahsulot bahosi uni ishlab chiqarish uchun o'rtacha xarajatlarni qoplay olmasa, u holda firma:  
 a) ishlab chiqarishni iloji boricha tezda to'xtatishi kerak  
 b) tovar ishlab chiqarishni davom ettirish kerak, qachonki  $R=MS$ , agar  $R>AVC$  darajasida bo'lsa;  
 v) yangi texnologiya tanlab joriy qilishi kerak;  
 g) bilvosita xarajatlarni qisqartirishi kerak;  
 d) baho doimiy xarajatlarni barchasini qoplar ekan, ishlab chiqarishni davom ettirish kerak.
3. Narx diskriminatsiyasi bu ...  
 a) bir mahsulotni turli xaridorlarga har xil bahoda sotish;  
 b) millati yoki jinsiga qarab mehnat xaqi to'lashdagi farq;  
 v) iste'mol tovarlariga baland narx belgilash orqali mehnatkashlarni ekspluatatsiya qilish;  
 g) sifati yuqori bo'lgan tovarga yuqoriroq narx o'rnatilishi;  
 d) tovarlarni sifatiga ko'ra guruhlariga ajratib turlicha narx belgilash.
4. Monopolistda me'yoriy xarajatlar odatda mahsulot bahosidan past bo'ladi, sababi:  
 a) narx me'yoriy daromaddan past;  
 b) narx me'yoriy daromaddan yuqori;  
 v) me'yoriy xarajatlar o'rtacha xarajatlardan past;  
 g) me'yoriy xarajatlar o'rtacha xarajatlardan yuqori;  
 d) o'rtacha xarajatlar me'yoriy xarajatlardan yuqori.
5. Quyida sanab o'tilgan mahsulotlardan qaysi biri hech qachon kartel bitimi doirasida ishlab chiqarilmagan?  
 a) neft; b) banan; v) shakar; g) bug'doy; d) kofe.
6. Nomukammal raqobat sharoitida qachon maksimal foyda olish mumkin?  
 a)  $MR=AS$ ;  
 b)  $MS=TS$ ;  
 v)  $TS=R$ ;  
 g)  $MS=R$ ;  
 d)  $MS=MR$ .
7. Mukammal raqobat sharoitida firmalar xohlagancha bozorda tovar sotishi mumkin, ular:  
 a) tovar narxini sotilgan miqdorga qarab ko'taradi;  
 b) tovar narxini pasaytiradi;  
 v) narxga ta'sir o'tkaza olmaydi;  
 g) narxga uzoq muddatli davrda ta'sir ko'rsata oladi;  
 d) taklif egri chizig'i vertikal bo'ladi.
8. O'zbekistonda narxlarni erkinlashtirish...  
 a) uch boskichda: (1992 yil boshidan, 1993 yil, 1994 yil oktyabr-noyabr);

- b) ikki bosqichda (1992-1993, 1993-1994 yillarda);
- v) turt bosqichda (1992-1993, 1993-1994, 1994-1995);
- g) besh bosqichda (1991-1992, 1992-1993, 1993-1994, 1994-1995);
- d) ikki bosqichda (1992-1995, 1995 dan hozirgacha) amalga oshirildi.

**Tarqatma materiallardan namunalari**



Bo'sh katakni to'ldiring. Narxni funksiyalarini izohlab bering. Narx sanab o'tilgan funksiyalardan tashqari qanday vazifalarni bajaradi? Ko'rsating.

**2-tarqatma material**

Birgalikda jinoyat sodir qilgan ikki hibsga olinganlar quyidagi to'rt variantdan birini tanlashdan boshqa iloji yo'q.

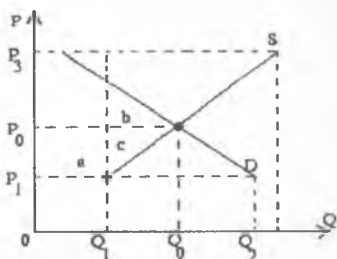
**«Xibsga olinganlar» dilemmasi matritsasi**

	2-si bo'yniga olmaydi		2-si bo'yniga oladi	
	1-variant		2-variant	
1-si bo'yniga olmaydi	Birinchisi qattiq jazodan qutiladi	Ikkinchisi qattiq jazodan qutiladi	1-si umrbod qamoq jazosi oladi	Ikkinchisi qo'yib yuboriladi
1-si bo'yniga oladi	3-variant		4-variant	
	Birinchisi qo'yib yuboriladi (ozodlikka chiqadi)	Ikkinchisi umrbod qamoq jazosi oladi	Birinchisi uzoq muddatli qamoq jazosi oladi	Ikkinchisi uzoq muddatli qamoq jazosi oladi

Bu holatda eng ehtimolligi yuqori variant 4-si – ikkala jinoyatchi ham uzoq muddatli qamoq jazosi oladi. Bu ularni egoistik motividan kelib chiqadi. Lekin har ikkisi uchun 1-variant eng manfaatiga mos keladi.

Firmalar oligopolistik raqobat sharoitida ana shu dilemmada ko'rsatilgan holatga juda ko'p marta duch kelishadi. Ular bozorni katta qismini egallash uchun raqobatga raqiblari bilan agressiv kurashishlari kerakmi yoki aksincha, hamkorlik qilib raqobatlashish, hatto yashirin kelishish orqali, masalan narxni oshirish kerakmi yoki yo'q.

Davlat baho ustidan nazorat o'rnatma



Aytaylik davlat narxni muvozanat narxi  $R_0$  dan past  $R_1$  darajasida belgilasin, u holda takchilik vujudga keladi ( $Q_2 - Q_1$ ). Sababi narxni tushirilishi natijasida talab ortadi, lekin ishlab chiqaruvchilar mahsulot hajmini qisqartirishadi.

Bunday davlatning narx siyosatidan iste'molchilar haddan tashqari yuqori baho, aytaylik  $R_3$  darajasida belgilasachi?

Javoblar:

Asosiy tayanch tushunchalar:

1v); 2a); 3g); 4b); 5d); 6j); 7e); 8i); 9yo); 10z);

Masala va mashqlar:

1. a) "Appolon" uchun past narxni ushlab turish ma'qul, chunki u holda 9 mln so'm foyda olish mumkin. Lekin bunda aniq ishonch bo'lishi kerakki, "Mushtariy" firmasi narxni tushirmaydi.

b) har ikki firma uchun yuqori maksimal foyda olish uchun eng yuqori baho belgilash zarur. U holda 5 mln dan foyda olishadi.

v) raqiblar o'rtasida bitimni buzish xavfi kuchli, chunki olinadigan foyda yuqori. Shuning uchun mumkin bo'lgan oqibatlarni ko'rsatib maxsus shartnoma tuzish;

2. J.: agar har ikki firma ham narxni tushirish yo'lidan borsa, ularni foydasi kamayib ketadi. Agar biri narxni tushirib, ikkinchisi tushirmasa u holda birini foydasi 10000 so'mga kamayib, ikkinchisini 15000 so'mga ko'payadi. Demak, bunda «Kunduz»ning narxni tushirishi yoki ko'tarishiga javoban «Yulduz» ham bir qarorga kelish kerak.

Bu vaziyatda eng ma'quli har ikki firma xam narxni aslich qoldirishi. Bu ularning foydasini o'zgartirmaydi, lekin har bir firma alohida narxni tushirib, oladigan foydasini kamayishini oldini oladi. Bu echim Pareto echimi bo'ladi.

Agar bir firma narxni tushirsa, ikkinchisi tushirmasa bozordan ayrilib qolish mumkin yoki aksincha bir firma narxni ko'tarsa, ikkinchisi ko'tarmasa foydasi kamayib, ahvoli tanglashishi mumkin. Shuning uchun hech qaysi firma o'zicha harakat qila olmaydi, chunki ikkinchi firma «qo'l qovushtirib» o'tirmaydi, muvofiq ravishda qaror qabul qiladi. Nesh echimi bo'yicha masalamizda «Kunduz» narxni tushirsa «Yulduz» ham tushirishi, aksincha ko'tarsa, ko'targani ma'qul.

3. Masalani echish Lerner ko'rsatkichi:

$$M = (R_m - MS) / R_m = 1/ed, \text{ undan } R_m = MS \cdot [ed / (ed - 1)];$$

$$MS = (TC)' = (10 + 18Q) = 18;$$

$$R_m = 18 \cdot [7 / (7 - 1)] = 21.$$

4. J.: a) monopoliya sharoitida monopolist maksimum foyda  $MR=MS$  nuqtasida  $350-13Q=35+2Q$ ;

$15Q=315:Q=21$  dona;

$TR=QR=Q(2600-7Q)$ ;  $R=2600-7Q$ ;

$R_m=2600-7 \times 21=2459$ so'm.

b) erkin raqobat sharoitida:

$R=MS$  yoki  $2600-7=35+2Q$ ;  $Q=285$  dona;

$R_{on}=605$ so'm.

5. Xaridor hisoblasa traktorning narxi 28 ming dollar. Ular 4 ming dollar skidkani to'lash emas, o'zlari 4 ming dollar skidka olishayapti ekan.

Xaridor ishonadiki traktorni ekspluatatsiya xarajatlari past bo'lib, uzoq muddat yaxshi xizmat qiladi. Bu erda narx tovarning xaridor his qiladigan qadr-qimmatini asosida belgilanayapti.

6. Qonun amal qilgan, lekin taklif shu muddat uchun noelastik bo'lib, talab bilan narx orqali muvozanatga keltirilgan.

7. 30 mln dollar zarar ko'rgan. 185 dollar - jahon bozorida narxlar, AQSh sotgan 155 dollar esa demping narxlari. U bozorni egallash maqsadida qo'llaniladi.

8. 2000y 2001y 2000y 2003y narxlar farqi, so'm;

9660	4000	60484	685050
------	------	-------	--------

Paxta tolasining o'rtacha xarid narxi 2000-2003 yillar davomida muvofiq ravishda ko'yidagicha o'zgargan, %da: 100, 147, 264, 706;

Paxta xom ashyosining o'rtacha sotish bahosi, %da 100, 153, 244, 378;

9. Real hayotda mutlok noelastik talab bilan juda xam kam uchraladi. Sof monopolist o'zining narx siyosatida monopolist cheklangan. Bu eng avvalo aholining to'lov qobiliyati va ularni shu tovarni o'rniga boshqa tovarni olishlari mumkinligi bilan cheklangan.

10. Narx diskriminatsiyasini amalga oshirish mumkin - «v» vaziyatda.

T/N.

1N; 2N; 3T; 4N; 5N; 6T; 7T; 8T; 9N; 10T; 11T;

Testlar

1v); 2b); 3a); 4b); 5g); 6d); 7v); 8a);

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Karimov I. A. O'zbekiston: milliy istiqloq, iqtisod, siyosat, mafkura. 1-tom, Toshkent, «O'zbekiston», 1996.
2. Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlari. O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashi XIII sessiyasida so'zlangan nutq, Toshkent, O'zbekiston, 2- tom, 1995
3. Karimov I. A. O'zbekistonning siyosiy-ijtimoiy va iqtisodiy istiqbolining asosiy tamoyillari. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining birinchi sessiyasidagi ma'ruza. T.: O'zbekiston, 3- tom, 1995
4. Karimov I. A. O'zbekiston: iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T.: O'zbekiston, 3- tom, 1995
5. Karimov I. A. Mulkdorlar sinfini shakllantirish islohotlarning bosh mezonini. T.: O'zbekiston, 5- tom, 1997
6. Karimov I. A. O'zbekiston XXI asr bo'sag'asida. Xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. T.: O'zbekiston, 6- tom, 1997.
7. Karimov I. A. Iqtisodiyot va ma'naviyat ajralmasdir. T.: O'zbekiston 6- tom, 1997.
8. Karimov I. A. Iqtisodiyot va ma'naviyat ajralmasdir T.: O'zbekiston 6- tom, 1997.
9. Karimov I. A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. T.: O'zbekiston, 1999.
10. Karimov I.A. Ozod va obod Vatan, erkin va farovon hayot – pirovard maqsadimiz. T.: O'zbekiston, 8-tom, 2000
11. Karimov I.A. Vatan ravnaqi uchun har birimiz mas'ulmiz. Toshkent, O'zbekiston, 9-tom, 2001
12. Karimov I.A. Islohotlar strategiyasi – mamlakatimiz iqtisodiy salohiyatini yuksaltirishdir. // Xalq so'zi, 20-fevral 2003 y.
13. Karimov I.A. Yangi hayotni eskicha qarash va yondashuvlar Bilan qurib bo'lmaydi. // O'zbekiston ovozi, 17-fevral, 2005y.
14. Karimov I. A. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: O'zbekiston, 2005
15. Abdullaev Yo. Bozor iqtisodiyoti asoslari: 100 savol va javob, T.: Mehnat, 1997
16. Bartenev S. A. Ekonomicheskie teorii i shkoli. M.: «Bek», 1996.
17. Bartenev S. A. Istoriya ekonomicheskix ucheniy v voprosax i otvetax, M.: Yurist, 2002
18. Bernulli D. Opit novoy teorii izmereniya jrebiy. V knige «Teoriya potrebitelskogo povedeniya i sprosa». Sankt-Peterburg, 1993
19. Biznes. Oksfordskiy tolkoviy slovar. Anglo-russkiy. M.: Progress-Akademiya, 1995.
20. Bukina M. K., Semyonov V. A. Makroekonomika, M.: 1996.
21. Borisov E. F. Ekonomicheskaya teoriya. Kurs lektsiy dlya studentov visshix uchebnix zavedeniy. M.: 1996.
22. Vvedenie v rinochnuyu ekonomiku. Pod redaktsiey A. Ya. Livshitsa, I. N. Nikulinoy. M.: Visshaya shkola, 1994.
23. Denison E. Issledovanie razlichiy v tempax ekonomicheskogo rosta. Moskva, 1971.
24. Galperin V. M. i dr. Mikroekonomika. V 2-x t., Obshchaya relaktsiya Galperin V. M. Sankt-Peterburg, 2000.

23. Gukasyan. Ekonomicheskaya teoriya: klyuchevye voprosi. M.: Infra — M., 2000.
24. Iqtisodiyot nazariyasi (Noiqtisodiy fakultetlar uchun ma'ruza matnlari), T.: Universitet, 1998.
25. Kazakov A. P., Minaeva N. V. Ekonomika (Mikro, makro- i prikladnaya ekonomika), M.: 1996.
26. Keyns. J. M. Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg. M.; Ekonomika, 1993.
27. Kurs ekonomiki. Pod red. Rayzberga B. A. M.: Infra-M, 1997.
28. Kurs ekonomicheskoy teorii. Pod obshchey redaktsiyey Chepurina M. A., Kiselevoy E. A. Kirov, «ASA», 1995.
29. Kurs ekonomicheskoy teorii. Izd. 4-oe. Pod obshch. red. Chepurina M. A., Kiselevoy E. A. Kirov, «ASA», 1999.
30. Makconnell K. R., Bryu S. L. Ekonomiks, 13-e izdanie, M.: Infra—M, 1999.
31. Makroekonomicheskie problemi perexodnogo perioda v Uzbekistane (problemnie issledovaniya v ekonomike)», Tashkent, 1998.
32. Materiali mejdunarodnoy konferentsii: Ustoychivoe ekonomicheskoe razvitie i upravlenie regionalnimi resursami» 3-5 oktyabrya 2001g., Tashkent - Nottingem - 2001
33. «Ma'naviyat, ilmu-fan va iqtisodiy bilim yoshlar tarbiyasiga xizmat qilsin» mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferentsiyasi materiallari. 2004 yil 25 noyabr, Toshkent, 2004
34. Menkyu N. G. Makroekonomika. Per. s angl. M.: Izd-vo MGU.
35. «Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta'minlash muammolari va istiqbollari» mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy konferentsiyasi materiallari, 18 mart, 2003 yil, Toshkent, 2003.
36. Obshchaya ekonomicheskaya teoriya. Pod obshch. red. Vidyapina V. N., Juravlevoy G. P. Moskva, «Promo-Media», 1995.
37. Osnovi ekonomicheskoy teorii. Pod red. Kamaeva V. D., M.: Izd-vo MGTU im. N. E. Baumana, 1996.
38. Osnovi ekonomicheskoy teorii. Politekonomiya. Pod red. zaslujennoy deyatelya nauki, d. e. n., prof. Moskvina D. D. Moskva, URSS, 2003.
39. Pezenti A. Ocherki politicheskoy ekonomii kapitalizma. M.: 1976.
40. Pol Xeyne. Ekonomicheskii obraz mishleniya. Per. s angl. Moskva, Novosti, 1991.
41. Robinson Dj. Ekonomicheskaya teoriya nesovershennoy konkurentsii. Moskva, 1986.
42. Samuelson P. Ekonomika. V 2-x t. Per. s angl. Moskva, Algon, 1992.
43. Samuelson P., Nordxaus V. Ekonomika. Per. s angl. Moskva, 1999.
44. Sidenko A. V.i drugie. Statistika, uchebnik, M.: «Delo i Servis» 2000
45. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinax bogatstva narodov. Moskva, Ekonomika, 1967.
46. «Soliq siyosatini yanada takomillashtirish – printsipial muhim ustuvor vazifa» mavzusiga bag'ishlangan Respublika ilmiy-amaliy konferentsiyasi materiallari, Toshkent, 2005
47. Slovar sovremennoy ekonomicheskoy teorii. Obshchaya redaktsiya Devida U. Pirsas. Per. s ang. Moskva, Infra-M, 1997.



48. Tezisi i dokladi mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii na temu «Sotsialno-ekonomicheskie problemi perexodnoy ekonomiki» (Opit, obobshcheniya, zakonomernosti). Sankt-Peterburg, 2005
49. Tojiboeva D. Iqtisodiyot nazariyasi, T.: O'qituvchi, 2002
50. Tojiboeva D. Iqtisodiyot nazariyasi, T.: «Sharq» nashriyot-matbaa aktsiyadorlik kompaniyasi bosh tahririyati, T., 2003
51. Fisher S., Dornbush R., Shmalenzi R. Ekonomika. Per. s ang. Moskva, Delo, 1999.
52. Xaylbroner P. L. Ekonomicheskaya teoriya kak universalnaya nauka (TN), Zima, 1993.
53. Shodmonov Sh., Jo'raev T. Iqtisodiyot nazariyasi, Ma'ruzalar matni, Toshkent, 2000.
54. Shodmonov Sh. Sh., Alimov R. H., Jo'raev T. T. Iqtisodiyot nazariyasi, Toshkent, Moliya, 2003
55. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. M.:1982
56. Edvin Dj. Dolan, Boris Domnenko. Economics. Anglo-russkiy slovar-spravochnik. Moskva, Lazur, Buxgalterskiy uchet, 1994.
57. Ekonomicheskaya teoriya. Pod red. zaslujennogo deyatelya nauki RF, d.e.n., prof. Dobrinina A.I. i d.e.n., prof. Tarasevicha L.S. Sankt-Piterburgskiy gosudarstvenniy universitet ekonomiki i finansov, PITER, 2004.
58. Ekonomicheskaya teoriya. Pod nauchnoy red. akademikov Vidyapina V. I., Juravlevoy G. P., Sharifxodjaeva M. Sh. i dr. Tashkent, Shark, 1999.
59. Ekonomicheskaya teoriya. Pod red. d.e.n., prof. Nikolaevoy I.P. Moskva, Prospekt, 1998.
60. Ekonomicheskaya teoriya. Pod red. prof. Sumtsovoy N. P., Orlovoy L. G. Moskva, YuNITI, 2000.
61. Yadgarov Ya.S. Istoriya ekonomicheskix ucheniy. M.: Infra-M, 2001
62. O'Imasov A., Sharifxo'jaev M. Iqtisodiyot nazariyasi, Toshkent, Mehnat, 1995.
63. O'Imasov A. Iqtisodiyot asoslari, Toshkent, Mehnat, 1997.
64. Qodirov A. Iqtisodiyot nazariyasi, T.: Toshkent Davlat texnika universiteti, 2002
65. Fulomov va boshqalar. Iqtisodiyot ilmi asoslari, T.: Moliya, 2002
66. Hoshimov P. va boshqalar, Iqtisodiyot nazariyasi, Ma'ruzalar matni, 1-2-qism, T.: 2001
67. Hoshimov P. va boshqalar. Iqtisodiyot nazariyasi, T.: Universitet, 2003
68. Ekonomicheskoe obozrenie. Tsentri ekonomicheskix issledovaniy, №1-12, 2003, №1-12, 2004.
69. Minmakrostat Respubliki Uzbekistan Gosdepartament statistiki, Osnovnie pokazateli godovix otchetov selskoxozyaystvennix predpriyatiy Respubliki Uzbekistan. Statisticheskii byulleten, Tashkent, 2002.
70. O'zbekiston iqtisodiyoti, Uzbekistan v tsifrax. Statisticheskii sbornik, 2004
71. Otchet o mirovom razvitiy 1998/1999. Vsemirniy bank, M.: Ves mir, 2001.
72. Doklad o mirovom razvitiy 2000/2001. Vsemirniy bank, M.: Ves mir, 2003.  
[www.finansy.ru/publ.htm](http://www.finansy.ru/publ.htm)  
[economytheory.narod.ru](http://economytheory.narod.ru)  
[economy.mega-top.ru/link\\_20311.phtml](http://economy.mega-top.ru/link_20311.phtml)

## MUNDARIJA.

### I bo'lim. IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI.

#### I bob. Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti va tahlil uslubi.

1- §. Iqtisodiy bilimlarning shakllanishi va iqtisodiy nazariya-ning vujudga kelishi .....	5
2- §. Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti .....	12
3- §. Iqtisodiyot nazariyasi fanining tahlil uslubi .....	19

#### II bob. Sotsial-iqtisodiy ehtiyojlar nazariyasi va ularni qondirish muammolari

1- §. Sotsial-iqtisodiy ehtiyojlar va ularning tarkibi.....	32
2- §. Ehtiyojlarning cheksizligi. Ehtiyojlarning yuksalib borishi qonuni.....	36
3- §. Resurslar cheklanganligi va ehtiyojlarni qondirish. Iqtisodiyotning bosh muammosi.....	37

#### III bob. Iqtisodiy faoliyat va ishlab chiqarish

1- §. Iqtisodiy faoliyat va uning turlari .....	53
2- §. Ishlab chiqarish omillari va daromadlarni taqsimlash nazariyasi .....	57
3- §. Ishlab chiqarish funktsiyasi va omillarning nisbati. Me'yoriy unumdorlik nazariyasi.....	60
4- §. Iqtisodiy samaradorlik va vaqtni tejash qonuni.....	64

#### IV bob. Mulkchilik munosabatlari.

1- §. Mulk-iqtisodiy hamda huquqiy kategoriya .....	75
2- §. Mulk tiplari va shakllari .....	83
3- §. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiyashtirish (Iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishda mulk islohotlarining o'rni)	90

#### V bob. Sotsial-iqtisodiy tizimlar va ularning o'zgarishi.

1- §. Sotsial-iqtisodiy tizim mazmuni. Jamiyatning sotsial-iqtisodiy tizimlari haqidagi nazariyalar .....	109
2- §. Sotsial-iqtisodiy tizimga mulkchilik va boshqaruv jihatidan yondashish.....	112
3- §. Sotsial-iqtisodiy tizimlarning o'zgarishi va uning sabablari.....	117

## **2- bo'lim. BOZOR IQTISODIYOTI NAZARIYASI UMUMIY ASOSLARI.**

### **VI bob. Tovar-pul munosabatlari bozor iqtisodiyoti shakllanishi va amal qilishining asosi.**

- 1- §. Xo'jalik yuritishning asosiy shakllari .....126
- 2- §. Tovar va uning xususiyatlari haqidagi nazariyalar.....131
- 5- §. Pul va pul haqidagi nazariyalar. Hozirgi zamon pulining tabiati.....136

### **VII bob. Bozor iqtisodiyoti va uning umumiy tasnifi. Bozor iqtisodiyotida noaniqlik va risk.**

- 1- §. Bozor iqtisodiyoti va uning vujudga kelishi. Bozor iqtisodiyotining asosiy belgilari .....149
- 2- §. Bozor iqtisodiyoti umuminsoniy iqtisodiyot.....154
- 3- §. Noaniqlik bozor iqtisodiyotining yo'ldoshi.....157
- 4- §. Bozor iqtisodiyotida chayqovchilik.....161

### **VIII bob. Bozor iqtisodiyoti modellari**

- 1- §. Bozor iqtisodiyotiga o'tish umumiqtisodiy jarayon ..... 172
- 2- §. Bozor iqtisodiyotiga o'tish modellari ..... 173
- 3- §. O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tish kontseptsiyasi ..... 180

### **IX bob. Bozor va uning tuzilishi**

- 1- §. Bozor tushunchasi. Bozorning iqtisodiyot uchun ahamiyati .....202
- 2- §. Bozor tuzilishi va uning murakkabligi, unga turli jihatdan yondashish.....205
- 3- §. Bozor infrastrukturasi.....212

### **X bob. Talab va taklif nazariyasi asoslari**

- 1- §. Talab va uning o'zgaruvchanligi. Talab elastikligi .....224
- 2- §. Me'yoriy naflilik va uning pasayib borishi. Naflilik va xaridor tanlovi nazariyasi .....233
- 3- §. Taklif va unga ta'sir etuvchi omillar. Taklif elastikligi .....239
- 4- §. Talab va taklif, bozor muvozanati .. .....245

## **3- bo'lim. MIKROIQTISODIYOT NAZARIYASI ASOSLARI**

### **XI bob. Bozor iqtisodiyotida tadbirkorlik. Tadbirkorlik kapitalining harakati**

- 1- §. Tadbirkorlik va uning iqtisodiyot nazariyasida talqin etilishi.....260
- 2- §. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy turlari .....264
- 3- §. Tadbirkorlikda tavakkalchilik xatari va uni kamaytirish. Sug'urta.....272
- 4- § O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash .....278
- 5- §. Tadbirkorlik kapitali va uning avlanishi .....289

## XII bob. Sarf-xarajatlar va foyda nazariyalari

1- §. Xarajatlari va ularning turlari .....	294
2- §. Foyda haqida nazariyalar. Normal va iqtisodiy foyda.....	301
3- §. Foyda normasi va massasi. Qisqa va uzoq muddatli davrda firmalar muvozanati.....	307
4- §. Ishlab chiqarish omillarining nisbati. Xarajatlarni minimal- lashtirish nazariyasi .....	316

## XIII bob. Ish haqi va mehnat nazariyalari

1- §. Mehnat munosabatlari .....	332
2- §. Ish haqi darajasi va unga ta'sir etuvchi omillar .....	333
3- §. Ish haqi va uni tashkil etish tizimlari .....	338
4- §. Ishga yollanish va mehnat shartnomalari .....	341
5- §. Insoniy kapitalga-investitsiya haqidagi nazariyalar.....	342

## XIV bob. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat

1- §. Raqobat va uning shakllari .....	356
2- §. Mukammal va nomukammal raqobat. ....	359
3- §. Monopoliya. Bozorda uning roli va o'rni .....	363
4- §. Raqobat usullari .....	366
5- §. Raqobat cheklanishidan yo'qotishlar .....	368
6- §. Raqobat muhiti va uni vujudga keltirishda davlatning roli .....	369

## XV bob. Raqobat va bozor narxlarining shakllanishi

1- §. Narx va uning iqtisodiyotdagi ahamiyati .....	382
2- §. Narx turlari .....	385
3- §. Narxlar shakllanishining xarajatlar mexanizmi .....	387
4- §. Narxlar shakllanishining bozor mexanizmi .....	389
5- §. Foydani maksimallashtirish va narx diskriminatsiyasi .....	399
Foydalanilgan adabiyotlar.....	411

Bosishga ruxsat etildi	10.08.05
Qog'oz bichimi	30x42
Hisob-nashr tabog'i	26 6.T.
Adadi	500
Buyurtma	№ 159

Toshkent Moliya instituti bosmaxonasida rizografiya usulida chop etildi.

700084, Toshkent, H. Asomov ko'chasi, 7-uy