

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI

SAMARQAND DAVLAT UNIVERSITETI

*Samarqand davlat universitetining 90-yilligiga
bag‘ishlanadi*

Boboqulov Baxronqul Mamatqulovich

IQTISODIY NAZARIYA

uslubiy qo‘llanma

I-Qism

*SamDU o‘quv-uslubiy kengashi
majlisida muhokama qilinib,
nashrga tavsiya etilgan
(2016-yil 27-iyun 6-bayonnoma)*

Samarqand – 2017

UDK 330.1
N-35

B.M. Boboqulov. Iqtisodiy nazariya. Uslubiy qo‘llanma. I qism –
Samarqand: SamDU, 2017-yil. –152 b.

Ushbu ko‘rgazmali uslubiy qo‘llanmada “Iqtisodiy nazariya” fanidan barcha mavzular bo‘yicha o‘rganilishi lozim bo‘lgan iqtisodiy tushunchalar, kategoriyalar va qonunlarning mazmun-mohiyati mantiqiy ketma-ketlikda, chizmalar, rasmlar hamda grafiklarda keltirilgan. Bizningcha, “Iqtisodiy nazariya” fanini grafiklar asosida o‘rganish talabalarning iqtisodiy muammolar va ularning yechimini anglab etishlari uchun xizmat qiladi.

Qo‘llanma O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan tasdiqlangan fan dasturi asosida tuzilgan bo‘lib, fan bo‘yicha bilim va ko‘nikmalarni egallash uchun muhim vosita hisoblanadi.

Qo‘llanma barcha oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun mo‘ljallangan.

Mas’ul muharrir
Taqrizchilar:

prof. **To‘rayev B.X.**
i.f.d. **Muxammedov M.M.**
i.f.n. **Sharipov T.S.**

ISBN 978-9943-4247-7-7

Samarqand davlat universiteti, 2017- yil.

Kirish

Ushbu, “Iqtisodiy nazariya bo‘yicha ko‘rgazmali uslubiy qo‘llanma”, Sh.Sh.Shodmonov, U.V.G‘ofurovlarning “Iqtisodiyot nazariya Toshkentdagi “Iqtisodiyot-moliya” nashriyotida chop etilgan darsligi asosida tuzilgan.

Ma'lumki, “Iqtisodiyot nazariyasi” fani Oliy ta'lim muassasalarining barcha yo'nalishlarida “Gumanitar va ijtimoiy-iqtisodiy fanlar” blokida asosiy fan sifatida o'rganiladi. Chunki, ushbu fan jamiyatda amal qiladigan va obyektiv xarakterga ega bo'lgan iqtisodiy qonunlarni bilishni, ularning amal qilishiga tushungan holda ongli ravishda munosabatda bo'lishda mamlakatni demokratlashtirishda va iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish jarayonlarining mazmun-mohiyatini to'liqroq tushinishda zarur bo'lgan bilimlar bilan qurollantiradi. Shuningdek, mazkur fan jamiyatning har bir azosini g'oyaviy jihatdan yo'naltirish, ma'naviy dunyoqarashini kengaytirish, iqtisodiy ong, tafakkur va madaniyatini shakllantirish kabi muhim vazifalarni ham bajaradi.

Iqtisodiyot nazariyasi fanidan mavzularni o'rganishda ma'ruza seminar amaliy darslarning o'rni va ro'li katta. Ammo fanni o'zlashtirishda ko'rgazmalilik, yani mavzudagi masalalarni chizmalarda, grafiklarda, raqamlarda ifodalash orqali o'rganish iqtisodiyot nazariyasi masalalarini talabalarning yodida uzoqroq qolishiga, iqtisodiy bilimlarni chuqurroq o'zlashtirishlariga sabab bo'ladi.

Ushbu uslubiy qo‘llanma oily ta'lim muassasalari va Davlat ta'lim standartlarida ko'zda tutilgan barcha masalalarni qamrab olib, boshqa mualliflar tomonidan chop etilgan o'quv adabiyotlarni ham o'zlashtirishda tavsiya etiladi. Qo'llanma “Iqtisodiyot nazariyasi” fani o'quv dasturi asosida tuzilgan, mavzularning mantiqiy ketma-ketligiga rioya etilgan bo'lib, talabalarni mavzuni o'zlashtirishida katta yordam beradi. Shuningdek, qo'llanmada har bir mavzuning kalit so'zlari, xulosalari va talabalar tomonidan o'zlashtirilgan bilimni mustahkamlash uchun savollar keltirilgan. Mazkur uslubiy qo'llanma fan o'quv dasturining 27 ta mavzusini qamrab olib, ikki qismdan iborat. Birinchi qismda 13 ta, ikkinchi qismda 14 ta mavzuning mazmun-mohiyati yoritilib berilgan.

Mazkur uslubiy qo'llanma oily o'quv yurti talabalari, o'qituvchilari, kasbhunar kolleji o'qituvchi va o'quvchilari hamda iqtisodiyot muammolariga qiziquvchi keng kitobxonlar ommasiga mo'ljallangan.

1-MAVZU. IQTISODIYOT NAZARIYASI FANINING PREDMETI VA BILISH USULLARI

R E J A:

1. Iqtisodiyot va uning bosh masalasi.
2. Iqtisodiyot nazariyasining fan sifatida shakllanishi.
3. Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti va vazifalari.
4. Iqtisodiy qonunlar va kategoriyalar (ilmiy tushunchalar).

Iqtisodiyotning doimiy va bosh masalasi – ehtiyojlarning cheksizligi va iqtisodiy resurslarning cheklanganligidir.

Bu masalani to‘g‘ri tushunish uchun, eng avvalo, ehtiyoj nimaligini, uning turlarini bilish zarurdir.

Insonning yashashi va kamol topishi, umuman insoniyatning rivojlanishi uchun kerak bo‘lgan hayotiy vositalarga bo‘lgan zarurati iqtisodiyot nazariyasi fanida ehtiyoj deb ataladi.

Cheklangan iqtisodiy resurslardan unumli foydalanib, kishilarning yashashi, kamol topishi uchun zarur bo‘lgan hayotiy vositalarni ishlab chiqarish va iste‘molchilarga yetkazib berishga qaratilgan, bir-biri bilan bog‘liqlikda amal qiladigan turli-tuman faoliyatlar yaxlit qilib, bir so‘z bilan, iqtisodiy faoliyat deb ataladi.

Iqtisodiyot – bu yirik xususiy xo‘jalik, jamoa xo‘jaligi, hissadorlik jamiyatlari, davlat xo‘jaliklaridan, moliya va bank tizimlaridan, xo‘jaliklararo, davlatlararo birlashmalar, korporatsiyalar, konsernlar, qo‘shma korxonalar, davlatlar o‘rtasidagi turli iqtisodiy munosabatlaridan iborat o‘ta murakkab ijtimoiy tizimni anglatadi.

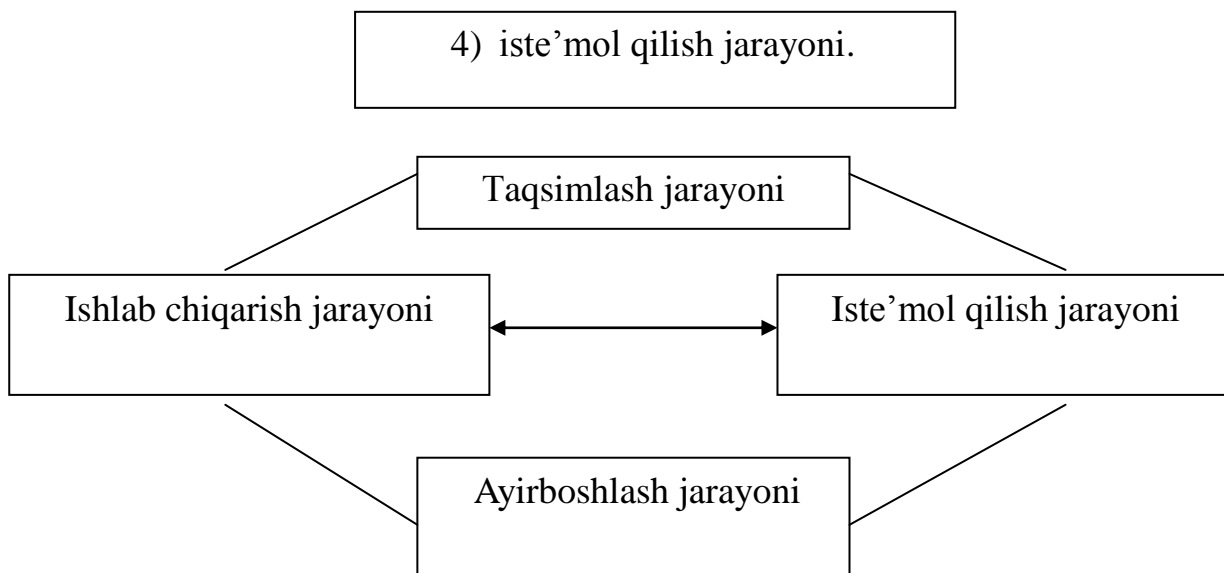
Ushbu cheklangan iqtisodiy resurslardan oqilona foydalanib, aholining to‘xtovsiz o‘sib boruvchi ehtiyojlarini qondirish maqsadiga erishish, resurslar va mahsulotlarni to‘g‘ri taqsimlash yo‘llarini topish iqtisodiyotning asosiy mazmunini tashkil etadi.

Inson tomonidan yaratilgan tovarlar va xizmatlarning, resurslarning harakati bo‘yicha takror ishlab chiqarish quyidagi fazalar birligidan iboratdir:

1) ishlab chiqarish jarayoni;

2) ayirboshlash jarayoni;

3) taqsimlash jarayoni;



1-chizma. Tovarlar, xizmatlar va resurslarning takror ishlab chiqarish jarayonlaridagi harakati.

2. Iqtisodiyot nazariyasining fan sifatida shakllanishi

Iqtisodiy hayot sirlarini bilish va shu yo‘ldagi faoliyatning asosiy yo‘nalishlarini aniqlashga intilish juda qadim zamonlardan mavjud bo‘lib, bu intilish iqtisodiy faoliyatni tartibga solish, uni kishilarga kerak bo‘lgan tomonga yo‘naltirishga ijobiy ta’sir etish zaruriyatidan kelib chiqqan.

Iqtisodiyot nazariyasi fani shakllanishi jarayonida bir qancha g‘oyaviy oqimlar, maktablar vujudga kelgan. Ular jamiyat boyligining manbai nima, u qayerda va qanday qilib ko‘payadi, degan savollarga javob topishga urinishgan. Bunday iqtisodiy oqimlardan dastlabkisi **merkantilizm** deb atalgan. Ularning fikricha, iqtisodiyotda ijobiy savdo balansiga erishilishi uchun davlat iqtisodiyotga faol aralashishi, ya’ni milliy ishlab chiqarish va savdoni o‘z panohiga olishi zarur deb hisoblaydi.

Keyingi oqim **fiziokratlar** deb atalgan. Ular merkantilistlardan farqli o‘laroq, boyluk qishloq xo‘jaligida yaratiladi va ko‘payadi, degan g‘oyani olg‘a surdilar. Ularning vakili bo‘lgan F.Kene mashhur «Iqtisodiy jadval» asarini (1758) yozdi va unda fiziokratizm maktabi asoslarini yaratdi. Uning fikricha, yalpi ijtimoiy mahsulot va ishlab chiqarish xarajatlari o‘rtasidagi farq sof mahsulot hisoblangan. F.Kene sof mahsulot bilan qo‘shimcha qiymatni chalkashtirib, ikkalasini aynan bir narsa deb tushunadi. U qo‘shimcha qiymat dehqonlarning qo‘shimcha mehnati samarasi sifatida yuzaga keladi deb izohlaydi, ayrim joylarda esa qo‘shimcha qiymatni tabiatning sof hadyasi deb qarab, uni yaratishda tabiat ham ishtirok etadi, deb tushuntiradi.

Keyinchalik iqtisodiyot fanining **klassik maktabi** namoyondalari bo'lmish A.Smit, U.Petti, D.Rikardo kabi atoqli iqtisodchi olimlar boyluk faqatgina qishloq xo'jaligidagina emas, balki shu bilan birga sanoat, transport, qurilish va boshqa xizmat ko'rsatish sohalarida ham yaratilishini isbotlab berdilar va hamma boylukning onasi yer, otasi mehnat, degan qat'iy ilmiy xulosaga keldilar.

Ulardan keyin **marksizm** deb nomlangan nazariy yo'nalish o'zlarining nazariyasida jamiyat taraqqiyotiga tabiiy-tarixiy jarayon deb qarab, ijtimoiy-iqtisodiy formasiyalar, ularning iqtisodiy tuzumi, tarkibiy qismlari, vujudga kelish, rivojlanish va boshqasi bilan almashish sabablari to'g'risidagi ta'limotni hamda qo'shimcha qiymat nazariyasini yaratdilar.

XIX asrning oxirgi choragidan iqtisodiyot nazariyasining yangi yo'nalishi «**ekonomiks**» vujudga kela boshladi. Avvvalo, aytib o'tish kerak, mazkur yo'nalish klassik ilmiy yo'nalishning asosiy belgilariga ega edi. Birinchidan, ushbu yo'nalish tadqiqotchilari iqtisodiyotni tadqiq etishda bilish usullarining keng doirasiga tayanishadi. Ular birinchi bo'lib xo'jalik jarayonlarining miqdoran o'zaro bog'liqliklarini aniqlashda matematik usullardan, iqtisodiy psixologiya usullaridan foydalanishdi.

Iqtisodiyot nazariyasi predmetining yangicha talqini xo'jalik yuritishning bozor tizimi to'g'risidagi **marjinalizm** deb atalgan butun bir ta'limotga olib keldi. U inglizcha so'zdan olingan bo'lib, oxirgi, qo'shilgan degan ma'noni beradi. Uning asoschilari Avstriya iqtisodiy maktabining namoyondalari (Karl Menger, Fridrix fon Vizer, Bem-Baverk va boshqalar) bo'lib, ular tomonidan qo'shilgan tovar nafliligining, qo'shilgan mehnat yoki resurs unumdorligining pasayib borish qonuni degan nazariyalar ishlab chiqildi. Marjinalizm nazariyasi aniq olingan tovarga bo'lgan talab va uning narxi o'rtasidagi bog'liqlik va o'zaro ta'sirini tahlil qilishda keng qo'llanildi.

Iqtisodiyot nazariyasining yangi yo'nalishi **neoklassik**, ya'ni yangi klassik deb nom oldi. Bu nazariyaning yirik namoyondalaridan biri A.Marshall bo'lib, u iqtisodiy jarayonning funksional bog'lanishi va funksional nisbatlarini ishlab chiqishga harakat qildi, bozor muvozanatini va narxni aniqlovchi omillar talab va taklifdan iborat deb qaradi. Bu nazariy yo'nalishning namoyondalaridan biri shveysariyalik iqtisodchi Leon Valras bo'lib, u umumiy iqtisodiy muvozanat modelining nusxasini ishlab chiqishga harakat qildi.

1936-yilda ingliz iqtisodchisi **Jon Meynard Keyns** o‘zining «Bandlik, foiz va pulning umumiy nazariyasi» degan kitobida makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar: milliy daromad, kapital xarajatlar, iste‘mol va jamg‘arishning o‘zaro bog‘liqligini tahlil qilib, investitsiya va iste‘molning eng maqsadga muvofiq tarzda tashkil topishi iqtisodiy taraqqiyotning muhim omili deb ko‘rsatadi. Keyns ta‘limoti, ya‘ni **keynschilik maktabi** ta‘sirida iqtisodiyotda makroiqtisodiy tahlil yo‘lga qo‘yildi. U davlatning iqtisodiyotni boshqarishda faol qatnashishi zarurligini isbotladi.

Hozirgi zamon iqtisodiyot nazariyasining muhim yo‘nalishlaridan biri **monetarizm** deb ataladi. Agar Keyns nazariyasining ishlab chiqilishida markaziy muammo ishsizlik bo‘lgan bo‘lsa, monetarizm nazariyasining asosiy muammosi ishlab chiqarish hajmining pasayib borish sharoitida inflyatsiyaning vujudga kelishidir. Ushbu holat stagflyatsiya degan nom oldi. Monetarizm maktabining asoschisi Milton Fridmen bo‘lib, uning iqtisodiyot nazariyasiga qo‘shgan hissasi pul nazariyasini yangi mazmun bilan boyitdi. Monetaristlar tovar ishlab chiqarish jarayoniga pulning qayta ta‘sir etish mexanizmini, pul dastaklari va monetar siyosatning iqtisodiyotni rivojlanishiga ta‘sirini chuqur tadqiq etishdi. Monetarizm pul-kredit dastaklari yordamida iqtisodiyotni tartibga solishda o‘ziga xos yondashuvni vujudga keltirgan nazariyadir.

«Iqtisodiyot nazariyasi» bo‘yicha turli darsliklarda uning predmetiga berilgan ta‘riflar

Mualliflari	Ta‘rif	Manba
Л.С.Тарасевич, А.И.Добринин	Ratsional xo‘jalik yuritish tizimining tarkibiy evolyutsiyasini, haqiqiy boylikni va jamiyatning ayrim a‘zolari va guruhlarining farovonligi, iqtisodiy o‘shishning omillari va qonuniyatlarini o‘rganadi.	Економическая теория. (Учебник для ВУЗов). Санкт-Петербург, 1997, с.18.
Г.П.Журавлева, В.И. Видяпин	Umumiy iqtisodiyot nazariyasi ijtimoiy fan bo‘lib, u cheklangan resurslar sharoitida ehtiyojlarni qondirish maqsadida moddiy ne‘matlarni ishlab chiqarish, ayirboshlash, taqsimlash va iste‘mol qilish jarayonlarida kishilar va guruhlarining xulq-atvorini o‘rganadi.	Економическая теория (политекономия): Учебник/ Под общ. ред. акад. В.И.Видяпина, акад. Г.П.Журавлевой – 4-е изд. - М.: ИНФРАМ, 2004, с.31.
В.Д.Камаев	Cheklangan resurslar dunyosida ne‘matlarni ishlab chiqarishdagi kishilarning xulq-atvori va uni boshqarishni o‘rganishdan iborat	Экономическая теория: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В.Д.Камаева. – 10-е изд.,

		перераб. и доп. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004, с.10.
Д.Д.Москвин	Ishlab chiqarish munosabatlarini va ularning ishlab chiqarish kuchlari bilan o'zaro ta'sirini o'rganadi.	Основы экономической теории. Политекономия: Учебник /Под ред. д-ра экон. наук, проф. Д.Д.Москвина. Изд. 3-е, исправл. – М.: Едиториал УРСС, 2003, с.24.
Е.Ф.Борисов	Iqtisodiy munosabatlarni o'rganadi.	Экономическая теория: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005, с.55.

Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti – iqtisodiy resurslar cheklangan sharoitda jamiyatning cheksiz ehtiyojlarini qondirish maqsadida moddiy ne'matlarni (va xizmatlarni) ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni, ijtimoiy xo'jalikni samarali yuritish qonun-qoidalarini o'rganishdan iborat, deb aytish mumkin.

Iqtisodiy nazariyaning asosiy vazifalari	
bilish vazifasi	- har qanday fan kabi iqtisodiyot nazariyasi ham fundamental ahamiyatga ega: jamiyatda insonlarning tabiat ashyolari, boshqa moddiy ashyolar hamda o'zaro bir-birlari bilan aloqalarida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni tadqiq etib, bizni o'rab turgan olam to'g'risidagi fikrlarimizni kengaytiradi;
amaliy vazifa	– amaliy iqtisodiyotning asosiy maqsadi cheklangan resurslardan unumli foydalanib iqtisodiy o'sishni ta'minlash va shu asosda o'sib boruvchi ehtiyojlarni qondira borishdan iborat. Shu maqsaddan kelib chiqib, cheklangan turli xil resurslarning har bir birligi evaziga ko'proq tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishni ta'minlash, har bir faoliyat turi bo'yicha xarajatlar miqdori bilan erishilgan samara, ya'ni tovar va xizmatlar miqdorini taqqoslash, resurslardan unumliroq foydalanish yo'llarini topishdan iboratdir;
uslubiy vazifasi	– iqtisodiyot nazariyasi fanining o'zi, tahlili va uning tamoyillari, olingan xulosalar, tadqiq etilayotgan iqtisodiy qonunlar boshqa ijtimoiy va tarmoq fanlari uchun uslubiy asos bo'lib xizmat qiladi;

g'oyaviy-tarbiyaviy vazifasi	– ushbu vazifa shundan iboratki, uning yordamida talabalar, mutaxassislar va iqtisodiyot ilmi o'rganuvchilarning ilmiy dunyoqarashini shakllantiradi, milliy istiqloq g'oyasini talaba yoshlar ongiga singdiradi, ularni millat manfaatlari yo'lida iqtisodiyotni rivojlantirish, milliy mahsulotni ko'paytirish, milliy pul qadrini oshirish, milliy tovarlarni jahon miqyosida bozorgir bo'lishini ta'minlash, mamlakat aholisining turmush darajasini ko'tarish ruhida tarbiyalaydi. Iqtisodiyot nazariyasi talaba yoshlarga moddiy ne'matlarning inson mehnatining mahsuli ekanligini tushuntirib, ularni mehnat hamda cheklangan resurslarni tejash ruhida tarbiyalaydi.
-------------------------------------	---

4. Iqtisodiy qonunlar va kategoriyalar (ilmiy tushunchalar)

Iqtisodiy qonunlar iqtisodiy hayotning turli tomonlari, iqtisodiy hodisa va jarayonlar o'rtasidagi doimiy, takrorlanib turadigan, barqaror sabab-oqibat aloqalarini, ularning o'zaro bog'liqligini ifodalaydi.

Iqtisodiy qonunlarning guruhlanishi	
Umumiy iqtisodiy qonunlar	- kishilik jamiyati rivojlanishining barcha bosqichlarida amal qiladi. Masalan, vaqtning tejash qonuni, ehtiyojlarning tez o'sib borish qonuni, takror ishlab chiqarish qonuni, ishlab chiqarish munosabatlarining ishlab chiqaruvchi kuchlar xususiyati va rivojlanish darajasi mos kelishi qonuni va boshqalar.
Xususiy yoki davriy iqtisodiy qonunlar	-insoniyat jamiyati taraqqiyotining ma'lum bosqichlarida amal qiladi. Masalan, talab qonuni, taklif qonuni va qiymat qonuni.
Maxsus, o'ziga xos iqtisodiy qonunlar	- alohida olingan iqtisodiy tizim sharoitida amal qiladi. Masalan, qo'shimcha qiymat qonuni.

Iqtisodiy qonunlar bilan bir qatorda iqtisodiyot nazariyasi fani iqtisodiy jarayonlarining alohida tomonlarini tavsiflaydigan iqtisodiy kategoriyalarni (ilmiy tushunchalarni) ham ta'riflab, ularning mazmunini ochib beradi.

Iqtisodiy kategoriyalar – doimo takrorlanib turadigan, iqtisodiy jarayonlar va real hodisalarning ayrim tomonlarini ifoda etuvchi ilmiy-nazariy tushunchadir.

5. Iqtisodiy jarayonlarni ilmiy bilishning uslublari

Haqiqiy fanning amalda vujudga kelishi faqatgina tadqiqot predmetining shakllanishi bilan emas, shu bilan birga uning bilish usulining qaror topishi bilan ham bogʻliqdir. **Uslubiyat – bu ilmiy bilishning tamoyillari tizimi, yollari, qonun-qoidalari va aniq hadislaridir.** Bu obyektiv reallikni bilish dialektikasi, mantiqi va nazariyasini oʻz ichiga oluvchi bir butun taʼlimotdir. Uslubiyat umumilmiy tavsifga ega, lekin har bir fan oʻzining predmetidan kelib chiqib, oʻzining ilmiy bilish usullariga ega boʻladi. Shuning uchun uslubiyat umumilmiy va ayni vaqtda xususiy boʻladi.

Ilmiy abstraksiya usuli – tahlil paytida halal berishi mumkin boʻlgan ikkinchi darajali narsalar, voqyea-hodisalarni fikrdan chetlashtirib, oʻrganilayotgan jarayonning asl mohiyatiga eʼtiborni qaratishdir. Bu usul yordamida oʻrganilayotgan voqyea va hodisaning ichki, koʻzga koʻrinmaydigan mohiyati, uning asl mazmuni bilib olinadi.

Tahlil va sintez usuli. Tahlil – bu oʻrganilayotgan bir butunni alohida qismlarga ajratish va ularni izchillik bilan oʻrganish. Sintez – bu oʻrganilgan qismlardan olingan xulosa va natijalarni bir butun yaxlit jarayon deb qarab umumiy xulosa chiqarishdir. Murakkab iqtisodiy tizimlar ana shu yoʻl bilan oʻrganiladi, iqtisodiy tizim butunicha tasvirlab beriladi.

Mantiqiylik va tarixiylikning birligi usuli. Iqtisodiyot nazariyasida tarixiylik dalili tarixiy rivojlanish nuqtai nazaridan tadqiqot olib borish zarurligini taqozo qiladi. Chunki iqtisodiy jarayonlar tarixiy jarayon sifatida rivojlanadi. Mantiqiylik usulida jarayonlar faqatgina tarixiy nuqtai nazardan emas, shu bilan birga asosiy ichki zarur qonuniy bogʻlanishlar boʻyicha ham tahlil qilinadi.

Foydalanilayotgan usullar ichida **eksperiment** maʼlum oʻrin egallaydi, iqtisodiy oʻsishning keskin oʻzgarishi bosqichlarida, jumladan, iqtisodiyotning inqiroz va beqarorlik bosqichlarida eksperimentdan keng foydalaniladi. Iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish paytida eksperiment alohida oʻringa ega. Iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish uchun puxta tayyorgarlik koʻrish, yaʼni ilmiy tajriba, eksperiment oʻtkazish hisob-kitob vositasiga asoslanish va ilmiy yoʻnalishlarni ishlab chiqish talab etiladi.

Makroiqtisodiy va mikroiqtisodiy tahlilni qo‘shib olib borish.

Mikroiqtisodiy tahlilda iqtisodiyotning boshlang‘ich bo‘g‘ini bo‘lmish korxonalar va firmalarning ichki jarayonlarini alohida iqtisodiy subyektlarning xatti-harakati, xulqi tadqiq qilinadi. Bu tahlilda alohida olingan tovarlarning xarajatlari, kapital va boshqa resurslardan foydalanishning, narx tashkil topishining, ish haqi to‘lashning, talab va taklif tarkib topishining shakl va mexanizmlarini o‘rganish markaziy o‘rin tutadi. ‘

Induksiya va deduksiya biriga qarama-qarshi bo‘lgan, ammo o‘zaro bog‘liqlikdagi fikrlash usulidir. **Fikrning xususiy faktlardan umumiy faktlarga qarab harakati induksiya, aksincha, umumiy faktlardan xususiy faktlarga tomon harakati deduksiya deb ataladi.**

Iqtisodiy jarayonlarni o‘rganish va tahlil qilishda **ikki tomonlama yondashuv usuli**. Bunda barcha iqtisodiy jarayonlar qiymat va naflilik nuqtai nazaridan tahlil qilinadi va xulosa chiqariladi. Aks holda bir tomonlamalikka yo‘l qo‘yilib, yangilash tasavvurga va noto‘g‘ri xulosalarga olib kelishi mumkin.¹

Xulosalar:

1. Iqtisodiyotning bosh masalasi – ehtiyojlarning cheksiz o‘shib borishi va iqtisodiy resurslarning cheklanganligi o‘rtasidagi ziddiyat va uni hal qilish yo‘lini izlab topishdan iboratdir. Bu ziddiyatli holatni echish zaruriyati kishilar oldiga quyidagi muammolarni qo‘yadi:

a) ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatishning optimal variantlarini (eng zarur va tejamli turlarini) tanlab olish va resurslarni ko‘proq ishlab chiqarishga jalb qilish;

b) mavjud resurslarning har bir birligidan tejab-tergab, samarali foydalanish;

v) fan-texnika yutuqlarini va yangi texnologiyalarni joriy qilib, yangi energiya, material, xom ashyo turlari, ularning manbalarini topib, foydalanishga jalb qilish, resurslar unumdorligining oshishiga erishish;

g) kishilarning chuqur iqtisodiy bilimlarga ega bo‘lishi.

2. «Iqtisodiyot nazariyasi» fan sifatida shakllanguncha bosib o‘tgan yo‘l va unda vujudga kelgan g‘oyalar, oqimlar juda murakkab, ko‘pincha bir-biriga zid va qarama-qarshidir. Shu bilan birga aytishimiz kerakki, hech qaysi iqtisodiy maktabning nazariyalarini mutloq va doimiy haqiqatga ega deb bo‘lmaydi. Shunday bo‘lsada, ular bir-birini to‘ldiradi.

3. «Iqtisodiyot nazariyasi» fani barcha iqtisodiy fanlarning nazariy-uslubiy asosidir. U fundamental fan bo‘lib, odamlarning hayot faoliyatiga yo‘naltirish beradi, ularni nazariy-uslubiy bilim bilan qurollantiradi.

4. Iqtisodiyot nazariyasi jamiyat taraqqiyoti to'g'risidagi ijtimoiy fan bo'lib, u turli ijtimoiy-gumanitar fanlar bilan chambarchas bog'liqdir.

5. Iqtisodiyot nazariyasi nafaqat nazariy fan, balki u bevosita amaliy ahamiyat ham kasb etadi. Iqtisodiyot nazariyasini bilmay turib, murakkab iqtisodiy jarayonlarni to'g'ri hal qilib bo'lmaydi.

6. «Iqtisodiyot nazariyasi» fani doirasida inson va jamiyatning yashash faoliyatining ijtimoiy, axloqiy, milliy va tarixiy tomonlarini tadqiq qilish va bilish mumkin.

7. Iqtisodiyot nazariyasining bilish, amaliy, uslubiy va g'oyaviy-tarbiyaviy vazifalari mavjud. Ayniqsa, mamlakatimiz mustaqillika erishgandan so'ng, o'sib kelayotgan yosh avlodni milliy vatanparvarlik ruhida tarbiyalashda iqtisodiyot nazariyasining g'oyaviy-tarbiyaviy vazifasining ahamiyati tobora oshib bormoqda.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Iqtisodiyot tushunchasi va uning bosh masalasi nima?
2. Ehtiyoj nima? Uning qanday turlarini bilasiz?
3. Iqtisodiy resurs tushunchasiga va uning turlariga ta'rif bering.
4. Nima uchun hayotiy vositalarni ishlab chiqarish va etkazib berish insonning turli xil faoliyatlari ichida eng asosiylari hisoblanadi?
5. Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti nimadan iborat? U boshqa iqtisodiy fanlar ichida qanday o'rin tutadi?
6. Iqtisodiyot nazariyasi fan sifatida shakllanishida qanday ilmiy maktab va yo'nalishlar vujudga kelgan?
7. Iqtisodiyot nazariyasining qanday vazifalari mavjud? Bu vazifalarning bugungi kundagi ahamiyati nimalarda namoyon bo'ladi?
8. Iqtisodiy qonunlar nima va ularning qanday turlari mavjud? Iqtisodiy qonunlarning iqtisodiy kategoriyalardan farqi nimada namoyon bo'ladi?
9. Iqtisodiyot nazariyasini o'rganishda qanday usullardan foydalaniladi?
10. Makroiqtisodiy tahlil bilan mikroiqtisodiy tahlil o'rtasidagi farq nimadan iborat?

2-MAVZU: ISHLAB CHIQRISH JARAYONI VA UNING NATIJALARI

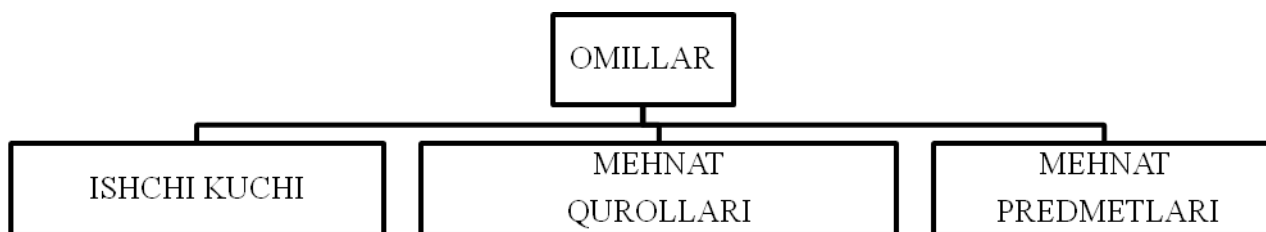
REJA:

1. Ishlab chiqarish omillari va ularning tarkibi.
2. Ishlab chiqarish jarayonining mazmuni.
3. Ishlab chiqarishning umumiy va pirovard natijalari.
4. Ishlab chiqarish imkoniyatlari va uning chegarasi.
5. Ishlab chiqarishning samaradorligi va uning ko'rsatkichlari.

1. Ishlab chiqarish omillari va ularning tarkibi.

Ishlab chiqarish jarayonida haqiqatda qo'llaniluvchi barcha resurslar **ishlab chiqarish omillari** deyiladi.

Iqtisodiyotning tizimi va shaklidan qat'iy nazar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishning hamma sohaları uchun umumiy bo'lgan uchta omil:**ishchi kuchi, mehnat qurollari va mehnat predmetlari** bo'lishi shart.



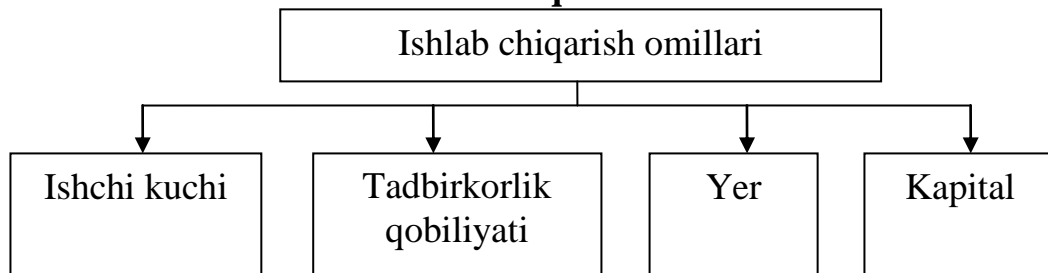
Ishchi kuchi - bu insonning mehnat qilishga bo'lgan aqliy va jismoniy qobiliyatlarining yig'indisidir.

Mehnat qurollari -bu inson uning yordamida tabiatga, mehnat predmetlariga ta'sir qiladigan vositalardir Unga mashinalar, stanoklar, traktorlar, qurilmalar, uskunalar va boshqalar kiradi.

Mehnat predmetlari - bu bevosita mehnat ta'sir qiladigan, ya'ni mahsulot tayyorlanadigan narsalardir. Unga er-suv, xom ashyo va boshqa turli materiallar kiradi.

Mehnat qurollari va mehnat predmetlari birgalikda **ishlab chiqarish vositalari** deb yuritiladi.

Ishlab chiqarish omillari tarkibi:



Kapital-o'z egalariga daromad keltiradigan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishning hamma sohalarida ishlatiladigan ishlab chiqarish vositalarini, sotishga tayyor turgan tovarlarni, yangi vositalar va ishchi kuchini sotib olishga mo'ljallangan pul mablag'larini, ularning ashyoviy tomoni va qiymatining birliginidir

Tadbirkor deb iqtisodiy resurslar, ya'ni ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi resurslarining, tabiiy resurslarning bir-biriga qo'shilishini ta'minlaydigan, tashkilotchi, yangilikka intiluvchi, tashabbuskor, iqtisodiy va boshqa xavfdan, javobgarlikdan qo'rqmaydigan dovyurak kishilarga aytiladi; bu xislatlar majmui esa **tadbirkorlik qobiliyati** deb yuritiladi.

Ikki yoki bir nechta ishlab chiqarish omillarining bir-biriga o'zaro ta'siri natijasida vujudga kelgan mahsulot (tovar yoki xizmat) hajmining o'zgarishi **ishlab chiqarish funksiyasi** deyiladi. Ishlab chiqarishning omillari doimo bir xil bo'lib turmaydi, ular sifat va miqdor jihatdan o'zgarishda, rivojlanishda bo'ladi. Ishlab chiqarish vositalari rivojlanib, borgan sari murakkab mashinalar, asbob-uskunalar, stanoklar vujudga keladi.

Ishlab chiqarish jarayoni - bu kishilarni o'zlarining iste'moli uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy ne'matlarni yaratishga qaratilgan maqsadga muvofiq faoliyatidir. Moddiy va ma'naviy ne'matlar yaratish, turli xizmatlar ko'rsatish jarayoni kishilar iqtisodiy faoliyatining asosiy tomonidir.

Har qanday ishlab chiqarish, birinchi navbatda, mehnat jarayonidir yoki boshqacha qilib aytganda, tabiatdagi bor narsalarning ko'rinishini o'zining iste'moli uchun muvofiq holga keltirish uchun qilingan mehnat faoliyatidan iboratdir. Ana shu mehnat jarayonida kishilar, eng avvalo, tabiat bilan, uning kuchlari va ashyolari bilan hamda bir-birlari bilan o'zaro ma'lum munosabatda bo'ladilar.

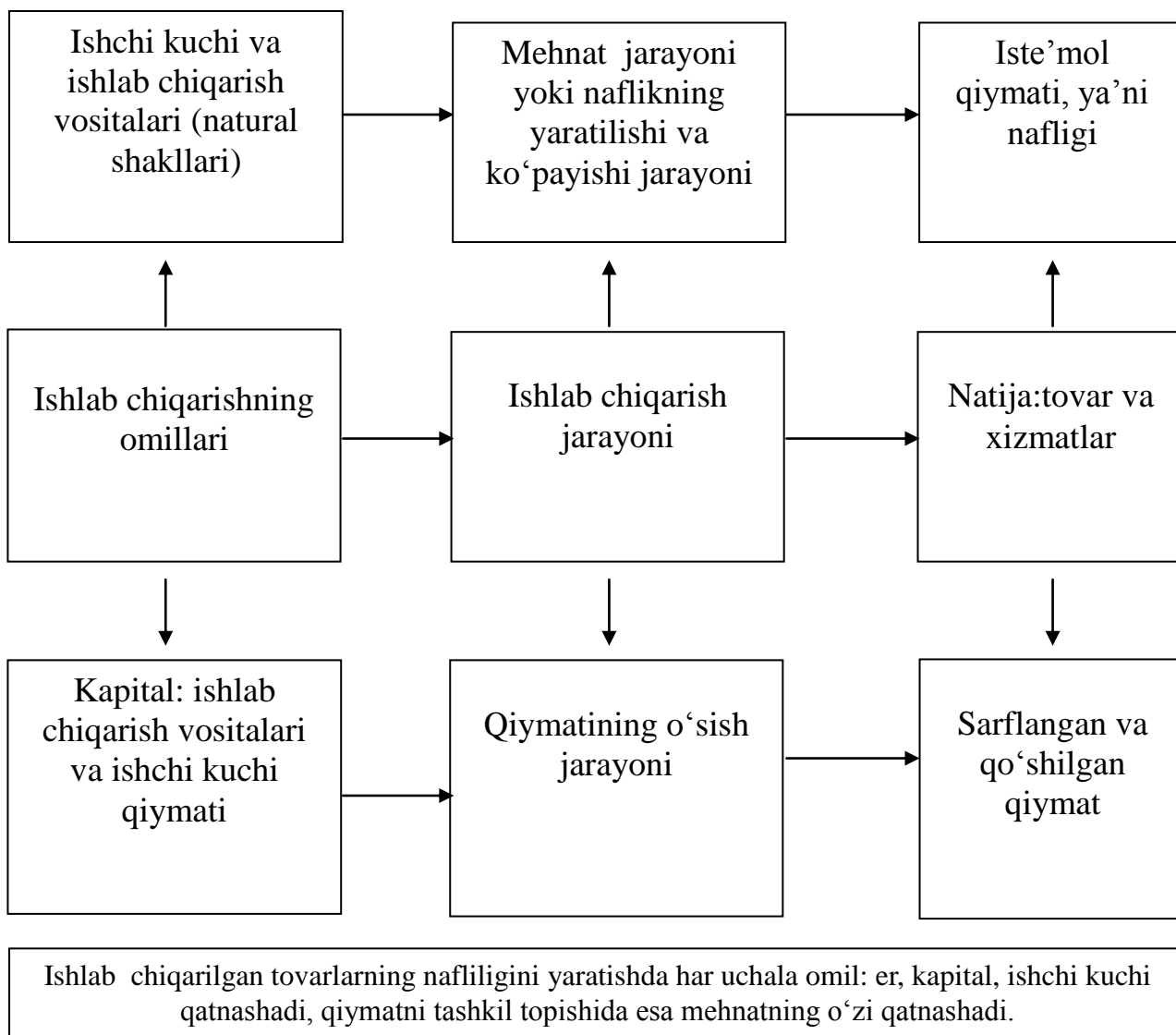
Ishlab chiqarish jarayoni bir qator sohalarda amalga oshadi. Bularga sanoat, qishloq xo'jaligi, transport va aloqa, qurilish, savdo, tayyorlov tashkilotlari, communal va uy-joy xo'jaliklari, turli xil teznik va boshqa xizmat ko'rsatish sohalari kiradi.

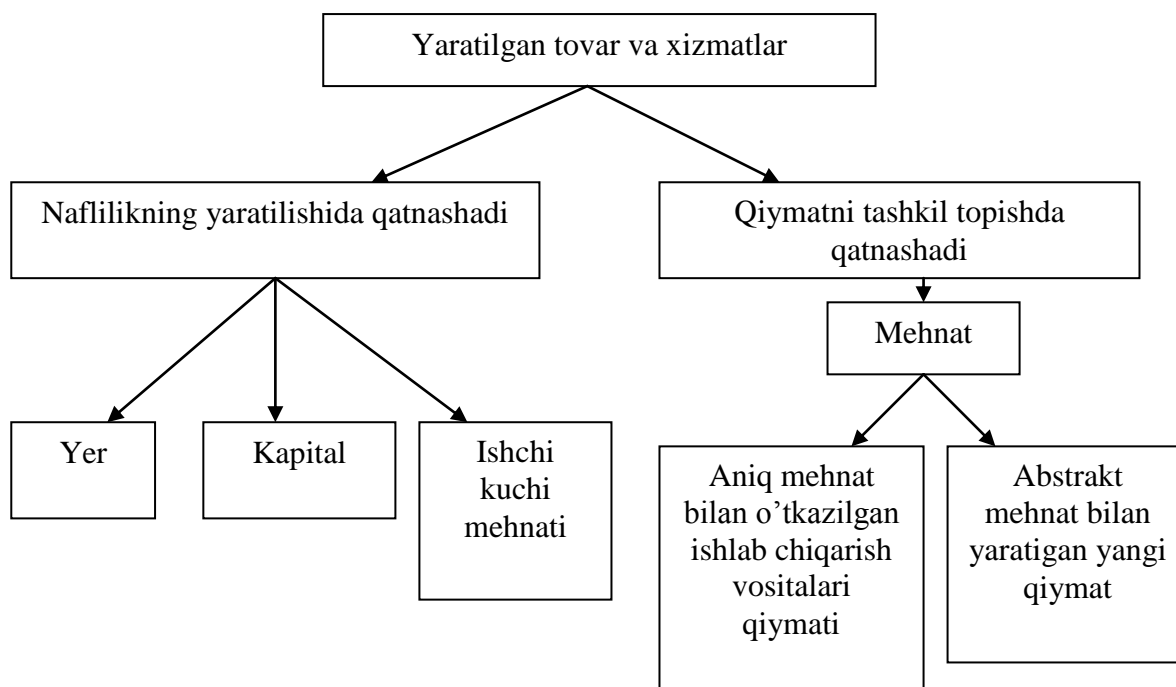
Moddiy ishlab chiqarish sohasi va xizmat ko'rsatish sohasi. Hozirgi vaqtda mamlakatimiz iqtisodiyotida xizmat ko'rsatish sohasining ulushi tobora ortib bormoqda. 2014 yilda YAMM hajmi va uning ulushi 54%ni tashkil qildi.

Birinchi bo'linmada ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonasi va tashkilotlarining ishlab chiqarish iste'moli uchun zarur bo'lgan vositalar – stanok, mashina, asbob-uskuna, xom ashyo va turli materiallar ishlab chiqariladi.

Ikkinchi bo'linmada esa xalq iste'moli uchun zarur bo'lgan iste'mol tovarlari ishlab chiqariladi.

Ishlab chiqarish jarayoning ikki tomoni





3. Ishlab chiqarishning umumiy va pirovard natijalari

Har bir korxonada yoki ishlab chiqarish bo'g'ida turli omillarning birgalikda ishlatilishi natijasida mahsulot, ya'ni tovar va xizmatlar vujudga keladi. Bu yaratilgan tovar va xizmatlar har bir korxonada yoki bo'linma uchun ishlab chiqarishning umumiy natijasi bo'lib hisoblanadi.

Yaratilgan mahsulot qiymati jihatdan ham uch qismdan iborat bo'ladi

ishlab chiqarish jarayonida iste'mol qilingan **ishlab chiqarish vositalari qiymatining mahsulotga o'tgan qismi** (s);

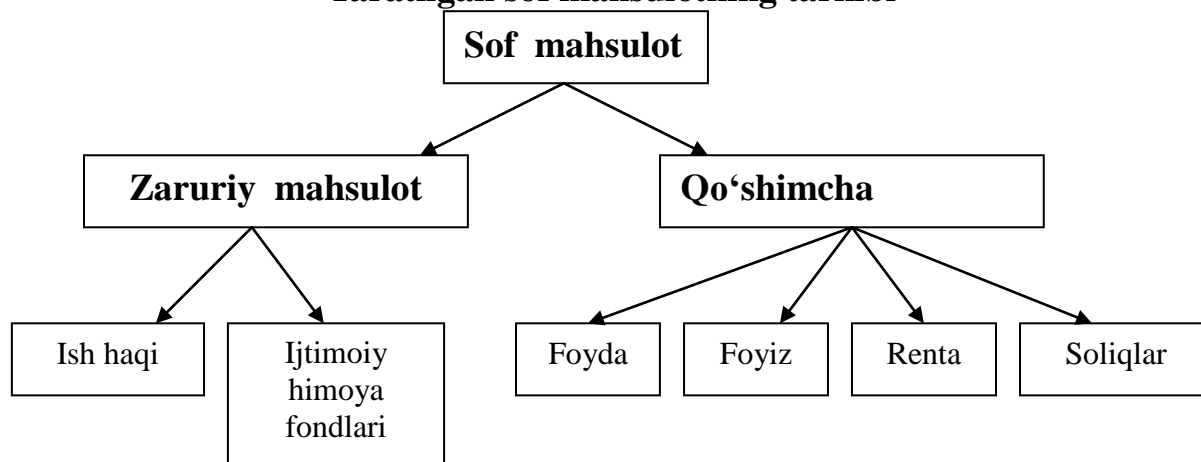
yangidan vujudga keltirilgan mahsulotning bir qismi, ya'ni, ishchilarga tegishli qismi - **zaruriy mahsulot qiymati** (v);

yangidan vujudga keltirilgan mahsulotning mulkdorlar, tadbirkorlar va jamiyat uchun ishlab chiqarilgan **qo'shimcha mahsulot qiymati** (m)

Zaruriy mahsulot deb ishchi va xizmatchilar ish vaqtining bir qismi bo'lgan zaruriy ish vaqtida zaruriy mehnat bilan yaratilgan, ishchi kuchini normal holatda saqlash va qayta tiklash uchun zarur bo'lgan mahsulotga aytiladi.

Qo'shimcha mahsulot normasini m' , massasini m , zaruriy mahsulotni v bilan belgilasak qo'shimcha mahsulot normasi $m' = m/v \times 100\%$ ko'rinishdagi formula bilan aniqlanadi.

Yaratilgan sof mahsulotning tarkibi



Umumiy mahsulot jalb qilingan asosiy kapital, ishchi kuchi, xomashyo va materiallardan foydalanish evaziga olingan mahsulotning mutloq hajmidir.

O'rtacha mahsulot esa jalb qilingan har bir ishchi kuchi yoki kapitalning bir birligiga to'g'ri keladigan mahsulotga aytiladi. Bu esa quyidagi yo'l bilan aniqlanadi:
 $\bar{Y}M = M/(I, K)$.

So'nggi qo'shilgan mahsulot deb eng so'nggi qo'shilgan omil (kapital yoki ishchi kuchi) evaziga o'sgan mahsulotga aytiladi.

Alohida olinga omil evaziga qushilgan mahsulot ma'lum darajaga borgandan keyin kamaya boshlaydi. Bu kamayish, ayniqsa, uning har birligi evaziga qo'shilgan mahsulotda aniq seziladi. Mana shu qo'shilgan omil unumdorligining pasayishiga qarab, marjinalistlarning vakillari **unumdorlikning kamayib borish qonuni** degan qonuni kashf qilishgan.

Bu qonuni ular iqtisodiyotning universal qonuni deb e'lon qiladilar va uni isbotlash uchun ko'pdan-ko'p er bir birligiga (gektarga) sarflangan qo'shimcha kapital unumdorligining pasayib borishini ko'rsatadilar.

Xarajat unumdorligining pasayib borish qonuni to'rt holatda amal qiladi:

Ishlab chiqarishning boshqa omillari o'zgarmay faqat bir omil to'xtovsiz oshirilganda;

Fan -texnika taraqqiy etmaganda yoki ishlab chiqarishga jalb qilinmaganda;

Omillar o'rtasidagi miqdoriy va sifatiy nisbatlar buzilganda;

Shart - sharoitni hisobga olmasdan xarajatlar xo'jasizlarcha, ko'r-ko'rona amalga oshirilganda;

4. Ishlab chiqarish imkoniyatlari va uning chegarasi.

Resurslarning mavjud darajasida mahsulot olishning aniqlangan eng yuqori miqdori jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatini ko'rsatadi. Jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatidan to'liq foydalanish uchun, iqtisodiy resurslarning to'liq bandligiga erishish va ishlab chiqarishning to'liq hajmini ta'minlash zarur.

To'liq bandlilik deganda biz ishlab chiqarishga yaroqli bo'lgan barcha resurslardan to'la unum bilan foydalanishni tushunamiz. Ishchi majburiy ishsiz bo'lib qolmasligi, iqtisodiyot ishlashni xohlagan va unga layoqatli bo'lgan barchani ish bilan ta'minlashi zarur, haydaladigan yerlar yoki kapital uskunalar ham bo'sh qolmasligi lozim.

Jamiyat uchun mahsulotlarning erishib bo'ladigan har xil uyg'unlashuvlaridan tanlab olish imkoniyati egri chiziq ichida joylashadi.

Har qanday mahsulotning qandaydir miqdorini olish uchun, vos kechishga to'g'ri keladigan boshqa mahsulot miqdori bu mahsulotning **muqobil ishlab chiqarish xarajatlari** deb ataladi.

Resurslarning miqdori va sifati hamda texnologiya o'zgarsa iqtisodiyotda ishlab chiqarishning umumiy hajmi ham (ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig'ining holati) o'zgaradi. Mavjud resurslarning ko'payishi har bir variantda bitta yoki har ikkala mahsulot ishlab chiqarish hajmining ko'payishiga olib keladi.

Iqtisodiy o'sish mahsulotning ko'proq umumiy hajmini ishlab chiqarish layoqati bo'lib, u resurslar taklifining ko'payishi va texnika taraqqiyoti natijasi hisoblanadi. Iqtisodiy o'sish resurslarning to'liq bandligida iqtisodiyotning ham non va ham tegirmon ishlab chiqarishning ko'proq hajmini ta'minlashi hisoblanadi. Turg'un iqtisodiyot ko'proq U mahsulot olish uchun X mahsulotning bir qismidan voz kechishga majbur bo'lsa, dinamik, o'sib boruvchi iqtisodiyot X va U mahsulotlarning ko'proq miqdoriga ega bo'lish layoqatini bildiradi. Odatda iqtisodiy o'sish jamiyatning har xil mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha quvvatining mutanosib ko'payishiga olib kelmaydi. Ayrim mahsulot turlarini ishlab chiqarish hajmi ko'payishi, boshqalari o'zgarishsiz qolishi mumkin.

5. Ishlab chiqarishning samaradorligi va uning ko'rsatkichlari.

Ishlab chiqarish samaradorligi va uni oshirish masalasi har doim iqtisodiyot nazariyasi fanining dolzarb muammosi sifatida, uning diqqat markazida bo'lib keladi. Ayniqsa, hozirgi paytda bu masala yanada keskin qo'yilmoqda. Buning sababi shundaki, ishlab chiqarish samaradorligini oshirmasdan turib mamlakatimiz oldida turgan muhim masala mustaqil iqtisodiy taraqqiyotni jadallashtirish vazifasini amalga oshirib bo'lmaydi. Samaradorlikning iqtisodiy mazmuni sifatida har doim ishlab chiqarishning provard natijasi bilan unga avanslangan resurslar, mablag'lar yoki qilingan harajatlar o'rtasidagi nisbat tushiniladi.

Shuning uchun ham ishlab chiqarishning samaradorligini olingan foydaning (F) ishlab chiqarishga sarflangan resurs xarajatlariga (IX) nisbati bilan aniqlanadi, ya'ni:

$$P' = \frac{F}{IX} \times 100\% .$$

Bu erda: R' - foyda normasi, IX – iqtisodiy resurs xarajatlari

Mehnat unumdorligi deb ishchi kuchining vaqt birligi mobaynida mahsulot yaratish qobiliyatiga aytiladi va ishlab chiqarilgan mahsulotning (iste'mol qiymatining) sarflangan mehnat miqdoriga nisbati bilan belgilanadi. Sarflangan mehnat miqdori esa ishlangan vaqt bilan, kishi kuni, kishi soati va h.k. bilan belgilanadi. Agar mehnat unumdorligini MU, mahsulotni M bilan, sarflangan ish vaqtini esa - V bilan belgilasak, mehnat unumdorligi quyidagicha aniqlanadi: $MU = M/V$.

Samaradorlikni aniqlashda kapital unumdorligi degan ko'rsatkichdan ham foydalaniladi va unda ishlab chiqarishda qatnashgan kapitalning har bir birligi evaziga olingan mahsulot, daromad yoki foyda bilan aniqlanadi. Agar kapital unumdorligini - KU deb, ishlab chiqarishda qatnashgan kapital miqdorini - K, mahsulotni - M, yalpi daromadni - YAD bilan, foydani - F bilan belgilasak, quyidagi formulalar hosil bo'ladi:

$$KU = M/K ;$$

$$KU = YAD/K ;$$

$$KU = F/K .$$

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga bir qancha omillar ta'sir qiladi:

1. Ilmiy-texnik taraqqiyotni tezlashtirish va uning natijalarini tezlik bilan ishlab chiqarishda qo'llash.

2. Ishlab chiqarishni ratsional joylashtirish, ixtisoslashtirish va kooperatsiyalash.

3. Iqtisodiyotning tarkibiy qismlarini va uning tashkiliy bo'g'inlarini o'zgartirish.

4. Ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish va ularning faolligini oshirish.

5. Mavjud tabiiy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona, tejab-tergab foydalanish, yangi, arzon, sifatli xomashyo va energiya turlarini, ekinlarning yangi hosildor navlarini, chorva mollarining mahsuldor zotlarini topib ishlab chiqarishga joriy qilish.

6. Kishilarning bilim saviyasini, malakasini oshirish, etuk ishchi va mutaxassislar tayyorlash.

Xulosalar:

1. Ishlab chiqarish jarayonida kishilar o'rtasida sodir bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar umumiy ishlab chiqarish munosabatlarining asosiy negizini tashkil etib, ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol jarayonlarida bo'ladigan munosabatlarning tavsifini belgilab beradi. Shuning uchun ularni o'rganish o'ta zarur hisoblanadi.

2. Insoniyat zarur ne'matlarni iste'mol qilmasa yashay olmaganidek, bu ne'matlarni ishlab chiqarmasdan ham turolmaydi. Ishlab chiqarish va xizmat qilish jarayonida insonning yashashi uchun zarur bo'lgan barcha hayotiy vositalar yaratiladi.

3. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish omillari – yer, kapital, ishchi kuchi va tadbirkorlik qobiliyatidan iborat bo'lib, ular o'zaro bir-birlariga ta'sir ko'rsatadi. Birining o'zgarishi ikkinchisining o'zgarishiga ta'sir ko'rsatadi.

4. Ishlab chiqarish jarayonida barcha omillar harakatda bo'ladi, lekin ular ichida jonli mehnat, ya'ni ishchi kuchi faol bo'lib, u barcha ishlab chiqarish vositalarini harakatga keltiradi, ularga «jon kirgizadi», asosiy kapital qiymatining yo'qolib ketmasligini ta'minlab, yangi yaratilgan tovar va xizmatlarga o'tkazadi. Va nihoyat, bu jarayonda yangi tovar va xizmatlar vujudga keladi.

5. Yangi vujudga kelgan tovar va xizmatlar ikki xil xususiyatga – naflilik va qiymatga ega bo'lib, ikki tomonlama hisobga olinadi: natural-ashyoviy (naflilik) tomonidan va qiymat tomonidan. Natural-ashyoviy tomondan u uch qismga: ishlab chiqarish vositalari, iste'mol buyumlari va turli xizmatlarga bo'linadi. Qiymat tarafidan ham uch qismga: iste'mol qilingan ishlab chiqarish vositalari qiymati (s), zaruriy mahsulot qiymati (v) va qo'shimcha mahsulot qiymati (m)ga bo'linadi.

6. Bundan 100 yildan oshiqroq ilgari **marjinalistlar** tomonidan kashf qilingan va iqtisodiyotning universal qonuni deb atalgan qonun – «keyingi qo'shilgan omil (qo'shilgan kapital, qo'shilgan mehnat) unumdorligining pasayib borish qonuni» ko'r-ko'rona isrofgarchilikka, ortiqcha xarajatlarga yo'l qo'yilmasa, hozirgi zamon fan-texnika taraqqiyoti sharoitida amal qilmaydi.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar.

1. Ishlab chiqarish omillari nimalardan iborat?
2. Kapital tushunchasiga ta'rif bering va uning tarkibiga nimalar kirishini tushuntirib bering.
3. Ishlab chiqarish jarayonining mazmunini va uning ikki tomonini tushuntiring.
4. Ishlab chiqarishning umumiy va pirovard natijalarini tushuntirib bering.
5. Yaratilgan mahsulotning natural va qiymat tarkibi nimalardan iborat?
6. Zaruriy va qo'shimcha mahsulot nima, qo'shimcha mahsulot normasi va massasi formulasini yozib tushuntiring.
7. Qo'shilgan mehnat, qo'shilgan kapital va qo'shilgan mahsulot tushunchalarini izohlab bering.
8. So'nggi qo'shilgan mehnat va kapital unumdorligining pasayib borish qonunining mohiyati nima va u hozirgi davrda amal qiladimi?

3- MAVZU. MULKCHILIK MUNOSABATLARI

1. Mulkchilik munosabatlarining mohiyati va iqtisodiy mazmuni. Mulk obyektlari va subyektlari.
2. Mulkchilikning turli shakllari va ularning iqtisodiy mazmuni.
3. O‘zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish maqsadi, yo‘llari va usullari.

1. Mulkchilik munosabatlarining mohiyati va iqtisodiy mazmuni. Mulk obyektlari va subyektlari.

Mulkchilik munosabatlari har qanday jamiyat iqtisodiy tizimining asosiy munosabatlaridan birini tashkil qilib, insoniyat taraqqiyotining mahsuli hisoblanadi.

Mulkchilik munosabatlari moddiy va ma’naviy ne’matlarni ishlab chiqarish hamda jamiyat boyliklarini o‘zlashtirish jarayonlarida vujudga keladi.

Mulkchilik munosabatlari - bu mulkka egalik qilish, foydalanish, tasarruf etish va o‘zlashtirish jarayonlarida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlardir.

Mulkka **egalik qilish** mulkning egasi qo‘lida saqlanib turishini bildiradi va yaratilgan moddiy boyliklarni o‘zlashtirishning ijtimoiy shaklini ifodalaydi. Ayrim hollarda mulkka egalik qilish uning egasi ixtiyorida saqlangan holda, undan amalda foydalanish esa boshqalar qo‘lida bo‘ladi.

Mulkdan **foydalanish** - bu mol-mulkning iqtisodiy faoliyatda ishlatilishi yoki ijtimoiy hayotda qo‘llanilishidir.

Mol-mulkni **o‘zlashtirish** yuz berganda u daromad olish uchun yoki shaxsiy ehtiyojni qondirish uchun ishlatilishini bildiradi.

Mulkni **tasarruf etish** - bu mol-mulk taqdirining mustaqil hal qilinishidir. U mol-mulkni sotish, meros qoldirish, hadya qilish, ijaraga berish kabi hollar orqali ro‘y beradi.

Bunda mulkchilik munosabatlaridan kelib chiquvchi huquqiy vakolatlarni muayyan yer maydoniga mulkchilik sharoitidagi 4 ta holat orqali ko‘rib chiqamiz.

Birinchi holat. Yerning mulkiy egasi zamindor bo‘lib, yerda uning o‘zi mehnat qiladi va tabiiyki, ishlab chiqarish natijasini ham o‘zi o‘zlashtiradi.

Ikkinchi holat. Zamindorning yerda ishlash uchun vaqti yetarli bo'lmaganidan yollanma ishchi mehnatini qo'llay boshladi. Natijada yerdan foydalanish, ya'ni uning iste'mol xususiyatlaridan bevosita foydalanish huquqi ishchiga o'tdi. Bunda zamindor ishchining mehnati uchun ma'lum ish haqi to'laydi, biroq, ishlab chiqarish natijasini o'zlashtirishni o'z ixtiyorida saqlab qoladi.

Uchinchi holat. Zamindor yerning holatini va yollanma ishchi ustidan nazorat uchun ham vaqt topa olmay, yerni uzoq muddatga ijarachiga topshirdi. Ijarachi yerga egalik qiluvchi va, unda shaxsan o'zi ishlagani uchun, yerning foydalanuvchisiga aylandi. Ishlab chiqarish natijasini zamindor (ijara haqi ko'rinishida) va ijarachi birgalikda o'zlashtiradi.

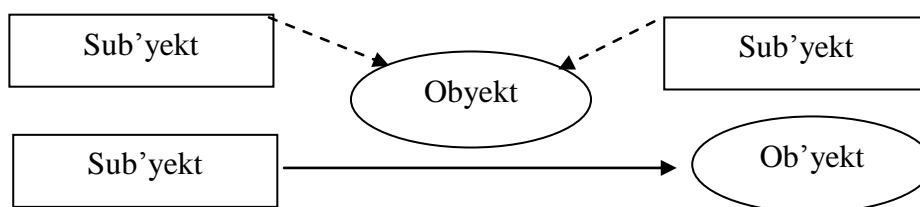
To'rtinchi holat. Endi ijarachining o'zi ham erda mehnat qilmay, yollanma ishchidan foydalana boshladi. Natijada yer bo'yicha mulkiy huquqlarning yanada tabaqalanishi ro'y berdi: erdan foydalanuvchi – ishchi, uning egasi – ijarachi (ijara shartnomasi muddati davomida), tasarruf etuvchisi – zamindor. Ishlab chiqarish natijasi ijarachi va zamindor o'rtasida taqsimlanib, ishchi uchun ish haqi to'lanadi.

Mulka aylangan barcha boylik turlari **mulkchilik obyektlaridir**. Mulk obyekti bo'lib, inson yaratgan moddiy va ma'naviy boyliklar, tabiiy boyliklar, aqliy mehnat mahsuli, insonning mehnat qilishi qobiliyati - ishchi kuchi va boshqalar hisoblanadi.

Mulk subyekti jamiyatda ma'lum ijtimoiy-iqtisodiy mavqeiga ega bo'lgan, mulk obyektini o'zlashtirishda qatnashuvchilar, mulkiy munosabatlar ishtirokchilari bo'lib, ular jamoa, sinf, tabaqa yoki boshqa ijtimoiy guruhlarga birlashgan bo'ladi. Ayrim kishilar, oilalar va davlat ham mulkchilik subyekti bo'lib chiqadi.

Mulkchilik munosabatlari – bu mulk obyektini o'zlashtirish bo'yicha mulk subyektlari o'rtasidagi iqtisodiy munosabatdir. Bu qoidani quyidagi tasvir orqali ifodalash mumkin:

Mulkchilik huquqlari esa mulk subyektining mulk obyektiga nisbatan munosabatidir, ya'ni undan foydalanish va nazorat qilish yuzasidan kelib chiquvchi huquqlar majmuidir:



Mulkchilik huquqlari nazariyasi namoyondalari mazkur muammoni tadqiq etishdagi ikkita o'ziga xos yondashuvlari bilan ajralib turadi.

Birinchidan, ular o'z tadqiqotlarida odatdagi «mulkchilik» tushunchasini emas, balki «mulkchilik huquqlari» tushunchasini qo'llaydilar. Ularning fikricha, resursning o'zi mulk hisoblanmaydi, balki resursdan foydalanish bo'yicha huquqlar to'plami yoki ulushi mulkchilikni tashkil etadi.

Mulkchilikning to'liq «huquqlar to'plami» o'z ichiga quyidagi 11 ta huquqni oladi

1. Egalik huquqi, ya'ni ne'matlar ustidan to'liq jismoniy nazorat o'rnatish huquqi;

2. Foydalanish huquqi, ya'ni ne'matlarning foydali xossalarini o'zi uchun qo'llash huquqi;

3. Boshqaruv huquqi, ya'ni ne'matlardan foydalanishni kim va qay yo'sinda ta'minlashini hal etish huquqi;

4. Daromad olish huquqi, ya'ni ne'matlardan foydalanish orqali natija olish huquqi;

5. Suverenlik huquqi, ya'ni ne'matni begonalashtirish, iste'mol qilish, o'zgartirish yoki yo'k qilish huquqi;

6. Xavfsizlikni ta'minlash huquqi, ya'ni ne'matni ekspropriatsiya qilinishi hamda tashqi muhit tomonidan zarar keltirilishidan himoyalash huquqi;

7. Ne'matni merosga berish huquqi;

8. Ne'matga ega bo'lishning muddatsizligi huquqi;

9. Ne'matdan tashqi muhitga zarar etkazuvchi usullar orqali foydalanishni taqiqlash huquqi;

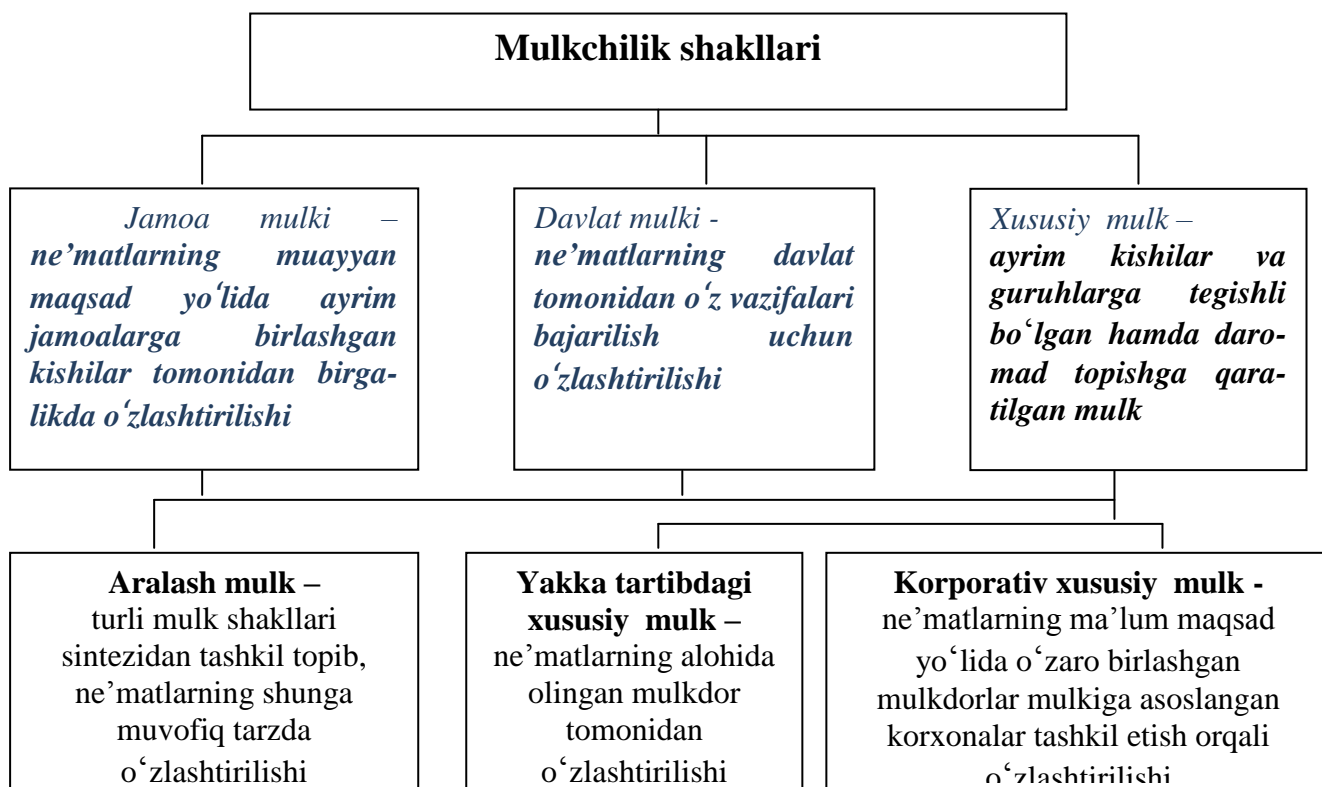
10. Qarz uchun to'lov sifatida javobgarlik huquqi, ya'ni qarzni uzishda ne'matdan to'lov sifatida foydalanish imkoniyatini qo'llash huquqi;

11. Qoldiq tavsifidagi huquq, ya'ni buzilgan vakolatlarni tiklanishini ta'minlovchi tartib va muassasalarning amal qilishi huquqi.

Ikkinchidan, mulkchilik huquqlari nazariyasi asoschilari mulkchilik munosabatlarini resurslarning cheklanganligi, nisbatan kamyobligi muammosidan keltirib chiqaradilar:

2. Mulchilikning turli shakllari va ularning iqtisodiy mazmuni.

Bozor iqtisodiyoti mulchilik shakllarining xilma-xil bo'lishini talab qiladi, chunki tovar muayyan mulk ob'ekti bo'lgandagina oldi-sotdi qilinadi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida ham: «Bozor munosabatlarini rivojlantirishga qaratilgan O'zbekiston iqtisodiyotining negizini xilma-xil shakllardagi mulk tashkil etadi», deb ta'kidlanadi.



3. O'zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish maqsadi, yo'llari va usullari.

Bozor munosabatlariga o'tishning asosiy sharti ko'p ukladli iqtisodiyotni va raqobatlashuvchi muhitni shakllantirish uchun shart-sharoitini vujudga keltirishdan iborat. Bunda asosiy mulchilik masalasini hal qilishdir

Bozor iqtisodiyotini vujudga keltirish vazifasi o'tish davrida mulkchilikda davlat sektorining salmog'i ancha yuqori bo'lgan mamlakatlarda bu mulkning ma'lum qismini davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishni taqozo qiladi.

O'zbekistonda ham mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishga muhim ahamiyat kasb etuvchi jarayon sifatida qaralib, «Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to'g'risida»gi Qonunida (1991-yil 19- noyabr) quyidagicha ta'rif beriladi:

Davlat tasarrufidan chiqarish – davlat korxonalarini va tashkilotlarini jamoa, ijara korxonalariga, aksiyali jamiyatlarga, mas'uliyati cheklangan jamiyatlarga, davlatga qarashli mulk bo'lmaydigan boshqa korxonalar va tashkilotlarga aylantirishdir.

Xususiylashtirish – fuqarolarning va davlatga taalluqli bo'lmagan yuridik shaxslarning davlat mulki obyektlarini yoki davlat aksiyali jamiyatlarining aksiyalarini davlatdan sotib olishidir

Bundan ko'rinadiki, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish xususiylashtirishga qaraganda ancha keng tushuncha. **Xususiylashtirish** - davlat mulkiga egalik huquqining davlatdan xususiylashtirish shaxslarga o'tishidir. **Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish** xususiylashtirishdan tashqari, bu mulk hisobidan boshqa nodavlat mulk shakllarining vujudga keltirishni ham ko'zda tutadi.

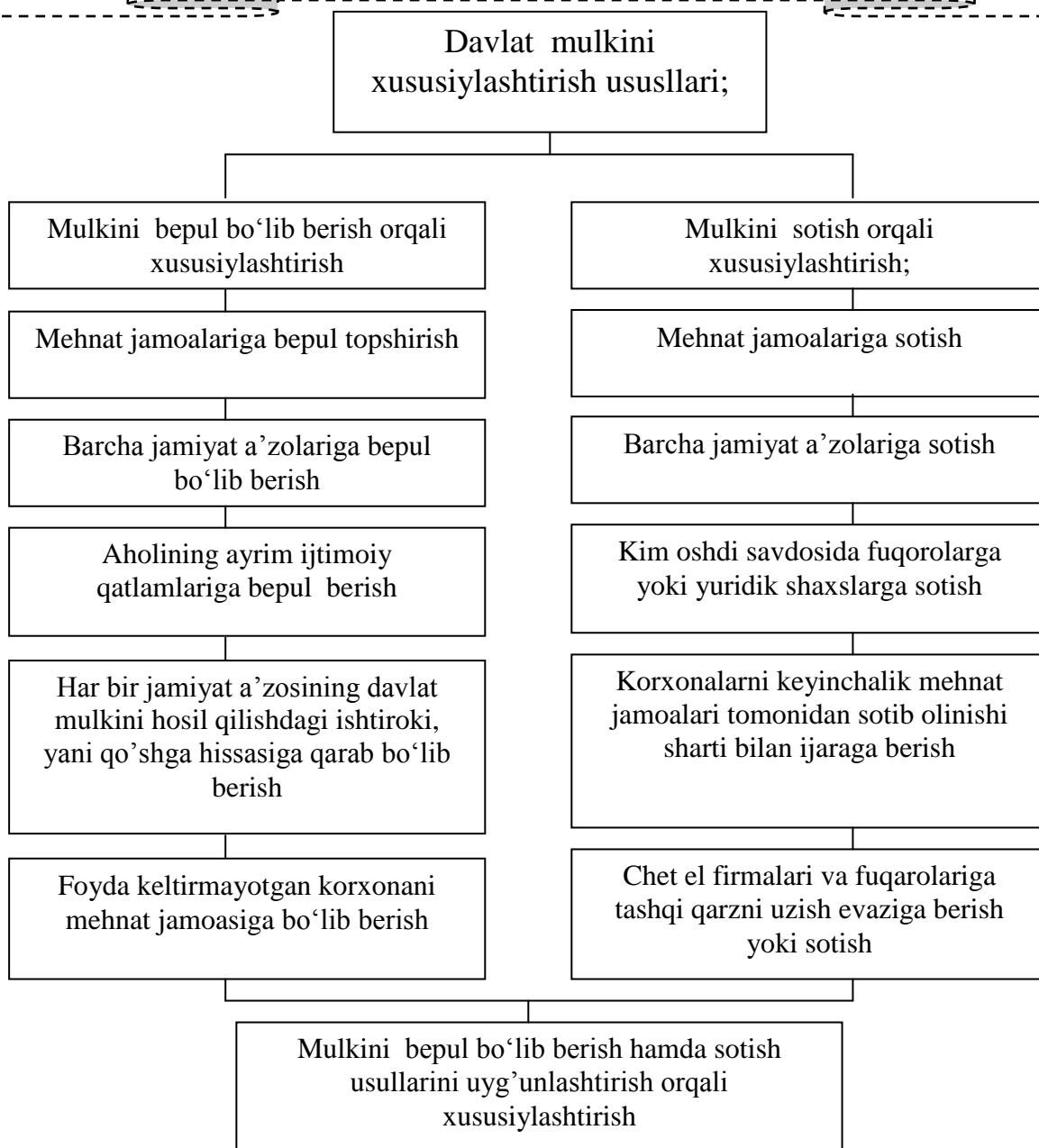
Xususiylashtirishning usullari

-davlat mulkini bepul bo'lib berish orqali xususiylashtirish;

-davlat mulkini sotish orqali xususiylashtirish;

- davlat mulkini bepul bo‘lib berish hamda sotishni uyg‘unlashtirish orqali xususiylashtirish.

Bu sanab o‘tilgan usullarni amalga oshirishning aniq shakllari

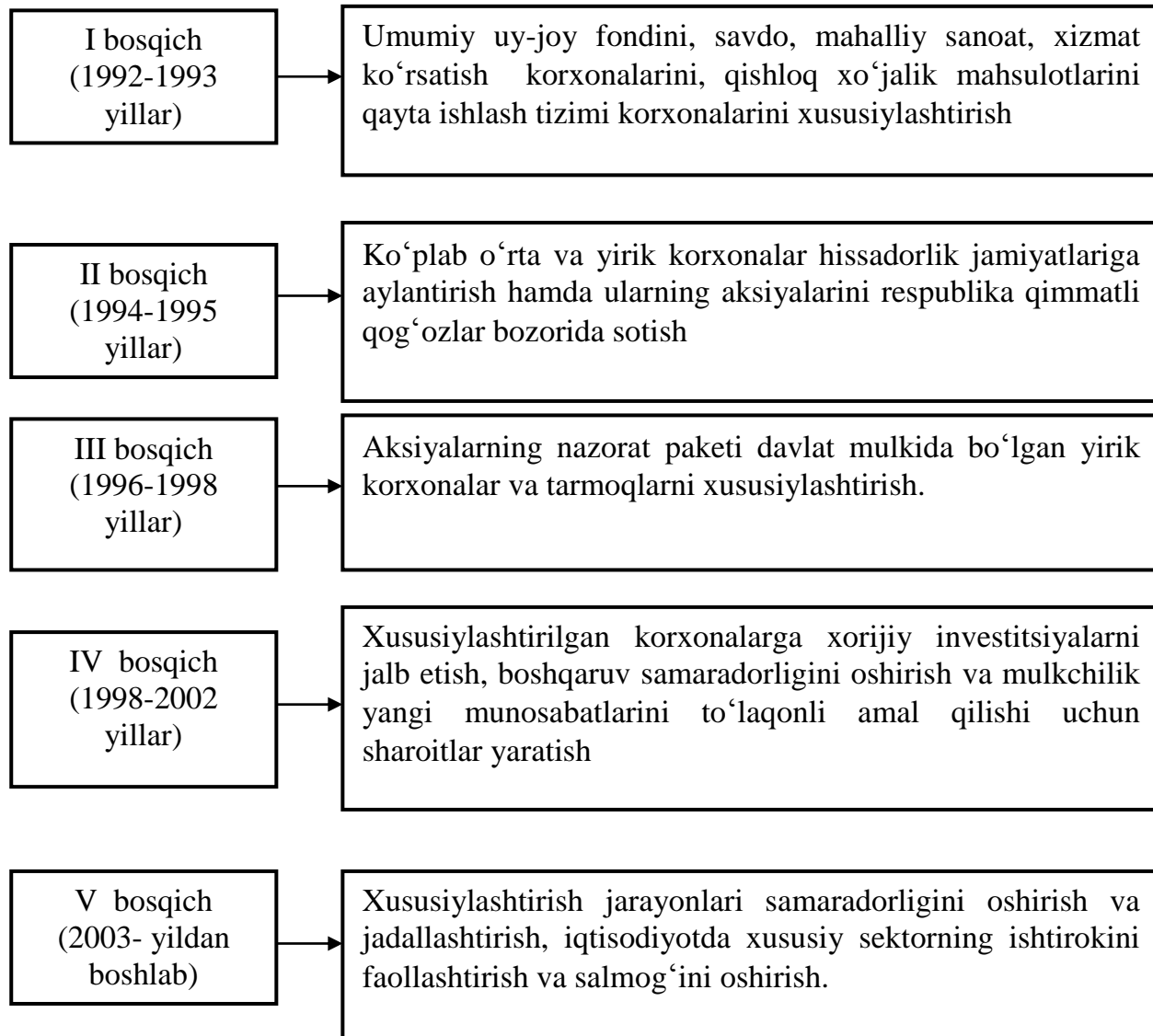


O‘zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishga yondoshuvning muhim xususiyati - **uni dasturlar asosida bosqichma-bosqich amalga oshirishdan iborat.**

Xususiylashtirishning birinchi bosqichida davlat xalq xo‘jaligining iqtisodiy jihatdan samarasiz bo‘lgan, biroq butun mamlakatning iqtisodiy taraqqiyotida

muhim rol o'ynaydigan ayrim sektorlarini, ayrim korxonalarini saqlab turishni va mablag' bilan ta'minlash vazifalarini o'z zimmasiga oldi.

O'zbekistonda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonini amalga oshirish bosqichlari.



Xulosalar:

1. Jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti bir xilda va tekis ketmay, uni turli bosqichlarga ajratish mumkin. Mazkur bosqichlarini bilishda tarixiy-formatsion, madaniylashish (sivilizatsiya) darajasi, texnika va texnologik taraqqiyot darajasi, sotsial-iqtisodiy shakllarning o'zgarishi kabi jihatlar bo'yicha yondoshuvlar mavjud.

2. Iqtisodiy tizim har bir davrda va makonda amal qilayotgan iqtisodiy munosabatlar – iqtisodiyotni tashkil qilish shakllari, xo'jalik mexanizmi va iqtisodiy muassasalar majmuasini o'z ichiga oladi. Iqtisodiy nazariyada ko'pincha iqtisodiy tizim tushunchasini ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanish darajasi bilan bog'lab, shu asosda dunyodagi mamlakatlar iqtisodiyoti an'anaviy

iqtisodiyot, ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyoti va bozor iqtisodiyoti tizimlariga ajratiladi.

3. Mulkchilik munosabatlari – shaxsiy, jamoa va davlat manfaatlarini o'zida ifoda etib, ishlab chiqarish omillari va natijalaridan foydalanish borasida kishilar, jamoalar, tarmoqlar, hududlar va davlat o'rtasidagi munosabatlar majmuasidir.

4. Mulkchilik munosabatlarining iqtisodiy mazmuni moddiy va ma'naviy ne'matlarni o'zlashtirish borasidagi iqtisodiy munosabatlarni o'zida aks etadi. Agar mulkchilikning iqtisodiy mazmuni u yoki bu obyektни o'zlashtirish va foydalanish borasida subyektlar o'rtasidagi munosabatlarni bildirsa, mulkchilikning huquqiy mazmuni subyektning obyektga nisbatan bo'lgan munosabatini aks ettiradi.

5. Mulknı davlat tasarrufdan chiqarish va xususiylashtirish – korxonalar ustav fondida davlat ulushining qisqarishi, ularning investitsion jozibadorligini oshirish va xorijiy investorlarnı xususiylashtirish jarayoniga jalb etishni kengaytirishga qaratilgan kompleks dasturdan iborat jarayondır.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar.

1. Ishlab chiqarish usuli nima va uning tarkibiy qismlari nimalardan iborat?
2. Ishlab chiqarish usullarining eng muhim o'ziga xos belgilarini ajratib ko'rsating. Bir ishlab chiqarish usulining boshqasiga almashinishi sabablari haqida mulohaza bildiring.
3. Ishlab chiqarish texnologik usulining tarkibiy qismlarini sanab ko'rsating. Fan-texnika taraqqiyotining ishlab chiqarish texnologik usuliga ta'siri qanday? Ishlab chiqarish texnologik usullarining bosqichlari bir-biridan nima bilan farqlanadi?
4. Iqtisodiy tizim nusxalarini farqlantiradigan asosiy belgilarini sanab ko'rsating.
5. Mulkchilikning mohiyatiga ta'rif bering va uning turli shakllarining iqtisodiy mazmunini tushuntiring. Mulkchilikning iqtisodiy va huquqiy mazmunini ajratib ko'rsating.
6. Mulk subyektlarining ko'p darajali bo'lishiga sabab nima? Mulkchilik shakllarining farqlanishi asosida nima yotadi?
7. Bozor iqtisodiyotiga o'tish nima uchun mulkchilikning turli shakllarini taqozo qiladi? Davlat mulkini uning tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish nima uchun hozirgi bosqichda obyektiv zaruriyat hisoblanadi? Xususiylashtirish bosqichlari va shakllariga tavsif bering.

4-MAVZU. TOVAR-PUL MUNOSABATLARI RIVOJLANISHI BOZOR IQTISODIYOTI SHAKLLANISHI VA AMAL QILISHINING ASOSIDIR REJA

1. Natural ishlab chiqarishdan tovar ishlab chiqarishga o'tish va uning rivojlanishi.
2. Tovar va uning xususiyatlari.
3. Qiymatning mehnat nazariyasi va keyingi qo'shilgan miqdor nafilligi nazariyalari.
4. Pulning kelib chiqishi, mohiyati va vazifalari.

1. Natural ishlab chiqarishdan tovar ishlab chiqarishga o'tish va uning rivojlanishi.

Kishilik jamiyatining rivojlanishida ijtimoiy xo'jalikni tashkil etishning ikkita umumiy iqtisodiy shakli ajralib turadi. Umumiy iqtisodiy shakllarning tarixan birinchisi **natural ishlab chiqarish** hisoblanadi. Ijtimoiy xo'jalikning bu shaklida yaratilgan mahsulotlar ishlab chiqaruvchining o'z ehtiyojlarini qondirish uchun, xo'jalik ichki ehtiyojlari uchun mo'ljallangan. Iste'mol hajmi va tarkibi ko'pincha ishlab chiqarish hajmi va tarkibiga mos kelgan, ularning bir-biri bilan bog'lanishi bir xo'jalik doirasida amalga oshganligi sababli juda oson kechgan.

Bunday munosabatlar eng avvalo hamma zarur narsani o'zi uchun tayyorlagan ibtidoiy jamoada hukm surgan. Patriarxal dehqon xo'jaligi va feodal pomestyalari asosan natural xo'jalik bo'lgan. Natural ishlab chiqarish sharti ijtimoiy mehnat taqsimotining rivojlanmaganligi oqibati sifatida vujudga kelgan, u vaqtda ijtimoiy mehnatdan uning u yoki bu turi endigina ajrala boshlagan edi.

Tovar ishlab chiqarish, ya'ni tovar xo'jaligida kishilar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar buyum orqali, ular mehnati mahsulini oldi-sotdi qilish orqali namoyon bo'ladi.

Tovar ishlab chiqarishning natural ishlab chiqarishdan farqi bunda tovar yoki xizmat o'zining iste'moli uchun emas, balki bozorga sotish uchun yaratiladi.

Natural va tovar xo'jaliklarining bir-biridan farqi.

Asosiy jihatlar	Natural xo'jalik	Tovar xo'jaligi
1. Moddiy ne'matlarni	Shaxsiy ehtiyojlarni qon-	Boshqa tovarlarga ayir-

ishlab chiqarish maqsadi.	dirishda foydalanish.	boshlash, bozorda oldi-sotdi qilish.
2. Ishlab chiqariladigan mahsulot tarkibining aniqlanishi.	Ehtiyojlar va imkoniyatlardan kelib chiqqan holda oldindan aniqlanadi.	Bozordagi muayyan talab va ishlab chiqaruvchining xususiiy manfaati asosida aniqlanadi.
3. Iste'molchini o'ziga jalb etish uchun kurash.	Bunday kurash mavjud emas.	Bunday kurash mavjud va tovar xo'jaligining rivojlanishi bilan kuchayib boradi.
4. Ishlab chiqarilgan mahsulotning iste'mol qilinishi darajasi.	Barcha ishlab chiqarilgan mahsulotlar to'laligicha iste'mol qilinadi.	Ishlab chiqarilgan mahsulotlar ayrim turlari va qismlarining sotilmay qolishi, ya'ni iste'mol qilinmasligi.
5. Ishlab chiqarish jarayonida ishchi kuchining ishtirok etish tamoyillari.	Ishlab chiqarish jarayonida faqat o'zining va oila a'zolarining ishchi kuchidan foydalaniladi.	Ishlab chiqarish jarayonida yollanma ishchi kuchidan ham foydalanish mumkin.

Tovar ishlab chiqarish natural ishlab chiqarishga nisbatan ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga, ishlab chiqarish samaradorligining o'sishiga ko'proq darajada imkon yaratadi, chunki:

- tovar ishlab chiqarish ijtimoiy mehnat taqsimotiga asoslanib, mehnat samaradorligining oshishiga xizmat qiladi;

- tovar ishlab chiqaruvchi katta daromadga ega bo'lishi uchun mehnat unumdorligini o'stiruvchi hamda tovar ishlab chiqarish sarflarini qisqartiruvchi fan-texnika taraqqiyoti yutuqlarini tatbiq etishi lozim;

- tovar ishlab chiqaruvchilar natural xo'jalik yurituvchilarga nisbatan ishlab chiqarish natijalaridan ko'proq manfaatdordirlar, agar ular daromad olmasalar xonavayron bo'ladilar;

- tovar ishlab chiqaruvchilar xonavayron bo'lmasligi va daromad olishlari uchun o'z faoliyatlarini xaridorlarga zarur bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarishga yo'naltira olishlari lozim, ular o'zlarining raqiblari ustidan g'alaba qozonishi uchun tadbirkorlik qobiliyatiga ega bo'lishlari kerak. Natural xo'jalik yurituvchilar oldida bunday vazifa mavjud emas;

- tovar ishlab chiqaruvchi uchun iste'molchini o'ziga jalb qilish, o'z tovarini sotib daromad olish imkoniga erishish vositasi bo'lib yangi, nisbatan sifatli va jozibador tovarlarni ishlab chiqarish hisoblanadi

2. Tovar va uning xususiyatlari.

Tovar biron-bir naflilikka (iste'mol qiymatga) va almashuv qiymatiga ega bo'lgan, bozor uchun ishlab chiqariladigan mahsulot yoki xizmatlardir.

Tovarning ikki xususiyati bor:

birinchidan, u kishilarning qandaydir ehtiyojini qondiradi:

ikkinchidan, u o'zida ijtimoiy mehnat sarflarini mujassamlashtiradi.

Tovar boshqa buyumga ayirboshlana oladigan buyum bo'lib, u iste'mol qiymatga va almashuv qiymatlariga ega.

Buyumning iste'mol qiymati shundan iboratki, u kishilar uchun foydali, naflidir. U shaxsiy iste'mol buyumi yoki ishlab chiqarish vositalari sifatida kishilarning biron-bir ehtiyojini qondiradi.

Naflilikni aniqlashda ham turlicha yondoshuvlar mavjud. Masalan, marjinalizm maktabi asoschilari ham, ularning keyingi davomchilari ham tovarlar nafliligini aniqlashda alohida olingan individning hayolidagi psixologik yondashuv bilan, ya'ni hech kim bilan aloqasi bo'lmagan o'rmondagi cholning yoki kimsasiz orolda bir o'zi qolib ketgan Robinzonning hayoli bilan aniqlash usulini qo'llaydilar.

Ijtimoiy zaruriy naflilik deb talab miqdoriga mos keladigan miqdordagi naflilikka aytiladi. Har bir tovar ma'lum bir naflilikka ega, lekin bu naflilik uni yaratuvchining o'z ehtiyojlarini emas, balki ayirboshlash orqali boshqa kishilar talabini qondiradi, ya'ni tovarning ijtimoiy nafliligi hisoblanadi.

Bozor har qanday naflilikni emas, ijtimoiy naflilikni hisobga oladi. Agar bu fikrni yanada rivojlantirsak, bozor ijtimoiy zaruriy naflilikni, ya'ni jamiyat uchun (xaridorlar uchun) zarur miqdordagi naflilikni hamda shu ijtimoiy zaruriy miqdordagi naflilikni ishlab chiqarish uchun sarflangan ijtimoiy zaruriy mehnatni hisobga oladi. Ijtimoiy naflilik tovarlarning boshqa tovarlarga ayirboshlanish qobiliyatiga ega bo'lganligi uchungina o'zining yaratuvchisini qiziqtiradi.

Tovarning ayirboshlanuvchanlik xususiyati almashuv qiymati nomini oladi. Tovarlarini sotishda ularning narx ko'rsatkichi almashuv qiymatini yaqqol ko'rsatadi. Inson mehnati bilan yaratilmagan ko'plab ne'matlar masalan, buloq suvlari, yovvoyi daraxt mevalari ma'lum naflilikka ega bo'ladi. Lekin ular har doim ham tovar bo'lavermaydi. Ne'matlar tovar bo'lishi uchun, ular ayirboshlashga mo'ljallangan, ma'lum mehnat sarflangan, bozorga sotishga chiqarilgan bo'lishi zarur.

Tovar mahsulotdan farqlanadi. Tovar, eng avvalo, o'z iste'moli uchun emas, balki boshqalarning iste'moli uchun bozorga sotish maqsadida tayyorlanadigan mahsulotdir. Tovarning natural–buyum va ijtimoiy–iqtisodiy tomonlari, xususiyatlari ana shundan kelib chiqadi.

Tovarning almashuv qiymati – bu biror turdagi naflilikning boshqa turdagi naflilikka ayirbosh qilinadigan miqdoriy nisbatidir. Ayirbosh qilinadigan tovarlarning bu miqdoriy nisbatida ularning almashuv qiymati ifodalanadi.

Tovarlar qiymatining umumiy asosi – bu mehnat, shu sababli ular ma'lum miqdorlarda bir-biriga tenglashtiriladi. Tovarlarining tabiiy xususiyatlaridan birortasi – og'irligi, hajmi, shakli va shu kabilar umumiy asos bo'la olmaydi, faqat mehnat sarflari shunday asos hisoblanadi.

«Qiymat – bu tovar ishlab chiqarish va uni sotish (ko'pincha qisqacha qilib «ishlab chiqarish xarajatlari» deb ataydilar) qanchaga tushganligi ifodasidir. Tovarni ayirboshlaganda (sotilganda) ishlab chiqaruvchi (sotuvchi), tabiiyki, o'z xarajatlarini qoplashni istaydi, biroq bozorda boshqacha nisbatlar tarkib topishi mumkin. Endi ularni boshqa ko'rsatkich – almashuv qiymati ifodalaydi. Bu bir tovar boshqasiga ayirboshlanadigan miqdoriy nisbatdir». Tovarning o'zi esa ikki tomon - naflilik va qiymatning uzviy birligidan iboratdir.

Tovarning **ikki xil xususiyatga** ega bo'lishiga sabab tovar ishlab chiqaruvchi mehnati tabiatining ikki tomonlamaligidadir.

Bir tomondan, bu – muayyan turdagi aniq mehnatdir.

Ikkinchi tomondan, mehnat – aniq shakldan qat'iy nazar, umuman sarflangan inson ishchi kuchidir, jami ijtimoiy mehnatning bir qismidir. U o'zining shu sifatiga ko'ra **abstrakt mehnat** deb ataladi.

Tovarlar qiymatining miqdori mehnat unumdorligiga qarab o'zgaradi.

Mehnat unumdorligi ma'lum ish vaqti birligi mobaynida ishlab chiqarilgan mahsulotning miqdori yoki mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun sarflangan ish vaqti bilan o'lchanadi. Mehnat unumdorligining o'zgarishi tovar birligi qiymatining o'zgarishiga sabab bo'ladi. Mehnat unumdorligi o'ssa, tovar birligining qiymati kamayadi yoki aksincha, mehnat unumdorligi pasaysa, tovar birligining qiymati oshadi.

Mehnat intensivligi ish vaqti birligi mobaynida sarflangan mehnat miqdori orqali tavsiflanuvchi ko'rsatkich hisoblanadi. Mehnat intensivligining oshishi amalda ish vaqtining ko'payganligini anglatadi.

Individual yoki o'rtacha ijtimoiy mehnat intensivligi tushunchalari farqlanadi. Muayyan ishlab chiqarish munosabatlari sharoitida **individual intensivlik** ishchining yoshi, uning mahorat darajasi, jismoniy va aqliy qobiliyatlariga bog'liq bo'ladi.

Mehnatning o'rtacha intensivligi – bu umumlashma tushuncha bo'lib, alohida shaxs, alohida korxonalar va tarmoq, mamlakatning turli hududlarida mavjud bo'lgan individual miqdorlardan tarkib topadi. «O'rtacha intensivlik» tushunchasi mehnat intensivligining faqat miqdor tomonini tavsiflab, u yoki bu ishlab chiqarish usuli sharoitidagi intensivlikning mohiyati va mazmunini aks ettirmaydi.

3. Qiymatning mehnat nazariyasi va keyingi qo'shilgan miqdor nafiligi nazariyalari

Qiymatning mehnat nazariyasi. Bu nazariyaning asoschilari Uilyam Petti, Adam Smit, David Rikardolardir.

U.Petti – qiymatning mehnat nazariyasining dastlabki asoschisi bo'lib, u qiymatning manbai mehnat hisoblanishini, aynan mehnat sarfi tovar qiymati miqdorini belgilab berishini ko'rsatib o'tgan. Biroq, U.Petti tovarning iste'mol qiymati va qiymati o'rtasidagi farqni ko'ra olmagan. U tovarning qiymati faqat qimmatbaho metallarni ishlab chiqarishga sarflanuvchi mehnat orqali yaratiladi, deb hisoblagan.

Qiymatning mehnat nazariyasi tovarlarni ayirboshlash ularning qiymati asosida amalga oshiriladi. Qiymatning miqdori esa, ijtimoiy zaruriy mehnat sarflari bilan, ya'ni ijtimoiy zaruriy ish vaqti bilan o'lchanadi, ijtimoiy zarur ish vaqti o'ziga xos ijtimoiy mehnat me'yori rolini o'ynaydi.

Qiymat qonunining tartibga solib turuvchi mexanizmi raqobat kurashi natijasida bozor narxlarining stixiyali ravishda tebranib turishidan, ularning ijtimoiy qiymatdan farq qilib turishidan iborat. Tovar narxining ijtimoiy qiymatidan chetga chiqish shart-sharoitlari quyidagilardan iborat.

Talab = taklif bo'lgan holda: narx = qiymat.
Talab > taklif bo'lgan holda: narx > qiymat.
Talab < taklif bo'lgan holda: narx < qiymat.

Keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasi, qiymatning mehnat nazariyasiga ko'ra, mehnat sarflarining ijtimoiy zaruriy darajasi faqat bozorda, ayirboshlashda yuzaga chiqadi. Qiymat faqat bozorda almashuv qiymat ko'rinishida o'zining ifodalanish shaklini oladi.

Keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasining asoschilari bo'lib avstriya maktabi vakillari K.Menger (1840-1921), F.Vizer (1851-1926), E.Bem-Baverk (1851-1914) va boshqalar hisoblanadi. Hozirda bu nazariya g'oyalarini bir qator olimlar qo'llab-quvvatlab, rivojlantirib kelmoqdalar. Mazkur nazariyaga ko'ra, kishilar tomonidan juda xilma-xil moddiy va ma'naviy ne'matlar (hamda xizmatlar) ularni ishlab chiqarishga ijtimoiy zaruriy mehnat sarflanganligi uchun emas, balki ushbu ne'matlar naflilikka ega bo'lishi sababli qadrlanadi.

Keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasi tarafdorlari, naflilikning ikki turini ajratib ko'rsatish zarur deb hisoblaydilar:

- a) abstrakt yoki umumiy naflilik, ya'ni ne'matlarning kishilar biron-bir ehtiyojlarini qondirish layoqati;
- b) aniq naflilik, bu ne'mat mazkur nusxasi foydaliligining sub'ektiv narxini bildiradi.

Bu subyektiv narx ikki omilga bog'liq: mazkur ne'matning mavjud zahirasi va unga bo'lgan ehtiyojning to'yinganlik darajasi.

Keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasi tarafdorlari subyektiv naflilik miqdorini hisoblashda G.Gossen (nemis iqtisodchisi, 1810-1858 yy.) qonunidan foydalanadilar. Bu qonun so'nggi qo'shilgan miqdor nafliligining pasayib borishini ifodalab, Gossenning birinchi qonuni deb ataladi. Mazkur qonunga binoan, ehtiyoj qondirilib borilishi bilan «to'yinganlik darajasi» o'sadi, aniq qo'shilgan miqdor nafliligi esa pasayadi («zaruriy ehtiyoj» darajasi). Bu mazkur ehtiyojni qondiruvchi har bir navbatdagi qo'shimcha ne'mat oldingisiga qaraganda kamroq naflilikka ega bo'lishini bildiradi, ne'matlar zahirasi cheklangan bo'lganda esa uning «zaruriy ehtiyojni» qondiruvchi keyingi nusxasi mavjud bo'ladi. Bundan shunday xulosa kelib chiqadiki, mazkur turdagi barcha ne'matlarning qiymati ularning eng so'nggi qo'shilgan miqdorining nafliligi bilan aniqlanadi.

O'zining birinchi qonunidan kelib chiqqan holda, Gossen ikkinchi qonuni ham ishlab chiqadi. Unga ko'ra, «iste'mol qilinayotgan turli ne'matlarning umumiy miqdori shunday tarzda aniqlanadiki, bunda sotib olingan bir necha turdagi ne'matning so'nggi qo'shilgan miqdori nafliligi o'zaro bir-biriga teng bo'ladi».¹ Boshqacha aytganda, har bir iste'molchi bir vaqtning o'zida ko'plab turdagi ne'matlarni iste'mol qilish uchun ularning shunday to'plamini sotib oladiki, bu to'plamdagi har bir ne'matning so'nggi qo'shilgan miqdori nafliligi o'zaro teng bo'ladi yoki iste'molchida bir xil miqdordagi qoniqish hosil qiladi.

Qiymat va narx nazariyasida yangi yo'nalishni boshlab bergan kishi mashhur ingliz iqtisodchisi A.Marshall hisoblanadi. Tovarlarining qiymatini aniqlashda mehnat nazariyasi ham, qo'shilgan naflilik nazariyasi ham yetarli asosga ega emas, deb hisoblagan A.Marshall bir nechta nazariyalarni sintez qilish yo'li bilan aniqlik kiritishga harakat qildi. Qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasining bir tomonligini u qiymatni faqat naflilik bilan tushuntirishda ko'rdi.

A.Marshall nazariyasida esa qiymat va narx ham talab (qo'shilgan miqdor nafliligi) va ham taklif (tovar ishlab chiqarish harajatlari) tomonida yotuvchi bozor kuchlari o'zaro ta'siri orqali aniqlanadi.

A.Marshall fikricha, tovar qiymati teng darajada keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi va ishlab chiqarish xarajatlari bilan aniqlanadi. Shunday qilib, A.Marshalldan boshlab iqtisodiyot nazariyasida turli nazariyalarni sintez qilishga o'tildi.

Pulning kelib chiqishi turli nazariyotchilar tomonidan tovar ayirboshlash jarayonining rivojlanishi bilan bog'liq holda tushuntiriladi.

Pulning vujudga kelishi va mohiyatining turli ilmiy konsepsiyalari mavjud bo'lib, ular orasida ratsionalistik va evolyusion konsepsiyalar muhim o'rin tutadi.

Ratsionalistik konsepsiya pulning kelib chiqishini kishilar o'rtasidagi bitim, kelishuv natijasi sifatida izohlaydi. Bu holat ularning tovarlarni ayirboshlash chog'ida qiymatlarning harakatlanishi uchun maxsus vositalar zarurligiga amin bo'lishiga asoslanadi.

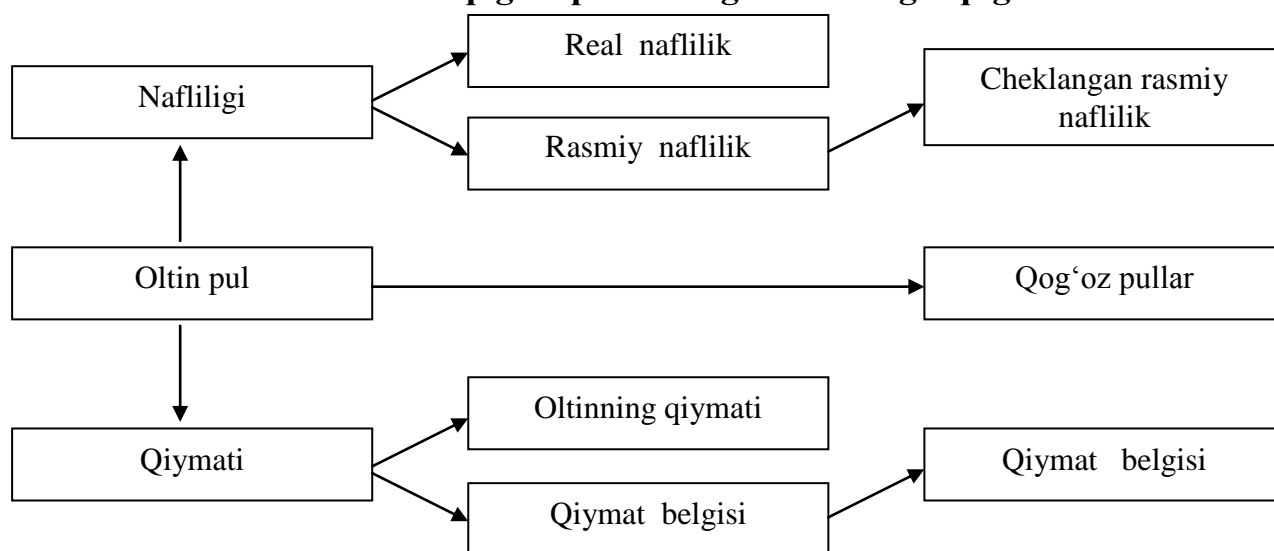
Pul – bu hamma tovarlar va xizmatlarni sotish va sotib olish mumkin bo'lgan umumiy ekvivalent rolini o'ynovchi maxsus tovardir.

Pulning vazifalari:

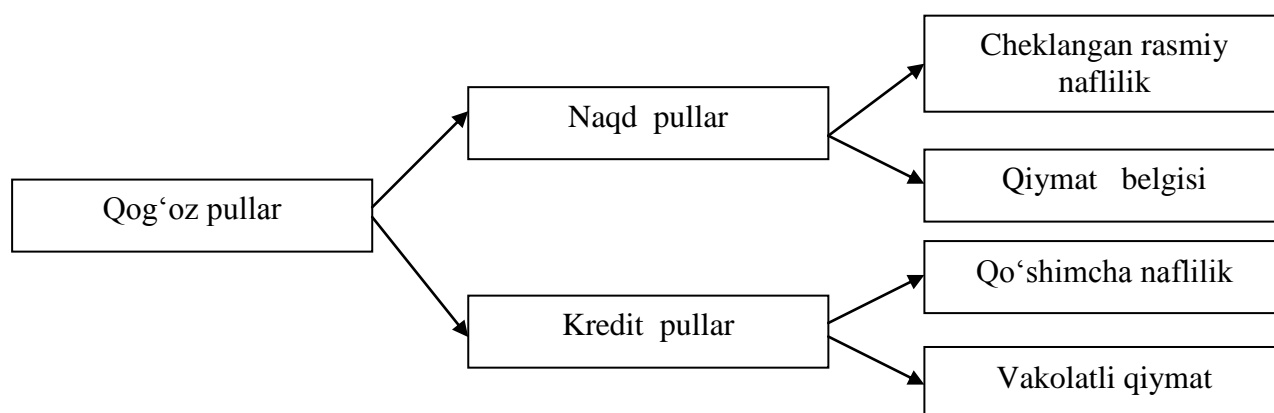
- 1) qiymat o'lchovi;
- 2) muomala vositasi;
- 3) boylik to'plash vositasi;
- 4) to'lov vositasi.

Qog'oz pul umumiy ekvivalentlik vazifasini bajarganda, boshqa tovarlar qiymati bevosita qiymatga ega bo'lgan tovar (oltin) bilan emas, balki qiymat belgisiga ega bo'lgan vakolatli «tovar» bilan o'lchanadi.

Oltin va qog'oz pullarning o'zaro bog'liqligi.



Qog'oz pullar ikkita tarkibiy qismga ajraladi:



Xulosalar:

1. Tovar ishlab chiqarish va ayirboshlashning paydo bo'lishi ijtimoiy mehnat taqsimotining hamda xususiy mulk kelib chiqib, ishlab chiqaruvchilar alohidalashuvining rivojlanishi bilan bog'liq.

2. Tovarning nafliligi va qiymati inson mehnati bilan yaratiladi, faqat birinchisi aniq mehnat mahsuli, ikkinchisi abstrakt mehnat.

3. Qiymat mehnatning ijtimoiy xossasi bo'lib, unda tabiat ashyolarining birorta ham molekulasi, zarrachasi yo'qdir. Qiymatning asosida odamlar bir-birlari uchun mehnat qilishlarini bildiruvchi ijtimoiy mehnat yotadi. Biroq, alohidalashgan tovar ishlab chiqaruvchilar mehnati singari o'zining ijtimoiy xususiyatini faqat mehnat mahsullarini ayirboshlash orqali ko'rsatadi.

4. Tovar qiymatini aniqlash borasida iqtisodiyot nazariyasida ikki xil yondashuv bor: qiymatning mehnat nazariyasi va keyingi qo'shilgan miqdor nafliligi nazariyasi. Birinchisi tovar qiymatini unda mujassamlashgan ijtimoiy zaruriy mehnat tashkil qiladi desa, ikkinchisi tovarning qiymatini uning nafliligi, ayniqsa, keyingi qo'shilgan tovar nafliligi belgilab beradi, deb ko'rsatadi.

5. Tovarlarini ayirboshlash jarayonining uzoq vaqt rivojlanishi natijasida umumiy ekvivalent vazifasini bajaruvchi, boshqa hamma tovarlarini ayirboshlash mumkin bo'lgan alohida tovar pul sifatida ajralib chiqadi.

6. Pul o'zining rivojlanish tarixida quyidagi bosqichlarni bosib o'tdi: tovar pullar (pul o'rnini har xil mahsulotlar bosgan); to'la qiymatga ega pullar (oltin yoki kumush); to'la qiymatga ega bo'lmagan pullar (qog'oz pullar, oddiy metall tangalar); kredit pullar (veksel, banknot, chek, kredit kartochka).

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Ijtimoiy xo'jalik shakllariga umumiy tavsif bering. Tovar ishlab chiqarish va bozorning vujudga kelishining umumiy shart-sharoitlarini tushuntiring.

2. Nima uchun tovarga naflilik (iste'mol qiymat) va almashuv qiymatining birligi sifatida qaraladi? Tovardagi bu ikki xil xususiyat nimadan kelib chiqadi?

3. Keyingi (so'nggi) qo'shilgan miqdor (tovar va xizmat) nafliligi nima va uning pasayish sababini tushuntiring.

4. Tovarlarining qiymatini aniqlashga bo'lgan quyidagi fikrlarga o'zingizni munosabatingizni bildiring:

a) ijtimoiy zaruriy mehnat sarflari bilan belgilanadi;

b) keyingi qo'shilgan tovarlarining nafliligi bilan aniqlanadi;

v) keyingi qo'shilgan tovarlarining nafliligi va ishlab chiqarish xarajatlari bilan aniqlanadi.

5. Pulning mazmunini va vujudga kelishining umumiy shart-sharoitlarini tushuntirib bering.

6. Oltin pul va qog'oz pul o'rtasidagi umumiylik va farqlarini ko'rsatib bering.

7. Qog'oz va kredit pullarning qadr-qiymati va barqarorligi nima bilan belgilanadi?

5- MAVZU. BOZOR IQTISODIYOTINING MAZMUNI VA AMAL QILISHI RELA.

1. Bozor iqtisodiyotining mazmuni va uning asosiy belgilari.
2. Bozor iqtisodiyotida doimiy va asosiy muammolarning hal qilinishi.
3. Bozor iqtisodiyotining afzalliklari va ziddiyatlari.
4. Bozor tushunchasi va bozorning vazifalari.
5. Bozorning turlari va tuzilishi.
6. Bozor infratuzilmasi va uning unsurlari.

1. Bozor iqtisodiyotining mazmuni va uning asosiy belgilari.

Bozor iqtisodiyoti – bu tovar ishlab chiqarish, ayirboshlash va pul muomalasi qonun-qoidalari asosida tashkil etiladigan va boshqariladigan iqtisodiy tizimdir. Bunday iqtisodiyot erkin tovar – pul munosabatlariga asoslanadi, uning negizida tovar va pulning turli shakllardagi harakati yotadi, iqtisodiy monopolizmni inkor etadi. Hozirgi zamon iqtisodiy nazariyalarida bozor iqtisodiyoti deganda bozor xo‘jaligi subyektlari iqtisodiy xatti-harakatlarining erkin, mustaqil ravishda yuz berishi va ularning tovar-pul mexanizmi orqali bir-biriga bog‘lanib muvofiqlashuvi deb baho beradilar.

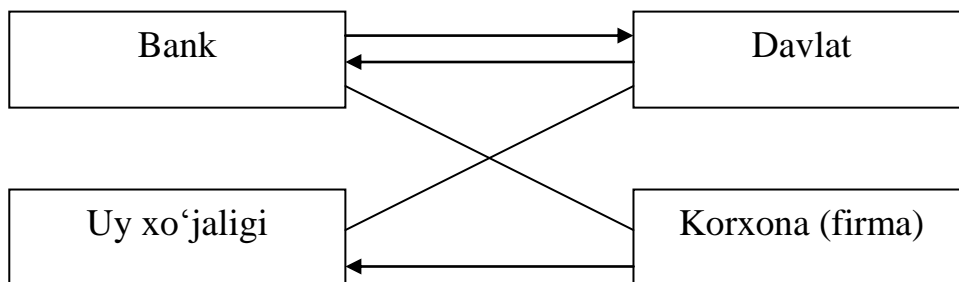
Odatda, bozor xo‘jaligining barcha asosiy subyektlari uchta guruga bo‘linadi: uy xo‘jaliklari, korxonalar (tadbirkorlik sektori) va davlat.

Uy xo‘jaliklari – iqtisodiyotning iste‘mol sohasida faoliyat qiluvchi asosiy tarkibiy birlik. Uy xo‘jaliklari doirasida moddiy ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarida yaratilgan tovar va xizmatlar iste‘mol qilinadi.

Tadbirkorlik sektori – bu daromad (foyda) olish maqsadida amal qiluvchi iqtisodiyotning birlamchi bo‘g‘inlaridir. U ish yuritish uchun o‘z kapitalini yoki qarz olingan kapitalni ishga solishni taqozo etadi, bu kapitaldan olingan daromad ishlab chiqarish faoliyatini kengaytirish uchun sarflanadi. Tadbirkorlar tovar xo‘jaligida tovar va xizmatlarni yetkazib beradi.

Davlat – foyda olishni maqsad qilib qo‘ymagan, asosan iqtisodiyotni tartibga solish vazifasini amalga oshiradigan, har xil byudjet tashkilotlari va muassasalari sifatida namoyon bo‘ladi.

Bank – iqtisodiyotning me‘yorda amal qilishi uchun zarur bo‘lgan pul massasi harakatini tartibga soluvchi moliya-kredit muassasasi.



Bozor xo'jaligi subyektlari o'zaro aloqasining umumiy modeli.

Bozor iqtisodiyotining muhim va umumiy belgilari

- turli shakllardagi mulkchilikning mavjud bo'lishi va unda xususiy mulkchilikning ustun turishi;

- tadbirkorlik va tanlov erkinligi;

- raqobat kurashning mavjudligi;

- davlatning iqtisodiyotga cheklangan holda aralashuvi;

- korxonona va firmalarning ichki va tashqi shart-sharoitlar o'zgarishlariga moslashuvchanligi.

Bozor iqtisodiyotining bu belgilari uning hamma bosqichlari uchun umumiydir. Lekin bozor iqtisodiyotining mazmuni va belgilari haqida gap borganda bu iqtisodiyotning tarixda tarkib topgan ikki turini bir-biridan farq qila bilish zarurdir. Uning birinchi ko'rinishi uzoq vaqt davomida shakllanib, g'arbdagi rivojlangan mamlakatlarda XIX asrning oxirlarigacha davom etib keldi. U iqtisodiy adabiyotlarda **klassik yoki sof bozor iqtisodiyoti** deb nom oldi.

Klassik yoki sof bozor iqtisodiyotining asosiy belgilari:

a) xususiy mulkchilikka asoslangan holda iqtisodiy faoliyat yuritish;

b) kapital va ishlab chiqarishning korxonona miqyosida umumlashganligi;

v) tadbirkorlar, ishchilar, ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarning shaxsiy erkinligi;

g) tadbirkorlarning yuqori foyda olish uchun kurashlari;

d) iqtisodiyotning talab va taklif, erkin bozor narxi va raqobat kurashlari asosida tartiblanishi;

e) aholining ijtimoiy himoya qilinmasligi, ishsizlikning va aholi ijtimoiy tabaqalashuvining kuchayishi.

Bozor iqtisodiyotining ikkinchi ko‘rinishi **hozirgi zamon rivojlangan bozor iqtisodiyoti** deb atalib, XIX asrning oxiri va XX asr boshlaridan buyon amal qiladi. Uning asosiy belgilari:

a) mulkchilikning turli shakllariga ya’ni, xususiy, davlat, jamoa, aralash va boshqa mulk shakllariga asoslanib iqtisodiy va tadbirkorlik faoliyati yuritilishi;

b) kapital va ishlab chiqarishning yuqori darajada umumlashganligi, mulkning bir qismi yirik monopoliyalar va davlat qo‘lida to‘planib, milliy va xalqaro miqyosda umumlashganligi;

v) iqtisodiyotni tartibga solishda davlatning faol ishtiroki. Bunda davlat fan-texnika taraqqiyoti va boshqa omillarni hisobga olib, turli iqtisodiy tadbirlarni, rivojlanish istiqbolini aniqlash, turli sohalar va tarmoqlar o‘rtasidagi nisbatlarni tartibga solish chora-tadbirlarini belgilash vazifalarini bajaradi;

g) xo‘jaliklarni yuritishda reja usulidan foydalanishning kuchayishi (biznes rejasi, marketing tizimi orqali boshqarish);

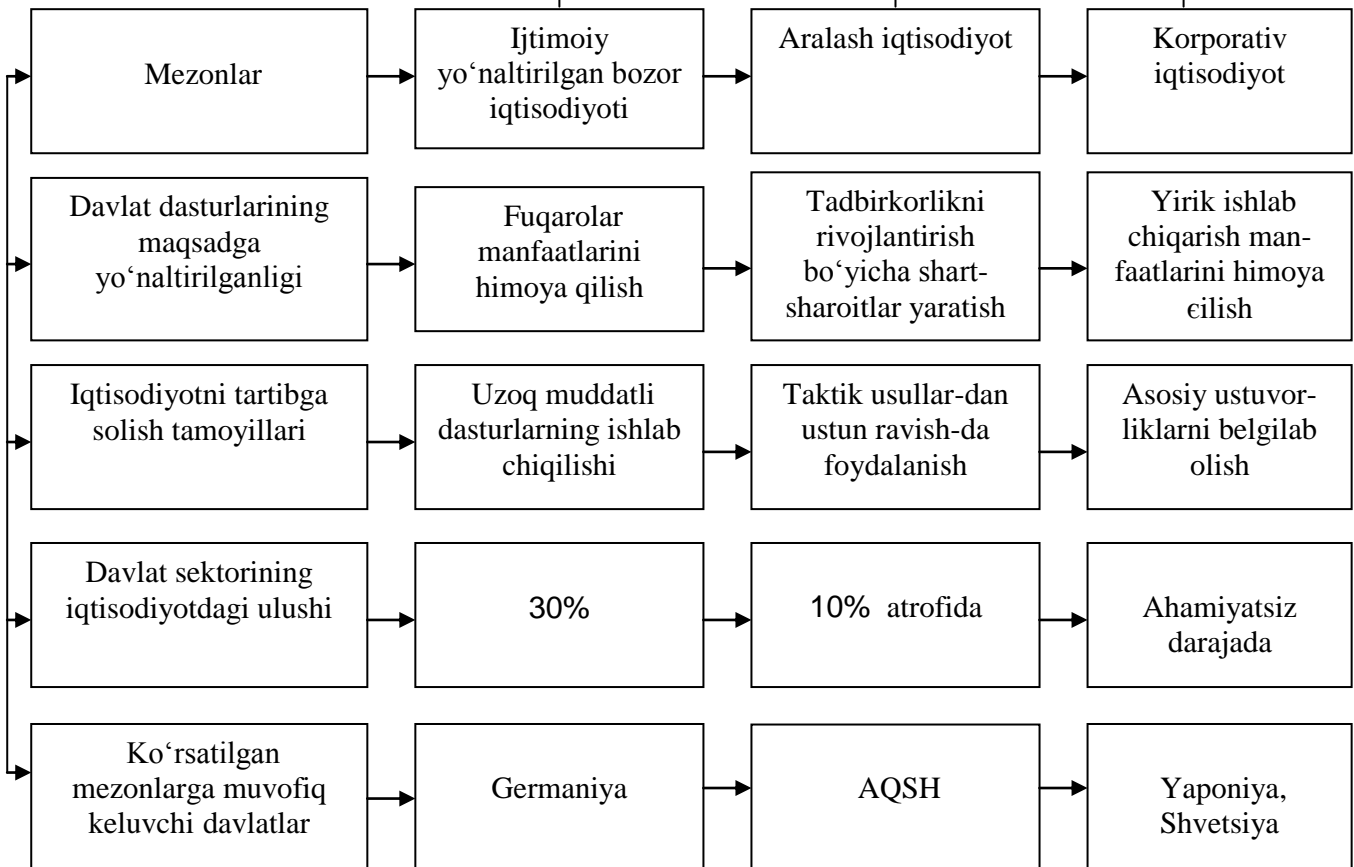
d) ijtimoiy himoyaning kuchayishi. Bunda davlatga, jamoalar va xususiy kishilarga tegishli turli xil ijtimoiy ta’minot va ijtimoiy sug‘urta fondlarining vujudga kelishi.

Hozirgi zamon bozor xo‘jaligi iqtisodiyot xususiy va davlat sektorlarining o‘zaro aloqasiga asoslanadi. Iqtisodiyotga ta’sirning intensivligi darajasi hamda davlat tomonidan hal etiluvchi ustuvor vazifalardan kelib chiqqan holda, zamonaviy bozor iqtisodiyotining quyidagi modellari farqlanadi (2-chizma).

Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, ba’zi bir o‘quv adabiyotlarida bozor iqtisodiyotini bosqichlarga ajratishda ma’lum noaniqlik, chalkashliklarga yo‘l qo‘yilgan. Jumladan, D.Tojiboeva uning dastlabki («kurtak»), erkin, tartibga solinuvchi va deformatsiyalashgan bosqichlarini ajratib ko‘rsatadi¹.

¹ Тожибоева Д. Иқтисодиёт назарияси: Олий ўқув юрглари талабалари учун ўқув кўлланма./Акад. М.Шарифхўжаевнинг илмий тахрири остида. – Т.: «Ўқитувчи». 2002. 61-63 б.

Zamonaviy bozor xo'jaligi modellari



2. Bozor iqtisodiyotida doimiy va asosiy muammolarning hal qilinishi.

Bozor iqtisodiyotiga yo'l tutgan har qanday mamlakat bu iqtisodiyotning qanday amal qilishini tushunib olish va oldiga qo'ygan vazifalarni muvaffaqiyatli hal qilish uchun iqtisodiyotning umumiy muammolari bo'lgan bir qator savollarga javob topishi zarur.

Nima va qancha miqdorda ishlab chiqarish zarur?

Qanday texnika va texnologiya bilan ishlab chiqarish zarur?

Kim uchun ishlab chiqarish zarur? - kabi har doim bo'ladigan umumiy muammolar shular jumlasidandir.

Agar bu savollarni umumiy ravishda qo'yib, unga taraqqiyotning hamma bosqichlariga hos bo'lgan umumiy javobni beradigan bo'lsak ularni lo'nda qilib quyidagicha tushuntirish mumkin:

- aholi ehtiyoji uchun zarur turda va miqdorda tovar va xizmat ishlab chiqarish;

- mavjud resurslardan samarali foydalanib, yangi texnika va texnologiya asosida ishlab chiqarish;

- aholi iste'moli uchun zarur ne'matlarni ishlab chiqarish deb javob berish mumkin.

Lekin bozor iqtisodiyoti davrida bu savollarga o'zgacha javob beriladi. Bu javoblar bozor iqtisodiyotining o'ziga xos tarixiy xususiyatidan, uning talablari va qonun-qoidalaridan kelib chiqadi.

Bozor tizimi puldor iste'molchining xoxishini, korxonalar talabini hisobga oladi, ular uchun ishlab chiqaradi va bu qarorni resurslarni yetkazib beruvchilarga uzatadi hamda ulardan tegishli javob olishga erishadi.

Tovarlar qanday ishlab chiqariladi yoki ishlab chiqarish qanday tashkil qilinadi, degan savolga ham bozor iqtisodiyoti sharoitida o'ziga hos javob bo'ladi. Bunda uchta uzviy bog'liq masalaga e'tibor beriladi:

- alohida tarmoqlar o'rtasida resurslar qanday taqsimlanishiga;

- ishlab chiqarishni qanday korxonalar amalga oshira olishiga;

- har bir korxonada resurslarning qanday uyg'unlashuvini va qanday texnologiyani tanlashiga.

Bozor tizimi, resurslarni, avvalo mahsulotlariga iste'molchi ancha yuqori talab bildiradigan va bu mahsulotlarni ishlab chiqarish foyda keltiradigan tarmoqlarga yo'naltiradi. Foyda bermaydigan tarmoqlar resurslardan mahrum bo'ladi.

Bozor iqtisodiyoti so‘zsiz texnika taraqqiyoti uchun rag‘bat yaratadi. Ishlab chiqarish harajatlarini kamaytirishga olib keluvchi texnologiyani birinchi qo‘l-lash, korxonaning o‘z raqobatchilari oldidagi vaqtinchalik ustunligini ta‘minlaydi. Ishlab chiqarish harajatlarining pasayishi korxonaning iqtisodiy foyda olishini bildiradi. Bundan tashqari, bozor tizimi yangi texnologiyaning tez tarqalishi uchun sharoit ham yaratadi. Shunday qilib, bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir korxonaga yuqori foyda berishi mumkin bo‘lgan texnika va texnologiya yordamida ishlab chiqarishni amalga oshiradilar.

Qisqacha xulosa qilib aytadigan bo‘lsak bozor iqtisodiyoti sharoitida:

- a) foyda beradigan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqariladi.
- b) puli bor, yuqori foyda olish imkonini beradigan haridorlar uchun ishlab chiqariladi.
- v) yuqori foyda olishni ta‘minlaydigan, tejash imkonini beradigan texnika va texnologiya yordamida ishlab chiqariladi.

3. Bozor iqtisodiyotining afzalliklari va ziddiyatlari.

Bozor iqtisodiyotining afzalliklari bizning oldingi bayon qilgan tahlil-larimizdan va fikrlarimizdan ma‘lumdir. Bu tahlillardan uchtasi ayniqsa e‘tiborga loyiq.

1) **Resurslarni taqsimlashning samaradorligi.** Bozor tizimi resurslarni samarali taqsimlashga yordam beradi. Buning mazmuni shuki, raqobatli bozor tizimi resurslarni jamiyatga eng zarur bo‘lgan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishga yo‘naltiradi. U ishlab chiqarish uchun resurslarni uyg‘unlashtirishning ancha samarali usullarini va ishlab chiqarishga yangi, ancha samarali texnologiyani qo‘llashni taqozo etadi. Qisqasi, bozor tizimi shaxsiy manfaatni shunday tartibda boshqaradiki, u jamiyat uchun mavjud resurslardan zarur tovarlarni talab darajasidagi miqdorda ishlab chiqarishni ta‘minlaydi.

2) **Erkinlik** – bozor iqtisodiyoti tizimining muhim afzalliklaridan biri shundaki, u shaxsiy erkinlik roliga ustivorlik beradi. Ko‘plab ayrim shaxslar va korxonalar iqtisodiy faoliyatini uyg‘unlashtirish tashkil qilishning asosiy muammolaridan biridir. Bunday uyg‘unlashtirishni amalga oshirishning ikki usuli mavjud. Biri – markazdan boshqarish va majbur qilish tadbirlarini qo‘llash; ikkinchisi – bozor tizimi vositasi orqali ixtiyoriy hamkorlik. Faqat bozor tizimigina iqtisodiy faoliyatni majbur qilmasdan uyg‘unlash-tirishga layoqatlidir. Bozor iqtisodiyoti tadbirkorlik va tanlash erkinligini namoyish qiladi, xususan shu asosda u muvaffaqiyatga erishadi.

3) Bozor iqtisodiyotining yana bir afzalligi shundaki, bunda har bir shaxs, korxonalar, firma va korporatsiyalar **tinimsiz harakatda va izlanishda** bo‘lishadi. Chunki xo‘jasizlik, susqashlik, beg‘amlilik har qanday xo‘jalik tizimini xonavayron qilishga olib keladi. Jismoniy va yuridik shaxslar raqobatga bardosh berish, doimiy ravishda foyda olishni ta‘minlash uchun kurashadi. Natijada bozor iqtisodiyoti million-million kishilarni xarakatga soladi, ularni boqimandalik kayfiyatidan qutqaradi.

Bozor iqtisodiyotning yuqorida ko‘rib chiqilgan asosiy afzalliklari bilan bir qatorda boshqa ko‘plab **ijobiy jihatlari** ham sanab o‘tish mumkin. Jumladan:

- uning ishlab chiqarishning o‘zgaruvchan sharoitlariga moslashuvi va ko‘nikishining yuqori darajasi;

- fan va texnika yutuqlaridan foydalanish, ularni ishlab chiqarishga joriy etishning jadal sur‘ati;

- turli-tuman ehtiyojlarni qondirish, mahsulot sifatini oshirish qobiliyati;

- buzilgan muvozanatni nisbatan tezlik bilan qayta tiklash;

- cheklangan axborot – turli resuslarning narx darajasi va ularning sarflanish darajasiga yo‘nalgan holda bozor iqtisodiyotining muvaffaqiyatli amal qila olish imkoniyati.

Bozor iqtisodiyotining ziddiyatlari shundaki, bozor iqtisodiyoti o‘zining bosh nazorat mexanizmi – raqobatning kuchsizlanishiga yo‘l qo‘yadi va hatto buni rag‘batlantiradi. Bunday iqtisodiyotda raqobat kuchsizlanishining ikkita asosiy manbai mavjud.

1) Bozor iqtisodiyotidagi erkin muhitda tadbirkorlar foyda ketidan quvib va o‘z iqtisodiy mavqeiini yaxshilashga intilib, raqobatning cheklangan yo‘lidan ozod bo‘lishga harakat qiladilar. Firmalarning qo‘shilib ketishi, kompaniyalarning xufyona kelishuvi, shafqatsiz raqobat – bularning hammasi raqobatning kuchsizlanishi va uning tartibga soluvchilik ta‘sirining pasayib borishiga olib keladi.

2) Bozor tizimi rag'batlantiradigan texnika taraqqiyoti ham raqobatning zaiflashishiga olib keladi. Eng yangi texnologiya, odatda: a) juda katta miqdordagi real kapitaldan foydalanishni; b) yirik bozorlar bo'lishini; v) kompleksli, markazlashgan va qat'iy bir butun bo'lib birlashgan bozorning tarkib topishi; g) boy va ishonchli xom ashyo manbalarini talab qiladi. Bunday texnologiya bozorning hajmiga nisbatan keng miqyosdagi hisoblanuvchi ishlab chiqaruvchilar mavjud bo'lishi zarurligini bildiradi.

Tovarlar hajmi bilan pul massasi o'rtasidagi ro'y berib turadigan nomuvofiqlikni bartaraf eta olmasligi ham bozor iqtisodiyotining ziddiyati hisoblanadi va bu - pulning qarsizlanishi - inflyatsiya bilan birga boradi.

Bozor iqtisodiyotining asosiy ziddiyatlari bilan bir qatorda quyidagi **kamchilik yoki salbiy jihatlari** ham mavjud:

- atrof-muhitni ishlab chiqarish va boshqa faoliyat turlari ta'siridan muhofaza qilish mexanizmining mavjud emasligi;

- resurslarning qayta tiklanmaydigan turlarini saklash imkoniyatining yo'qligi;

- mehnat qilish bilan bog'liq kafolatlarning mavjud emasligi;

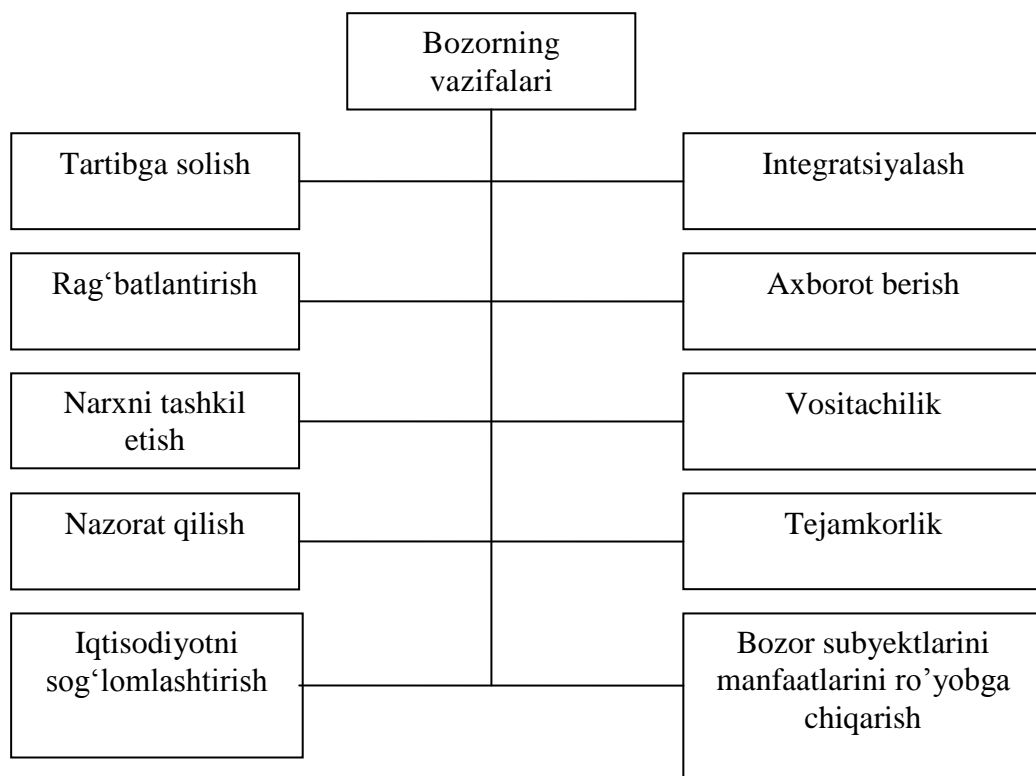
- fanda fundamental va amaliy tadqiqotlarning rivojlanishiga ko'maklashuvning yo'qligi;

- rivojlanishning beqarorligi hamda ishlab chiqarishning pasayishi va inflyatsiya jarayonlarining mavjudligi.

4. Bozor tushunchasi va bozorning vazifalari.

Bozor tovarlarni ishlab chiqarish va ayirboshlash, pulning vujudga kelishi, ularning rivojlanishi natijasida kelib chiqqan tarixiy tushuncha bo'lib, hozirgi davrda keng tarqalgan obyektiv iqtisodiy jarayondir.

Bozor ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar, sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida pul orqali ayirboshlash (oldi-sotdi) jarayonida bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar yig'indisidir.



Bozorning vazifalari.

Bozor turli xil vazifalarni bajarsa-da, ular o'zaro bog'liq va bir-birini taqozo qiladi. Bozorning mazmunini to'laroq tushunmoq uchun uning turlarini va ichki tuzilishini bilish zarur.

5. Bozorning turlari va tuzilishi.

Hozirgi davrdagi bozor murakkab tuzilishga egadir. Bozorning ichki tuzilishi murakkab bo'lganligi sababli uni turkumlashga har xil mezonlar asos qilib olinadi.

- Bular bozorning yetuklik darajasi,
- sotiladigan va sotib olinadigan mahsulot turi,
- bozor subyektlari xususiyatlari,
- bozor miqyosi,
- iqtisodiy aloqalar tavsifi,
- hududiy jihatdan va boshqalar.

Bozorning **yetuklik darajasiga qarab** rivojlanmagan bozor, klassik (erkin) bozor, hozirgi zamon rivojlangan bozorlarga bo'linadi. Rivojlanmagan, shakllanayotgan bozor ko'proq, tasodifiy tavsifga ega bo'lib, unda tovarni tovarga ayirboshlash usuli (barter) ko'proq qo'llaniladi.

Hozirgi zamon rivojlangan bozori – bunda davlat ham bozor ishtirokchisi bo‘lib, bozor ancha tartiblashtiriladi va boshqariladi, turli xil birjalar va boshqa oldi-sotdi jarayoniga xizmat qiluvchi sohalar rivojlangan bo‘ladi, raqobat kurashlari aholining tabaqalashuvi yumshatilib, ularning daromadlari darajasi o‘rtasidagi farqlar kamayadi

Bozor **hududiy jihatdan** ham turlicha bo‘lishi mumkin. Bular mahalliy bozorlar (Toshkent bozori, Samarqand bozori, Urgut bozori, London bozori, Nyu-York bozori, Pekin bozori va boshqalar); milliy bozorlar (O‘zbekiston bozori, Rossiya bozori, Ukraina bozori, Angliya bozori, Amerika bozori, Xitoy bozori va boshqalar); hududiy bozorlar (Markaziy Osiyo yoki Osiyo bozori, G‘arbiy Evropa bozori) va nihoyat jahon bozori.

Sotiladigan va sotib olinadigan tovar, xizmat turiga ko‘ra bozorlar quyidagi turlarga bo‘linadi: iste‘mol tovarlari va xizmatlari bozori, ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi (resurslar) bozori, valyuta bozori va fond birjalari, ilmiy texnika kashfiyoti va ishlanmalar bozori.

Muomalaga chiqadigan subyektlarning xususiyatiga ko‘ra ulgurji va chakana savdo to‘g‘risida gap yuritiladi. Chakana savdoda asosan sotib oluvchilar fuqarolar hisoblanadi. Turli shakldagi korxonalar, firmalar, xususiy do‘konlar va boshqalar esa sotuvchi hisoblanadi. Ulgurji savdoda davlat tomonidan qishloq xo‘jalik mahsulotlarini xarid qilish alohida o‘rin tutadi. Bunda asosiy xaridor davlat, sotuvchilar esa dehqon va fermerlar xo‘jaliklaridir.

Ishlab chiqarish vositalari (resurslar) bozorida tovar sifatidagi mehnat vositalari va materiallar oldi-sotdi qilinadi. Bu bozorda mashina, asbob-uskuna, xom ashyo, yoqilg‘i va materiallar kabi ishlab chiqarish vositalari yirik hajmda ko‘tarasiga (ulgurji) sotiladi. Resurslar bozoridagi tovarlar shaxsiy iste‘molga emas, ishlab chiqarish iste‘moliga xizmat qiladi, ya‘ni ishlab chiqarish talabini qondiradi.

Iqtisodiy resurslar bozorining tarkibiy qismini ishchi kuchi bozori tashkil qiladi. Ishchi kuchi bozorida – o‘ziga xos xususiyatga ega bo‘lgan iqtisodiy resursning oldi-sotdi bitimi amalga oshiriladi. Bu bozorda biznes tomonidan ishchi kuchiga bo‘lgan talab, uy xo‘jaliklari tomonidan bildirilgan ishchi kuchi taklifi bilan to‘qnash keladi.

Ishchi kuchi bozorining aniq namoyon bo'lish shakllaridan eng muhimi – mehnat birjasi. Mehnat birjasi – ishchilar va tadbirkorlar o'rtasidagi ishchi kuchini oldi-sotdi bitimini tuzishda vositachilikni amalga oshiruvchi va ishsizlarni ro'yxatga oluvchi muassasa.

Moliya bozori. Bu bozor turli-tuman va ko'p jihatli bo'lsa ham, oldi-sotdi obyekt bitta, ya'ni pul (pulga tenglashtirilgan qog'ozlar) hisoblanadi va turli xil shakllarda bo'ladi. Ortiqcha mablag'larga ega bo'lgan xo'jalik subyektlari, bu moliyaviy resurslarni, mablag'lar kamyobligini sezgan subyektlarga taklif qiladi.

Ssuda kapitali bozori – pul shaklidagi kapitalning foiz to'lash sharti bilan qarzga berilishidir. Bu bozorda qisqa muddatli majburiyatlar muomalada bo'ladi. Bular asosan davlat va banklarning majburiyatlari hisoblanadi.

Qimmatli qog'ozlar bozorida aksiya, obligatsiya, veksel, chek, depozit kabilar oldi-sotdi qilinadi. Bular davlat tomonidan chiqarilgan uzoq muddatli majburiyatlar hamda korporatsiyalarning aksiya va obligatsiyalaridan iboratdir. Bu bozorda broker va dilerlar vositachilik qiladi. Mazkur bozor amalda fond birjalari, auksionlar va banklardan iborat bo'ladi.

Qimmatli qog'ozlarning harakati xususiyati bo'yicha moliya bozori birlamchi va ikkilamchi (hosila) bozorlarga bo'linadi. Birlamchi bozorda yangi nusxadagi qog'ozlar sotiladi va sotib olinadi, ikkilamchi bozorda oldin chiqarilgan qimmatli qog'ozlar harakat qiladi.

Birlamchi bozorda qimmatli qog'ozlar sotilsa, ikkilamchi bozorda qayta sotiladi.

6. Bozor infratuzilmasi va uning unsurlari.

Bozor infratuzilmasi - bu bozor aloqalarini o'rnatish va ularning bir maromda amal qilishga xizmat ko'rsatuvchi muassasalar tizimidir. Unga ombor xo'jaligi, transport, aloqa xizmatlari ko'rsatuvchi korxonalar, tovar va xizmatlar muomalasiga xizmat qiluvchi muassasalar (birjalar, auksionlar, savdo uylari, savdo-sotiq idoralari va agentliklari kabilar), moliya-kredit munosabatlariga xizmat qiluvchi muassasalar (bank turidagi muassasalar, kreditlash idoralari, sug'urta va moliya kompaniyalari, soliq idoralari) va ijtimoiy sohaga xizmat ko'rsatuvchi muassasalar (uy-joy va kommunal xizmat idoralari, aholini ishga joylashtirish firmalari) kiradi. Axborot xizmati idoralari ham bozor infratuzilmasining alohida bo'g'inini tashkil qilib, ularga ma'lumotlarni to'plash, umumlashtirish va sotish bilan shug'ullanuvchi kompaniya va firmalar kiradi.

Birja - namuna (yoki standart)lar asosida ommaviy tovarlarning muntazam savdo-sotiq ishlarini o'tkazuvchi tijorat muassasalaridir. Tovar birjalaridan farq qilib, fond birjasida qimmatnarx qog'ozlar va chet el valyutalarining oldi-sotdisi amalga oshsa, mehnat birjasi ishchi kuchi egasi bilan uni yollovchi korxonaga o'rtasida turib, unga bo'lgan talab va taklifni bir-biriga bog'laydi.

Auksionlar - alohida xususiyatlarga ega bo'lgan tovarlarni sotish uchun muayyan joylarda tashkil qilingan maxsus kim oshdi savdo muassasasi. Auksionda savdo tovarlarning nisbatan cheklangan ro'yxati bo'yicha, ommaviy sotuvga qo'yish yo'li bilan o'tkaziladi. Auksion e'lon qilingan vaqtda va ma'lum davrda o'tkaziladi. Bunda tovarlarning bozorga kelib tushish mavsumi va hajmi hisobga olinadi. Auksion savdosida namuna tovarlar ro'yxatda ko'rsatilgan tartibda savdoga qo'yiladi, xaridorlar orasida eng yuqori narxni taklif qilgan kishi tovarni sotib oladi.

Savdo uylari - savdo muassasasining maxsus turi. U ixtisoslashgan yoki universal bo'lishi mumkin. Ixtisoslashgan savdo uyi ayrim tovarlar bilan (kiyim-kechak, oyoq kiyim, gazlama va h.k.) universal savdo uyi har xil tovarlar bilan savdo qiladi. Savdo uylari tarkibida savdo firmalari muhim o'rin tutadi. Ular tijorat ishini yurituvchi va ixtisoslashgan savdo-sotiq korxonalaridir. Firmalar mustaqil yoki yirik sanoat korporatsiyalari tarkibida ish yuritib, ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanadigan turlarga bo'linadi. Ayrim firmalar har ikkala savdo turi bilan ham shug'ullanadi.

Ulgurji savdo firmalari tovarlarni o'z mulkiga sotib olib, keyin iste'molchilarga sotadi.

Chakana savdo firmalari har xil shaklni olib, ular mustaqil do'konlar, maxsus do'konlar va supermarketlardan iborat bo'ladi.

Supermarket - bu xaridorning o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishiga asoslangan keng tarmoqli savdo korxonasi. U tovarlarning deyarli hamma turlari bilan, jumladan, import tovarlar bilan savdo qiladi. Supermarket xaridorlarga bepul maslahatlar beradi, tovarlarni buyurtma bo'yicha xaridor uyiga etkazadi, ularga madaniy-maishiy xizmat ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti subyektlarini moliyaviy axborotlar bilan ta'minlash bozor infratuzilmasining axborot xizmati idoralari, shu jumladan auditorlik firmalari zimmasiga tushadi. **Auditor firmalar** - korxonaga, firma, kompaniyalar moliyaviy xo'jalik faoliyatini tekshirib boruvchi, ular hisobotini ekspertizadan o'tkazuvchi idora.

Xulosalar:

1. Bozor va bozor iqtisodiyoti tovar va pul munosabatlarining rivoji natijasida vujudga keladi.
2. Bozor munosabatlarining subyektlari bir-biri bilan bog'liq va o'zaro aloqada bandlik, milliy daromad va ishlab chiqarishning umumiy hajmi kabi ijtimoiy ishlab chiqarish natijalarini aks ettiradigan va doimiy harakatda bo'ladigan daromadlar va harajatlar oqimini shakllantiradi.
3. Bozor munosabatlarining har bir ishtirokchisi o'z maqsad va manfaatlaridan kelib chiqib mustaqil qaror qabul qiladi. Aynan xo'jalik yurituvchi subyektlarning iqtisodiy erkinligi va mustaqilligi bozor ko'rinishidagi iqtisodiy munosabatlarni vujudga keltiradi hamda o'z rivojlanishining tabiiy-evolyutsion, dinamik xususiyatini belgilab beradi.
4. Bozor iqtisodiyoti – murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim bo'lib, birlashgan, o'zaro bog'langan va birgalikda harakatlanadigan bir qancha tarkibiy elementlarni o'z ichiga oladi.
5. Bozor iqtisodiyotining normal amal qilishi uchun uning infratuzilmasi shakllantiriladi. Bozor infratuzilmasi – bu bozor munosabatlariga ko'mak berishga qaratilgan ijtimoiy-iqtisodiy institutlar tizimidir.
6. Bozor iqtisodiyoti tizimining afzalligiga qaramay, shunday muammolar borki, ularni bozor yordamida hal etish mumkin emas yoki ehtimoli kam. Ana shunday muammolarni hal etish uchun davlat ularni o'z zimmasiga olishi kerak yoki bo'lmasa mavjud muammolarni hal etilishi uchun shart-sharoit yaratib berishi kerak.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Bozor iqtisodiyoti – tovar ishlab chiqarish, ayirboshlash va pul muomalasi qonun-qoidalari asosida tashkil etiladigan va boshqariladigan iqtisodiy tizimdir.

Bozor mexanizmi – bozor iqtisodiyotining faoliyat qilishini tartibga solishni va iqtisodiy jarayonlarni uyg'unlashtirishni ta'minlaydigan dastak va vositalardir.

Bozor – ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar (sotuvchilar va xaridorlar) o'rtasida pul orqali ayirboshlash jarayonida bo'ladigan munosabatlar yig'indisidir.

Bozor obyekti – bozorga, ayirboshlash munosabatlariga jalb qilingan iqtisodiy faoliyatning natijalari va iqtisodiy resurslar, tovar, pul va unga tenglashtirilgan moliyaviy aktivlardir.

Bozor subyekti – bozorning, ayirboshlash munosabatlarining qatnashchilaridir.

Bozor infratuzilmasi – ayirboshlash munosabatlariga xizmat qiluvchi muassasaviy tuzilmalardir.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Bozor iqtisodiyotining mazmuni va asosiy belgilari nimalardan iborat?
2. Klassik va hozirgi zamon bozor iqtisodiyotining umumiy tomonlarini va farqlarini tushuntirib bering.
3. Bozor iqtisodiyotining afzalliklari va ziddiyatlari nimalardan iborat?

4. Bozor iqtisodiyotining asosiy ishtirokchilari kimlar va ular o'rtasidagi iqtisodiy aloqalar qay tarzda kechadi?

5. Bozor tushunchasining ta'rifini bering va uning asosiy vazifalarini ko'rsating.

6. Bozorni turkumlashda qanday mezonlar asos qilib olinadi? Ularni sanab ko'rsating.

7. Yetuklik darajasiga qarab bozorning qanday turlari ajratiladi?

8. Bozor infratuzilmasi nima? Uning tarkibiy qismlari va asosiy unsurlariga ta'rif bering.

6-MAVZU. BOZOR IQTISODIYOTIGA O‘TISH DAVRI VA UNING O‘ZBEKISTONDAGI XUSUSIYATLARI REJA.

- 1.O‘tish davrining mazmuni. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish yo‘llari.**
- 2. O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o‘tishning tamoyillari va xususiyatlari.**
- 3. Respublikada bozor islohotlarini amalga oshirish va uning asosiy yo‘nalishlari.**
- 4. Bozor munosabatlariga o‘tish jarayonida strategik vazifalarining amalga oshirilishi.**

1.O‘tish davrining mazmuni. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish yo‘llari.

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrining umumiy mazmuni iqtisodiy munosabatlarning alohida unsurlarini isloh qilish yoki iqtisodiy siyosatga tuzatishlar kiritish emas, balki butun iqtisodiy munosabatlar tizimini o‘zgartirishdan iboratdir.

Ma‘muriy buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o‘tish davri - ma‘muriy-buyruqbozlik tizimini bartaraf etish yoki tubdan o‘zgartirish hamda bozor tizimining asoslarini shakllantirish jarayonlari amalga oshiriluvchi tarixiy davr tushuniladi.

Jahon tajribasida bozor iqtisodiyotiga o‘tishning barcha yo‘llari umumlashtirilib, quyidagi uchta asosiy turga bo‘linadi:

1) rivojlangan mamlakatlar yo‘li;

2) rivojlanayotgan mamlakatlar yo‘li;

3) sobiq sotsialistik mamlakatlar yo‘li;

4) sotsializm g‘oyalarini samarali bozor iqtisodiyotini vujudga keltirish mexanizmi bilan qo‘shib olib borish yo‘li (Xitoy, Vetnam).

Bu yo‘llar turli tuman va har xil bo‘lishiga qaramay ularda umumiylik mavjud-dir. Ularning umumiyliigi shundaki, ularning hammasi bozor iqtisodiyotiga o‘tishni maqsad qilib qo‘yadi va mazkur iqtisodiyotning qonun-qoidalari, amal qilish mexanizmi ko‘p jihatdan umumiy bo‘ladi. Shu bilan birga har bir yo‘lning o‘ziga xos xususiyatlari ham bor, bu esa bozor munosabatlarini shakllantirishning ijtimoiy-iqtisodiy, tarixiy, milliy sharoitlari har xil bo‘lishidan kelib chiqadi.

O'tish davrida bozor iqtisodiyotini shakllantirishning asosiy yo'nalishlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

1. Iqtisodiyotni erkinlashtirish. Erkinlashtirish - bu xo'jalik hayotining barcha sohalaridagi to'siq hamda cheklovlarni, shuningdek, davlat nazoratini keskin ravishda qisqartirish yoki bekor qilishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar tizimidan iborat. U butun iqtisodiyotga tatbiq etilib, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- xo'jalik faoliyatini amalga oshirishda davlat monopoliyasini bekor qilish;

- resurslarning markazlashgan holdagi taqsimotini tugatish;

- narxlarning asosan talab va taklif nisbati asosida shakllantirilishiga o'tish;

- ichki va tashqi bozorlarda transaksion bitimlar ustidan davlat nazoratini pasaytirish.

2. Iqtisodiyotni monopoliyadan chiqarish va raqobat muhitini yaratish. Bu yo'nalish quyidagi jarayonlarning amalga oshirilishini taqozo etadi:

- barcha iqtisodiy agentlarning ish faolligi uchun teng imkoniyat va sharoitlar yaratilishi;

- bozorga xorijiy raqobatchilar ham kirishi uchun imkon berilishi;

- kichik biznesning rivojlanishiga halaqit beruvchi ma'muriy to'siqlarni olib tashlash, imtiyozli kreditlar berish orqali qo'llab-quvvatlash va tarmoqqa kirishidagi to'siqlarni pasaytirish;

- tabiiy monopoliyalarning narx va mahsulot sotish siyosatini tartibga solish va boshqalar.

3. Institutsional o'zgarishlar. Mazkur o'zgarishlar quyidagi sohalarni qamrab oladi:

- mulkchilik munosabatlarini o'zgartirish, jumladan, xususiy sektorni yaratish;

- bozor infratuzilmasini (tijorat banklari, tovar va fond birjalari, investitsiya fondlari va h.k.) shakllantirish;

- iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solishning yangi tizimini yaratish;

- bozor sharoitlariga mos tushuvchi xo'jalik qonunchiligini qabul qilish va boshqalar.

4. Tarkibiy o'zgarishlar. Tarkibiy o'zgarishlar birinchi navbatda xalq xo'jaligi va uning alohida tarmoqlari tarkibida oldingi tizimdan qolgan nomutanosibliklarni yumshatish yoki bartaraf etishga yo'naltirilgan. Iqtisodiyot tarkibiy tuzilishini qayta qurishdan asosiy maqsad – ichki va tashqi bozorlarda to'lovga qodir talabga ega bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarilishini rivojlantirishdan iborat.

5. Makroiqtisodiy, asosan, moliyaviy barqarorlashtirish. Aslini olganda, bu jarayon tizimiy islohotlar qatoriga kirmaydi, chunki u bozor iqtisodiyoti barqaror amal qilayotgan mamlakatlarda ham tez-tez o'tkazilib turadi. Bu yo'nalishning muhim ahamiyati shundan kelib chiqadiki, ma'muriy-buyruqbozlik tizimining inqirozi eng avvalo va kuchli ravishda moliyaviy sohada, ayniqsa, yuqori inflyatsiya shaklida namoyon bo'ladi. Inflyatsiyaning uzoq vaqt mavjud bo'lishi bozor munosabatlarining normal qaror topishiga to'sqinlik qiladi, shuning uchun uni bartaraf etish o'tish davri iqtisodiyoti uchun o'ta muhim hisoblanadi. Makroiqtisodiy barqarorlashtirish chora-tadbirlari tizimiga pul emissiyasini cheklash, davlat byudjeti taqchilligini qisqartirish, ijobiy foiz stavkasini ta'minlash va boshqalar kiradi.

6. Bozor xo'jaligiga mos bo'lgan aholini ijtimoiy himoyalash tizimini shakllantirish. Bu tizim aholining nisbatan muhtoj qatlamini aniq ijtimoiy qo'llab-quvvatlashga o'tishga yo'naltirilgan.

2. O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tishning tamoyillari va xususiyatlari.

O'zbekistonda bozor munosabatlariga o'tish yo'li ijtimoiy-yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini shakllantirishga qaratilgan. Bu yo'lni amalga oshirishga, iqtisodiyotni tubdan isloh qilishga birinchi Prezidentimiz I.Karimov tomonidan ishlab chiqilgan beshta muhim tamoyil asos qilib olingan.

Birinchiidan, iqtisodiyotni mafkuradan xoli qilish, uning ustunligini ta'minlash.

Ikkinchiidan, o'tish davrida davlatning o'zi bosh islohotchi bo'lishi.

Uchinchiidan, butun yangilanish va taraqqiyot jarayoni qonunlarga asoslanmog'i, qonunlarning ustunligi ta'minlanmog'i lozim.

To'rtinchiidan, bozor munosabatlariga o'tish bilan bir qatorda aholini ijtimoiy himoyalash sohasida kuchli chora-tadbirlarni amalga oshirish.

beshinchidan, bozor munosabatlarini bosqichma-bosqich qaror toptirish.

Bozor munosabatlariga bosqichma-bosqich o'tish tamoyilini amalga oshirish iqtisodiyotni isloh qilishning asosiy bosqichlarini aniq farqlash, bu bosqichlarning har biri uchun aniq maqsadlarni, ularga erishish vositalarini belgilab olishni talab qiladi.

I.A.Karimovning asarlarida bozor iqtisodiyotiga o'tishning birinchi bosqichida quyidagi ikkita vazifani birdaniga hal qilish maqsad qilib qo'yilganligi ta'kidlanadi:

- totalitar tizimning og'ir oqibatlarini engish, tanglikka barham berish, iqtisodiyotni barqarorlashtirish;

- Respublikaning o'ziga xos sharoitlari va xususiyatlarini hisobga olgan holda bozor munosabatlarining negizlarini shakllantirish.

Shu vazifalarni hal qilish uchun birinchi bosqichda isloh qilishning muhim yo'nalishlari aniqlab olindi va bajarildi.

Birinchiidan, o'tish jarayonining huquqiy asoslarini shakllantirish, islohotlarning qonuniy-huquqiy negizini mustahkamlash;

Ikkinchiidan, mahalliy sanoat, savdo, maishiy xizmat korxonalarini, uy-joy fondini xususiylashtirish, qishloq xo'jaligida va xalq xo'jaligining boshqa sohalarida mulkchilikning yangi shakllarini vujudga keltirish.

Uchinchidan, ishlab chiqarishning pasayib borishiga barham berish, moliyaviy ahvolning barqarorlashuvini ta'minlash.

Respublikada bozor munosabatlariga o'tishning birinchi bosqichida iqtisodiyotda va ijtimoiy sohada yuz bergan tub o'zgarishlar uning o'z taraqqiyotida keyingi sifat jihatdan yangi bosqichga o'ta boshlash uchun mustahkam shart-sharoit yaratdi. Shu bilan birga isloh qilishning birinchi bosqichi natijalari keyingi bosqichning strategik maqsadlari va ustun yo'nalishlarini aniq belgilab olish imkonini berdi.

Ikkinchi bosqichda investitsiya faoliyatini kuchaytirish, chuqur tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish va shuning negizida iqtisodiy o'sishni ta'minlab, bozor munosabatlarini to'liq joriy qilish maqsad qilib qo'yiladi. SHu maqsaddan kelib chiqib I.A.Karimov asarida bu bosqich uchun bir qator vazifalar ajratib ko'rsatiladi.

Birinchi vazifa – davlat mulklarini xususiylashtirish sohasida boshlangan ishni oxiriga etkazish. Bunda davlat mulkini xususiylashtirish, tadbirkorlik faoliyatini keng qo'llab-quvvatlash, kichik xususiy korxonalar tashkil qilishni rag'batlantirish hisobiga ishlab chiqarishda davlatga qarashli bo'lmagan qismning ulushini oshirish ko'zda tutiladi.

Ikkinchi vazifa – ishlab chiqarishning pasayishiga barham berish va makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash. Bu ham korxonalar va tarmoqlarning, umuman davlatning iqtisodiy va moliyaviy barqarorligiga erishish imkonini beradi.

Uchinchi vazifa – milliy valyuta-so'mni yana ham mustahkamlashdan iborat. Bu esa so'mning konvertatsiyasi, qat'iy valyutalarga erkin sur'atda almashtirish layoqati demakdir, unga pulning qadrsizlanishiga qarshi ta'sirchan choralarni qo'llash, iste'mol mollari ishlab chiqarishni ko'paytirish hamda ichki bozorni shunday mollar bilan to'ldirish, korxonalarining chetga mol chiqarishini kengaytirish hisobiga valyuta zahiralarini mustahkamlash yo'li bilan erishiladi.

To'rtinchi vazifa – iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini tubdan o'zgartirish, xom ashyo etkazib berishdan tayyor mahsulot ishlab chiqarishga o'tish.

Birinchi Prezidentimiz I.Karimov ta'kidlab o'tganlaridek, hozirgi bosqichda «erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirish nafaqat iqtisodiy, balki ham ijtimoiy, ham siyosiy vazifalarni hal qilishning asosiy shartidir»¹. Bu esa iqtisodiyot sohasida quyidagi aniq vazifalarni amalga oshirishni ko'zda tutadi:

– iqtisodiyotning barcha sohalari va tarmoqlarida erkinlashtirish jarayonini izchillik bilan o‘tkazish va iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish;

– xususiylashtirish jarayonini yanada chuqurlashtirish va shu asosida amalda mulkdorlar sinfini shakllantirish;

– mamlakat iqtisodiyotiga xorij sarmoyasini, avvalo, bevosita yo‘naltirilgan sarmoyalarni keng jalb etish uchun qulay xuquqiy shart-sharoit, kafolat va iqtisodiy

– kichik va o‘rta biznes iqtisodiy taraqqiyotda ustivor o‘rin olishiga erishish;

– mamlakatning eksport salohiyatini rivojlantirish va mustahkamlash, iqtisodiyotimizning jahon iqtisodiy tizimiga keng ko‘lamda integratsiyalashuvini ta‘minlash;

– iqtisodiyotda mamlakatimiz iqtisodiy mustaqilligini yanada mustahkamlashga qaratilgan tarkibiy o‘zgarishlarni izchil davom ettirish.

3. Respublikada bozor islohotlarini amalga oshirish va uning asosiy yo‘nalishlari.

Iqtisodiy munosabatlar va tashkiliy-boshqaruv tuzilmalarining bir turidan butunlay boshqa yangi turiga o‘tish, iqtisodiy islohotlar strategiyasini ishlab chiqish va uning asosiy yo‘nalishlarini aniqlab olishni taqozo qiladi. Iqtisodiy islohotlar – bu bozor munosabatlarini shakllantirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuidir.

Respublikada iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

-mulkiy munosabatlarni isloh qilish;

- agrar islohotlar;

- moliya-kredit va narx-navo islohoti;

- boshqarish tizimini isloh qilish va bozor infratuzilmasini yaratish;

- tashqi iqtisodiy aloqalar islohoti;

- ijtimoiy islohotlar.

Respublikada iqtisodiy islohotlarning huquqiy negizini yaratish bo'yicha amalga oshirilgan ishlarning bir nechta yo'nalishini ajratib ko'rsatish mumkin.

Birinchi yo'nalish – davlat va iqtisodiy mustaqillikning huquqiy negizlarini yaratish, davlatni boshqarish qoidalarini tartibga soluvchi qonunlarni qabul qilish.¹

Boshqaruv tizimining yuqori va quyi darajadagi vazifalari aniq chegaralab qo'yildi. Vakolatli hokimiyatning yagona to'la huquqli organi bo'lgan hokimlik instituti yaratildi, fuqarolarning o'z-o'zini boshqarish sohasida fuqarolar yig'ini joriy qilindi.

Ikkinchi yo'nalish – tizimdagi o'zgarishlarga, yangi iqtisodiy munosabatlarga va shu jumladan mulkchilik munosabatlariga asos bo'ladigan qonunlar tizimini yaratish.¹ Respublikada bu yo'nalish bo'yicha qabul qilingan qonunlarda mulkdorning huquqi tan olindi, xususiy mulkchilik huquqi e'tirof qilindi, mulkchilikning barcha shakllari uchun teng sharoit yaratildi. Davlat mulkini xususiylashtirishning samarali mexanizmi ishlab chiqildi.

Uchinchi yo'nalish – xo'jalik yuritishning va institutsional o'zgarishlarning bozor sharoitlariga mos keladigan yangi mexanizmni yaratishga qaratadigan qonunlar.¹ Bozor infratuzilmasini yaratish va uning faoliyatiga xos jarayonlarni tartibga solishni ta'minlaydigan qonunlarni qabul qilishdan oldin, iqtisodiyotning turli sohalarida xo'jalik yuritayotgan subyektlarning huquq va iqtisodiy erkinlik borasidagi maqomini belgilab beradigan qonunlar qabul qilindi.

To'rtinchi yo'nalish – Respublikamizni xalqaro munosabatlarning teng huquqli sub'ekti sifatida, ta'riflovchi huquqiy normalarni yaratish.¹ Bu yo'nalishdagi qonunlarni qabul qilish natijasida mamlakatimizning tashqi iqtisodiy aloqalarining rivojlanishi tarixida sifat jihatdan yangi bosqich boshlandi.

Beshinchi yo'nalish – kishilarning konstitutsion va yuridik huquqlarini, ijtimoiy kafolatlarini va aholini ijtimoiy himoyalashni ta'minlaydigan qonunlarni ishlab chiqish.¹ Bu qonunlar bozor munosabatlariga o'tish sharoitida aholining eng muhtoj tabaqalari manfaatlarini qonun kuchi bilan himoya qilishgagina emas, balki ularning ma'naviy imkoniyatlarini namoyon qilish, islohotlar uchun mustahkam ijtimoiy zamin yaratishga ham imkon beradi.

Respublikada aholini ijtimoiy himoyalash chora-tadbirlari quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshirildi.

Birinchi yoʻnalish – narxlar erkinlashtirilishi va pulning qadrsizlanish darajasi ortib borishi munosabati bilan daromadlarning eng kam va oʻrtacha darajasini muntazam oshirib borish.

Ikkinchi yoʻnalish – Respublikaning ichki isteʼmol bozorini himoya qilish hamda oziq-ovqat mahsulotlari va sanoat mollari asosiy turlari isteʼmolini muayyan darajada saqlab turish.

Uchinchi yoʻnalish – islohotlarning dastlabki bosqichida aholining kam taʼminlangan tabaqalarini ijtimoiy himoyalash va qoʻllab-quvvatlash.

4. Bozor munosabatlariga oʻtish jarayonida strategik vazifalarining amalga oshirilishi.

Bozor munosabatlariga oʻtish davrida davlat mulkini xususiyashtirish natijasida ikkita asosiy vazifa hal qilinadi.

Birinchidan, davlat ixtiyorida boʻlgan mulk oʻzining haqiqiy xoʻjayinlari qoʻliga topshiriladi.

Ikkinchidan, koʻp ukladli iqtisodiyot va ragʻbatlantiruvchi raqobatchilik muhiti vujudga keltiriladi.

Iqtisodiy barqarorlikka erishishning asosiy mezonlari

1) ishlab chiqarish hajmining qisqarishiga yoʻl qoʻymaslik;

2) boshqalardan ustun boʻlgan tarmoqlarda ishlab chiqarishni yuksaltirish uchun qulay sharoitlarni vujudga keltirish va ragʻbatlantirish;

3) davlat budjeti va korxonalar moliyaviy ahvolidan barqarorligini taʼminlash;

4) pulning qadrsizlanishini toʻxtatish;

5) toʻlov balansi va davlat valyuta rezervlarining holatini yaxshilash;

6) muvozanatlashtirilgan ijtimoiy siyosat asosida aholi turmush darajasini yaxshilash.

Bozor munosabatlariga o'tish davrida milliy valyutani mustahkamlash umummilliy vazifa hisoblanadi. Shu sababli milliy valyutaning barqarorligi, uning ichki bozorda erkin almashinuvini ta'minlash uchun respublikada bir qator dasturlarni amalga oshirish ko'zda tutiladi.

Birinchidan, milliy valyutaning tovar (xizmat) lar bilan barqaror ta'minlanishiga erishish. Bunda bozorni iste'mol mollari bilan to'ldirish va ularning umumiy hajmida respublikada ishlab chiqariladigan mahsulotlar hissasini oshirib borish hal qiluvchi o'ringa ega bo'ladi.

Ikkinchidan, etarli barqaror valyuta zahiralarga ega bo'lish. Bunga respublika eksport imkoniyatini kengaytirish, korxonalarni eksport uchun mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarga aylantirish va ularning jahon bozorida mavqeini oshirish orqali erishiladi.

Uchinchidan, ishlab topilgan har bir so'mni qadrlash va xalq xo'jaligiga sarflangan har bir so'mning foyda bilan qaytishiga erishish. Buning uchun qat'iy moliya-kredit siyosatini izchillik bilan o'tkazish zarur.

To'rtinchidan, pul qadrsizlanishiga, inflyatsiyaga qarshi puxta o'ylangan siyosat o'tkazish. Bunda ichki bozorni mollar bilan to'ldirish, naqd pul va kredit emissiyasining o'sishiga, aholi qo'lida pulning harakatsiz turib qolishiga yo'l qo'ymaslik birinchi darajali ahamiyatga ega.

Bozor iqtisodiyotiga o'tishning hozirgi bosqichida mamlakatni modernizatsiyalash va isloh etish asosiy strategik vazifaga aylandi. Bu borada amalga oshirilishi lozim bo'lgan quyidagi ustuvor vazifalar mamlakatimizning birinchi Prezidenti I.Karimovning Oliy majlis Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasida belgilab berildi:

birinchidan, bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish;

ikkinchidan, xususiy tarmoqning jadal rivojlanishini, uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushi ko'payishini ta'minlash;

uchinchidan, kichik biznes va fermerlikni rivojlantirish borasidagi ishlarni chuqurlashtirish va ko'lamini kengaytirish;

to'rtinchidan, bank va moliya tizimlaridagi islohotlarni chuqurlashtirish;

beshinchidan, uy-joy kommunal xo'jaligini isloh qilish;

oltinchidan, soliq siyosatini yanada takomillashtirish.

Xulosalar:

1. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrining umumiy mazmuni iqtisodiy munosabatlarning alohida unsurlarini isloh qilish yoki iqtisodiy siyosatga tuzatishlar kiritish emas, balki butun iqtisodiy munosabatlar tizimini o'zgartirishdan iboratdir.

2. O'tish davri quyidagi me'zonlar bilan tavsiflanadi: sikllilik (jamiyatda u yoki bu tarkibiy o'zgarishlarni qaytarilib turishligi), beqarorlik (turli xil jamiyat kuchlarining kurashi va o'zaro ta'siri), muqobillik (islohotlar va rivojlanish yo'llarini tanlash imkoniyati), tarixiylik (eski tizimning yo'qolib ketishi, o'rniga boshqa tizimning vujudga kelishi, uning rivojlanishi).

3. O'zbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tishda tanlagan yo'li - o'ziga xos madaniy, tarixiy, iqtisodiy va tabiiy xususiyatlarini hamda bu yo'ldagi jahon tajribasini hisobga olgan holda revolyusion to'ntarishlarsiz, ijtimoiy to'qnashuvlarsiz, ijtimoiy himoyani kuchaytirgan holda asta-sekinlik, lekin qat'iyatlilik bilan bosqichma-bosqich rivojlangan bozor iqtisodiyotiga o'tishdan iboratdir.

4. Iqtisodiy islohotlar – bu bozor munosabatlarini shakllantirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuidir. Iqtisodiy islohotlardan ko'zda tutilgan maqsad mamlat aholisi uchun yashash va faoliyat qilishning eng yaxshi sharoitlarini yaratish, ularning ma'naviy-axloqiy yetukligiga erishish, iqtisodiy, ijtimoiy-siyosiy barqarorlikni ta'minlashdan iborat.

5. Iqtisodiy islohotlarning bosh bo'g'ini mulkchilik munosabatlarini tubdan o'zgartirishdir, chunki shu orqali ko'p ukladli iqtisodiyot va raqobatlashish muhiti shakllantiriladi hamda bozor iqtisodiyotiga o'tishning shart-sharoitlari vujudga keltiriladi.

6. Respublikada bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida, iqtisodiyotni rivojlantirish borasida bir qator vazifalar turadi. Bular xususiylashtirish va raqobatchilik muhitini shakllantirish jarayonlarini chuqurlashtirish; makroiqtisodiy barqarorlikka erishish; milliy valyutani mustahkamlash; iqtisodiyot tarkibiy tuzilishini tubdan o'zgartirish; ijtimoiy kafolatlari kuchli bo'lgan demokratik davlatni shakllantirish vazifalaridir.

7. O'tish davrida olib borilayotgan iqtisodiy islohotlarni keng aholi qatlamlari tomonidan qullab-quvvatlanishining asosiy sharti islohotlarning ijtimoiy yo'naltirilganligidir.

Asosiy tayanch tushunchalar:

O'tish davri – bir iqtisodiy tizimdan boshqasiga, mavjud iqtisodiy munosabatlardan butunlay boshqa, yangi iqtisodiy munosabatlarga o'tish taqozo qilinadigan davrdir.

Bozor islohotlari – bozor iqtisodiyotini va bozor munosabatlarini shakllantirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuidir.

Iqtisodiy islohotlar – iqtisodiyotda tub o'zgarishlarni amalga oshirishga qaratilgan tadbirlar majmui.

Iqtisodiy uklad – turli mulkchilikka asoslangan xo'jalik yuritishning shakllari va turlari.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish – nima va qancha ishlab chiqarishni qaerga, qanday bahoda sotishni tadbirkorning o'zi belgilashi lozim. Iqtisodiyotning barcha sohalari va tarmoqlarini erkinlashtirish, xo'jalik yurituvchi subyektlarning erkinligi va mustaqilligini ta'minlash, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun barcha shart-sharoitlarni yaratish demakdir.

Islohotlar konsepsiyasi – ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning asosiy maqsad va yo'nalishlari, uni amalga oshirishning vazifalari va strategik yo'llarining umumiy g'oyasidir.

Iqtisodiyotni barqarorlashtirish – tanglik holatlariga barham berish asosida makroiqtisodiy muvozanatlikni saqlash va ishlab chiqarishni yuksaltirish uchun shart-sharoitlarni vujudga keltirishdir.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning jahon tajribasida sinalgan asosiy yo'llari (modellari)ni ta'riflab bering. Ularning umumiy va o'ziga xos tomonlarini ko'rsating.

2. O'zbekistonning bozor munosabatlariga o'tish yo'li qanday xususiyatlarga ega? Respublika iqtisodiyotini isloh qilishga qanday tamoyillar asos qilib olinadi?

3. Bozor munosabatlarini bosqichma-bosqich qaror toptirish prinsipining mazmunini batafsil tushuntiring. Har bir bosqichning maqsad va vazifalarini to'laroq bayon qiling.

4. Respublikada iqtisodiyotni isloh qilish qanday yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiriladi. Har bir yo'nalish bo'yicha o'zingizning fikr-mulohazalaringizni bildiring.

5. Bozor munosabatlariga o'tishda iqtisodiy islohotlar o'z oldiga qanday vazifalarni qo'yadi? Bu vazifalarning to'laroq tavsifini bering.

6. Bozor iqtisodiyotini shakllantirish davrida davlatning yetakchilik faoliyati nimadan iborat ekanligini tushuntirib bering.

7. O'zbekistonda bozor iqtisodiyotini qaror toptirishning qanday davlat dasturlarini bilasiz? Ular bir-biri bilan qanday bog'langanligini tahlil qiling.

7-MAVZU. TALAB VA TAKLIF NAZARIYASI. BOZOR MUVOZANATI

REJA.

1. Talab tushunchasi va uning miqdoriga ta'sir qiluvchi omillar.
Talab qonuni
2. Taklif tushunchasi. Taklif miqdoriga ta'sir qiluvchi omillar.
Taklif qonuni
3. Talab miqdori va taklif miqdori o'rtasidagi nisbatning o'zgarishi.
Bozor muvozanati.
4. Iste'molchi xatti-harakati nazariyasi.

1. Talab tushunchasi va uning miqdoriga ta'sir qiluvchi omillar. Talab qonuni

Ehtiyoj kishilarning hayotiy vositalariga bo'lgan zaruriyatini ifodalovchi ilmiy kategoriya sifatida taraqqiyotning hamma bosqichlari uchun umumiy va doimiydir. Uning bozor iqtisodiyoti sharoitidagi tarixiy ko'rinishi talab tushunchasidir. Talab ehtiyojdan farq qilib, mustaqil iqtisodiy kategoriya (ilmiy tushuncha) sifatida amal qiladi.

Ma'lum vaqt oralig'ida, narxlarning mavjud darajasida iste'molchilarning tovar va xizmatlar ma'lum turlarini sotib olishga qodir bo'lgan ehtiyoji **talab** deyiladi. Boshqacha qilib aytganda talab – pul bilan ta'minlangan ehtiyojdir.

Talablar turlicha bo'lib, odatda bir xil tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabning ikki turi farq qilinadi: yakka talab va bozor talabi.

Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxon, firmaning tovarning shu turiga bo'lgan talabi **yakka talab** deyiladi.

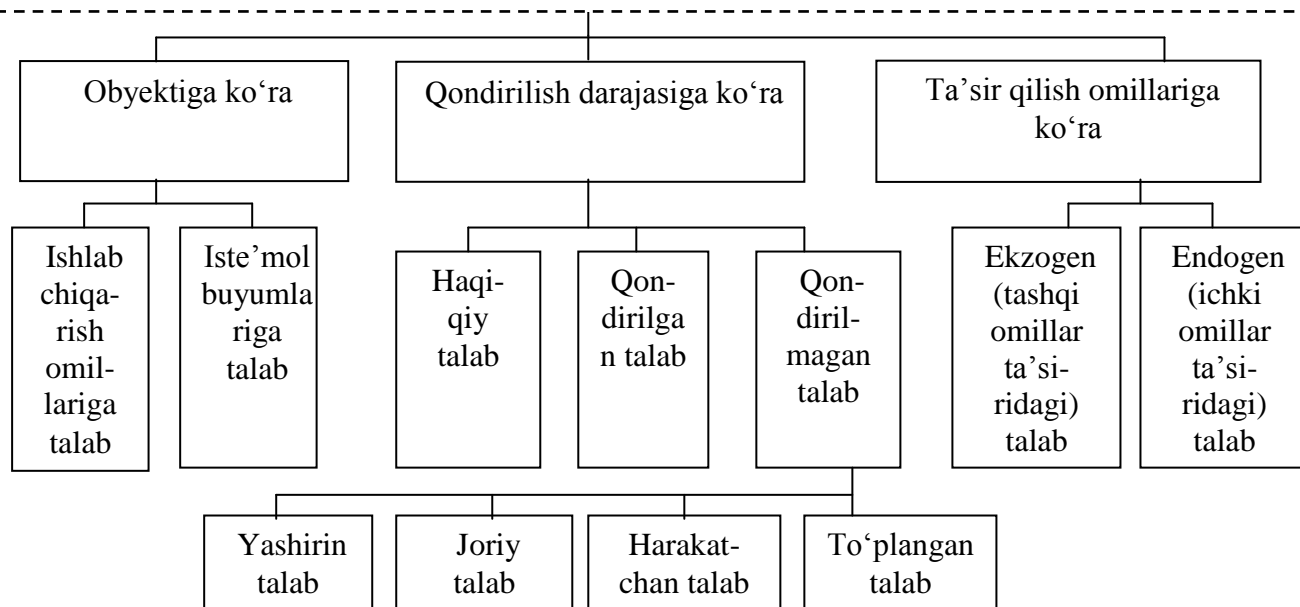
Bir qancha (ko'pchilik) iste'molchilarning shu turdagi tovar yoki xizmatga bo'lgan talablari yig'indisi **bozor talabi** deyiladi.

Hozirda iqtisodiy adabiyotlarda talabning turli ko'rinishlari ajratishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Jumladan, **ishlab chiqarish omillariga talab** (ishlab chiqarish talabi) va **iste'mol buyumlariga talab** (aholi talabi) farqlanadi.

Shuningdek, **haqiqiy** (tovar va xizmatlarga haqiqatda namoyon bo'luvchi), **qondirilgan** (haqiqiy talabning bozorda tovar va xizmat sotib olish orqali qondirilgan qismi) va **qondirilmagan** (haqiqiy talabning bozorda zarur tovarlarning yo'qligi yoki ular assortimenti va sifatining xaridor talabiga javob bermasligi sababli qondirilmagan qismi) talablar farqlanadi. Qondirilmagan talab turli shakllarda namoyon bo'lishi mumkin: **yashirin, joriy, harakatchan, to'plangan talab**.

Ekzogen talab – bu davlat yoki erkin bozor tizimidan tashqaridagi qandaydir kuchning aralashuvi natijasida o‘zgaragan talab.

Endogen yoki ichki talab – bu jamiyatda mavjud bo‘lgan omillar ta‘sirida jamiyat ichida tarkib topgan talab.¹ Talabning bunday turkumlanishini quyidagi maxsus tizim ko‘rinishida tasvirlash mumkin (1-chizma).



Individual, ya'ni yakka talab ham, bozor talabi ham miqdor jihatdan aniqlanadi. Lekin bu miqdor har doim ham bir xil bo‘lib turmaydi, balki o‘zgaruvchan bo‘ladi. Talab miqdorining o‘zgarishiga bir qancha omillar ta‘sir qiladi. Ularning ichida eng ko‘p ta‘sir qiladigan omil narx omilidir.

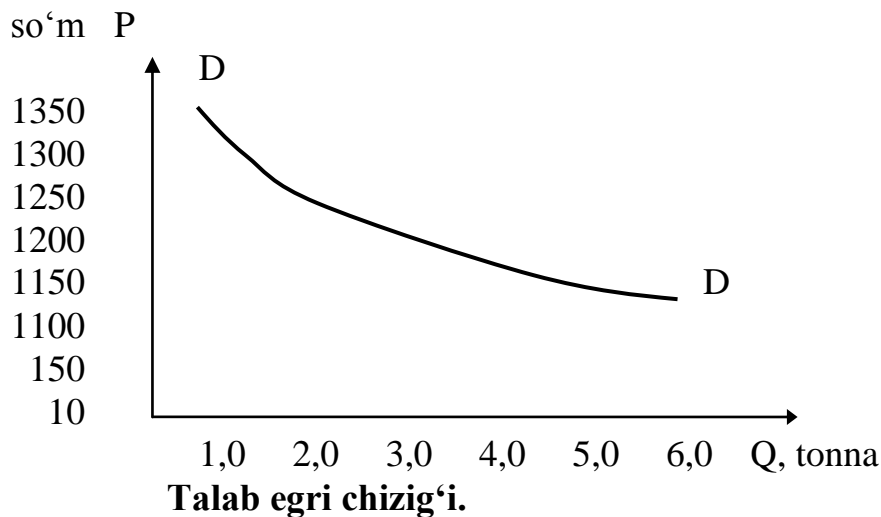
Narx va sotib olinadigan tovarlar miqdori o‘rtasidagi bo‘ladigan bog‘liqlikni quyidagi 2-jadval ma‘lumotlari asosida qarab chiqamiz.

Narx va sotib olinadigan tovar miqdori o‘rtasidagi bog‘liqlik.

Bir kg un narxi (so‘m)	1 oy davomida unga bo‘lgan yakka talab miqdori (kg)	1 oy davomida unga bo‘lgan bozor talabi miqdori (tn)
1350	10	1,0
1300	20	2,0
1250	30	3,0
1200	50	5,0
1150	60	6,0

Jadval ma‘lumotlari tovar narxining pasayishi sotib olinadigan tovar miqdorining o‘sishiga va aksincha, narxning o‘sishi talab miqdorining kamayishiga olib kelishini ko‘rsatadi. Mahsulot narxi va sotib olinadigan tovar miqdori o‘zgarishi o‘rtasida bo‘ladigan teskari yoki qarama-qarshi bog‘liqlik **talab qonuni** deyiladi.

Tovar narxi va uning xarid qilinadigan miqdori (talabning) o'rtasidagi teskari bog'liqlikni oddiy ikki o'lchamli grafikda ham tasvirlash mumkin: yotiq chiziq talab miqdorini, tik chiziq narxni ko'rsatadi (3-chizma).



Grafikdagi DD chiziq narx va talab hajmi o'rtasidagi teskari bog'liqlikni tasviriy aks ettiradi.

Grafikdagi har bir nuqta tovarning aniq narxi va iste'molchi shu narxda sotib olishi mumkin bo'lgan tovar miqdorini ko'rsatadi.

Narx va talab hajmining o'zgarishi o'rtasidagi teskari bog'liqlikni ko'rsatuvchi bu chiziq **talab egri chizig'i** deyiladi.

Talab qonunining amal qilishi quyidagi sabablar orqali izohlanadi:

1) har qanday narx iste'molchi uchun to'siq vazifasini o'taydi. Iste'molchilar ma'lum bir tovarni uning narxi past bo'lsa, ko'proq sotib ola boshlaydi. Iste'molchi uchun narx sotib olishga xalaqit qiluvchi to'siq sifatida namoyon bo'ladi. Bu to'siq qancha yuqori bo'lsa, u shuncha kam tovar sotib oladi. Boshqacha aytganda, yuqori narx iste'molchining xarid qilish istagini so'ndiradi, past narx esa bu istakni kuchaytiradi.

Real iqtisodiy hayotda ba'zan bu qoidaga zid bo'lgan, ya'ni ayrim tovar narxining o'sishi bilan unga bo'lgan talab miqdorining yanada ortishi holati ham uchraydi. Bu holat **Giffen samarasi** deb (ingliz iqtisodchisi R.Giffen nomi bilan) ataladi.

2) almashuv samarasining amal qilishi. Ayrim holatlarda tovar narxining pasayishi natijasida iste'molchining, boshqa tovarlar xarid miqdorini qisqartirmagani holda, ushbu tovarni oldingiga nisbatan ko'proq miqdorda sotib olish imkonining paydo bo'lishidir.

Almashuv samarasi – muayyan tovar narxining pasayishi bilan boshqa tovarlar narxining nisbatan qimmatlashuvi natijasida ular iste'molini arzon tovar hisobiga almashtirish imkonining paydo bo'lishidir.

3) keyingi qo'shilgan miqdor nafliligining pasayib borishi qonunining amal qilishi.

Talab miqdoriga narxdan tashqari ta'sir qiluvchi omillar. Talab hajmining o'zgarishi faqat tovar narxiga emas, balki boshqa bir qator omillarga ham bog'liq bo'ladi.

Talabning narxdan tashqari omillari

1) iste'molchining didi;

2) bozordagi iste'molchilar soni;

3) iste'molchining daromadlari;

4) bir-biriga bog'liq tovarlarning narxi;

5) kelajakda narx va daromadlarning o'zgarishi ehtimoli.

Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori to'g'ri bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar **oliy toifali tovarlar** deyiladi.

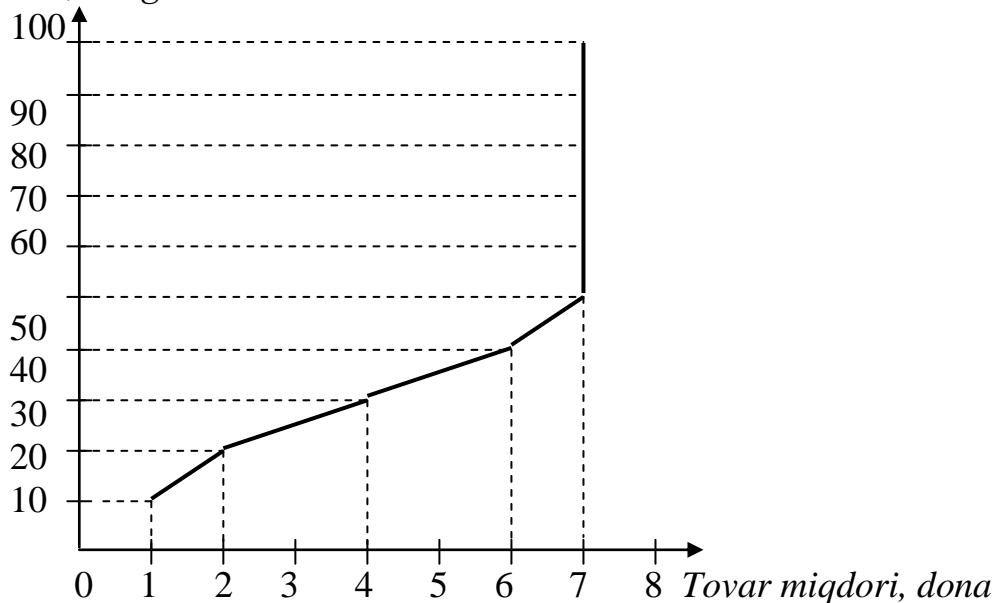
Daromadlar o'zgarishi bilan talab miqdori teskari bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar **past toifali tovarlar** deyiladi.

Iste'molchilar daromadi va ular tomonidan sotib olinadigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik nemis iqtisodchisi va statisti Ernst Engel (1821-1896) tomonidan chuqur tadqiq etilgan. Shunga ko'ra, iste'molchi daromadi bilan u tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik **Engel qonuni** deyiladi. Bu qonunning amal qilishini **Engel egri chizig'i** orqali ifodalash mumkin (4-chizma).

Chizmadan ko'rinadiki, iste'molchining bir oylik daromadi 10 ming so'mdan 20 ming so'mga oshganda, u sotib olgan mahsulot miqdori 1 donadan 2 donaga, 20 ming so'mdan 30 ming so'mga oshganda 2 donadan 4 donaga oshmoqda. Daromadlarning keyingi o'sishi bilan tovarlar sotib olish hajmining o'sishi sekinlamoqda: 30 ming so'mdan 40 ming so'mgacha – 4 donadan 6 donagacha, 40 ming so'mdan 50 ming so'mgacha – 6 donadan 7 donagacha. Daromadning bundan yuqori darajalarida esa sotib olish hajmining o'sishi

butunlay to'xtagan (daromadning 60 ming so'm va undan yuqori darajalarida mazkur tovarning 7 donasi sotib olinmoqda).

Daromad, ming so'm



Engel egri chizig'i.

2. Taklif tushunchasi. Taklif miqdoriga ta'sir qiluvchi omillar. Taklif qonuni

Ma'lum vaqt oralig'idagi narxlarning muayyan darajasida ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar tomonidan ma'lum turdagi tovar va xizmatlarning bozorga chiqarilgan miqdori **taklif** deyiladi.

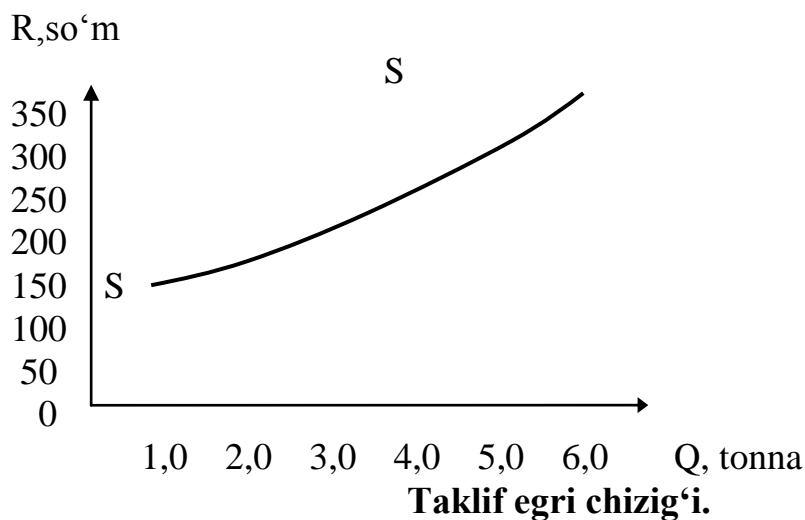
Narxning oshishi bilan shunga mos ravishda sotishga chiqariladigan tovarlar taklifi miqdori ham ortadi, narxning tushishi bilan taklif hajmi qisqaradi. Narxning o'zgarishi bilan taklif etilayotgan tovar miqdorining to'g'ri bog'liqlikdagi o'zgarishi **taklif qonuni** deyiladi.

Narx va taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlik.

1 kg un narxi (so'm)	1 oy davomida unning yakka taklifi miqdori (kg)	1 oy davomida unning bozor taklifi miqdori (tn)
1350	60	6,0
1300	50	5,0
1250	30	3,0
1200	20	2,0
1150	10	1,0

Iste'molchi uchun narxning oshishi to'siq rolini o'ynasa, ishlab chiqaruvchi uchun rag'batlantirish vazifasini bajaradi.

Narx darajasi va taklif miqdori o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikni ko'rsatuvchi 5-jadvaldagi ma'lumotlarni grafikda ifodalab, **taklif egri chizig'ini** tasvirlash mumkin (6-chizma).



Taklifning narxdan tashqari omillari

1) resurslarning narxi;

2) ishlab chiqarish texnologiyasi;

3) soliq va subsidiyalar;

4) boshqa tovarlarning narxi;

5) narx o'zgarishining kutilishi;

6) bozordagi sotuvchilar soni.

1. Resurslarning narxi. Ishlab chiqarish xarajatlari va taklif o'rtasida mustahkam o'zaro bog'liqlik mavjud. Resurs narxlarining pasayishi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi va taklifni oshiradi. Aksincha, resurslarga narxning oshishi ishlab chiqarish xarajatlarini oshiradi va taklifni qisqartiradi. Masalan, mineral o'g'itlar narxining pasayishi bug'doy taklifini oshiradi, yomg'irnatib sug'orish xarajatlarining oshishi makkajo'xori doni taklifini qisqartiradi.

2. Ishlab chiqarish texnologiyasi. Texnologiyalarning takomillashuvi mahsulot birligini ancha samarali ishlab chiqarishga imkon beradi. Resurslarning mavjud narxida ishlab chiqarish xarajatlari kamayadi va taklif ko'payadi. Masalan, paxta zararkunandalariga qarshi ancha samarali biologik usullarning yaratilishi paxta tolasining miqdorini va sifatini, binobarin taklifini oshiradi.

3. **Soliqlar va subsidiyalar darajasi.** Ko'pchilik soliqlar ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiradi. Shu sababli soliqlarning oshishi ishlab chiqarish xarajatlarini oshiradi va taklifni qisqartiradi. Masalan, import tovarlarga boj to'lovlarining oshishi uning taklifini qisqartiradi. Aksincha, davlat qandaydir tovar ishlab chiqarish xarajati bilan bogliq subsidiya beradi, bu amalda xarajatlarni

4. **Boshqa tovar narxi.** Boshqa tovarlar narxlarining o'zgarishi ham mazkur tovar taklifini o'zgartiradi. Masalan, qo'y go'shti narxining pasayishi mol go'shti taklifini oshiradi. Aksincha, mol go'shti narxining tushishi qo'y go'shti taklifini oshiradi.

5. **Narx o'zgarishining kutilishi.** Kelgusida mahsulot narxining o'zgarishining kutilishi ham ishlab chiqaruvchining bugungi kundagi bozorga mahsulot etkazib berish xohishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, kelajakda neft narxining keskin pasayishining kutilishi neftning taklifini pasaytiradi.

6. **Ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) soni.** Tovar ishlab chiqaruvchilar qanchalik ko'p bo'lsa, taklif qilinadigan mahsulot miqdori shunchalik ko'p bo'ladi. Tarmoqdagi ishlab chiqaruvchilar soni ortib borishi taklifni ko'paytiradi, chunki tovar ishlab chiqarish ko'payadi.

3. Talab miqdori va taklif miqdori o'rtasidagi nisbatning o'zgarishi. Bozor muvozanati.

Biz yuqorida turli omillar ta'sirida talab va taklif miqdorining o'zgarib turishini ko'rdik. Lekin talab bilan taklif miqdorlari bir-birlari bilan doimo ma'lum nisbatda bo'ladi, bu nisbatlar o'zgarib turadi. Ba'zan talab miqdori taklif miqdoridan oshib ketib, narx ko'tirilsa, ayrim paytda taklif miqdori talab miqdoridan oshib ketib, narx pasayib qoladi. Talab miqdori bilan taklif miqdori o'rtasidagi nisbat bir-biriga teng bo'lgan holat **bozor muvozanati** deyiladi.

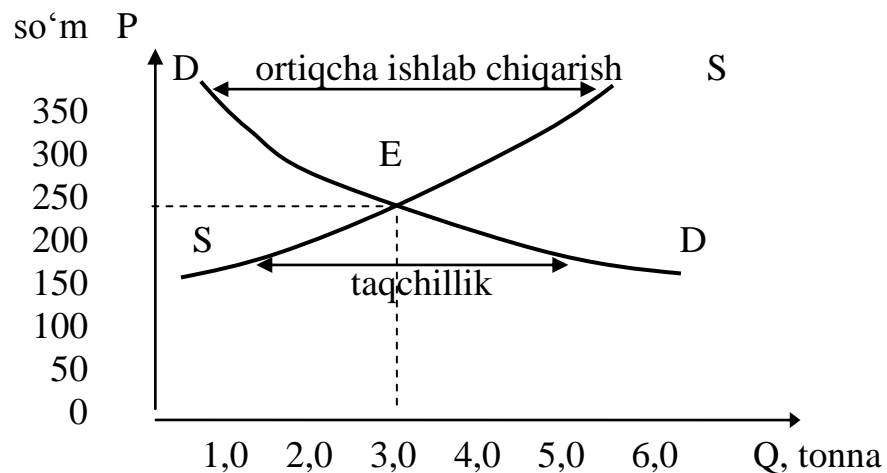
Bozor muvozanati vujudga kelgan holda shakllangan narx bozor narxi deyiladi. Ba'zan uni muvozanatlashgan narx ham deb yuritiladi. Bozor muvozanati va muvozanatli narx har doim mavjud bo'lib turmaydi, ularga ta'sir qiluvchi ko'plab omillar muvozanatlikning buzilishiga sabab bo'ladi. Ammo iqtisodiyotda ushbu muvozanatga doimo intilish mavjud bo'ladi.

Talab va taklif tushunchalari tahlili, bizga sotuvchi va xaridorlar manfaatlari mos kelishini qarab chiqishga o'tish imkonini beradi. Mos kelishlik o'z ifodasini muvozanatli narxda topadi.

Oldingi bandlarda ko'rib chiqilgan talab va taklif egri chiziqlarini bitta grafikka joylashtirib bozor muvozanatli nuqtasini hosil qilamiz (7-chizma):

$T_b = T_f = N_m = M_m$, bu erda: T_b - talab, T_f - taklif, N_m - muvozanatli narx, M_m - tovarning muvozanatli miqdori.

Grafikda E nuqtaga muvozanatli narx (N_m) va mahsulotning muvozanatli miqdori (M_m) mos keladi. Ya'ni, narx 250 so'm bo'lganda, xaridorlar mazkur tovar (un) dan 3 tonna sotib olishga, sotuvchilar esa 3 tonna unni bozorga chiqarishga tayyor bo'ladi. 200 so'mlik narxda sotuvchilar va xaridorlar ahvoli butunlay o'zgaradi: sotuvchilar faqat 2 tonna unni sotishga, xaridorlar esa 5 tonna sotib olishga tayyor bo'ladi.



Grafikda narxning 350 so'm darajasidagi bozor holati tovarlar ortiqcha ishlab chiqarilishini ko'rsatadi va to'yingan bozorni ifodalaydi. Aksincha, 150 so'm darajasidagi bozor holatida tovar taqchilligi (defitsit) vujudga keladi va taqchil tovar bozorini tavsiflaydi.

Muvozanatli narxni tushunib olish uchun vaqt omili katta ahamiyatga ega bo'ladi. Shu sababli bozordagi bir zumlik, qisqa davrli va uzoq davrli muvozanatlik holatni farqlash zarur.

Bir zumlik muvozanat uchun taqdim qilinadigan tovarlarning o'zgarmas yoki doimiy miqdori xos. Bu ishlab chiqarishning bozor vaziyatiga tez, birdaniga moslasha olmasligi bilan bog'liq.

Muvozanatli narxni tushunib olish uchun vaqt omili katta ahamiyatga ega bo'ladi. Shu sababli bozordagi bir zumlik, qisqa davrli va uzoq davrli muvozanatlik holatni farqlash zarur.

Bir zumlik muvozanat uchun taqdim qilinadigan tovarlarning o'zgarmas yoki doimiy miqdori xos. Bu ishlab chiqarishning bozor vaziyatiga tez, birdaniga moslasha olmasligi bilan bog'liq.

Uzoq davrli muvozanatlik o'zgarishi uzoq muddatli davrdagi omillardan foydalanishni taqozo qiladi. Bunda ishlab chiqarishni qayta qurollantirish, yangilash va qo'shimcha quvvatlarni vujudga keltirish bilan bog'liq investitsiyalar haqida gap boradi. Bu davrda yangi korxonalarni qurish hamda mazkur bozorda yangi korxonalarining paydo bo'lishi ham mumkin bo'ladi.

Bozorning yuqorida bayon etilgan modeli statik model hisoblanadi, chunki u vaqtning qandaydir qat'iy belgilangan davri (masalan, yil, oy va h.k.)ni o'z ichiga oladi. Vaqt mobaynidagi uning o'zgaruvchilari o'rtasidagi aloqalar ko'rib chiqilmaydi.

Modelga talab, taklif va narxning vaqt mobaynidagi o'zaro bog'liqligining kiritilishi uning dinamik modelini tashkil etadi. Bunda amaldagi bozor narxi muvozanat narxiga muvofiq kelishi ham, kelmasligi ham mumkin. Umuman olganda, dinamik modelda vaqt o'tishi bilan talab va taklifning o'zaro nisbati saqlanib qolgani holda narxning muvozanatga intilishiga ko'ra 3 xil holat ro'y berishi mumkin:

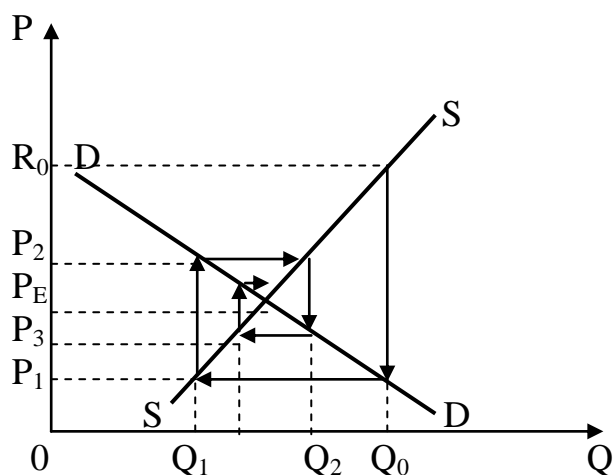
1) vaqt o'tishi bilan muvozanat narxidan chetlanish darajasining kamayib borishi (8-chizma);

2) vaqt o'tishi bilan muvozanat narxidan chetlanish darajasining o'sib borishi (9-chizma);

3) narxning muvozanat narxi atrofida tebranib, umuman muvozanatga erishmasligi (10-chizma).

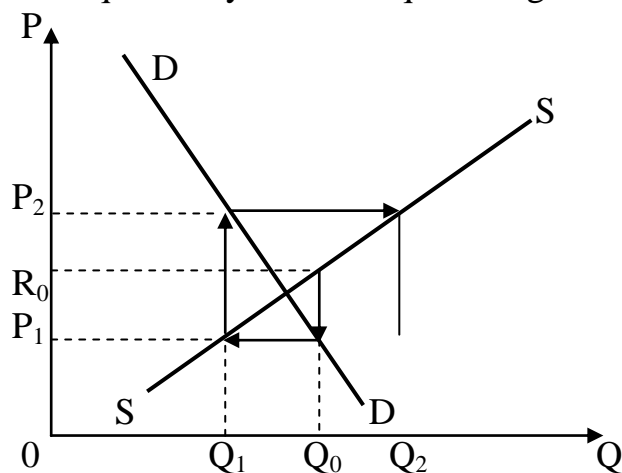
Bu holatlarning grafikdagi ko'rinishi xuddi o'rgimchakning to'ri shaklidagi chiziqlar hosil qilganligi uchun odatda iqtisodiyot nazariyasida uni «o'rgimchak to'ri shaklidagi model» deb ataladi.

Birinchi holatni ko'rib chiqamiz. 8-chizmadan ko'rinib turibdiki, narxning dastlabki R_0 darajasida talab juda past, taklif esa juda yuqori bo'ladi, ya'ni ishlab chiqaruvchilar mahsulot hajmini Q_0 darajasiga qadar etkazishlari mumkin.



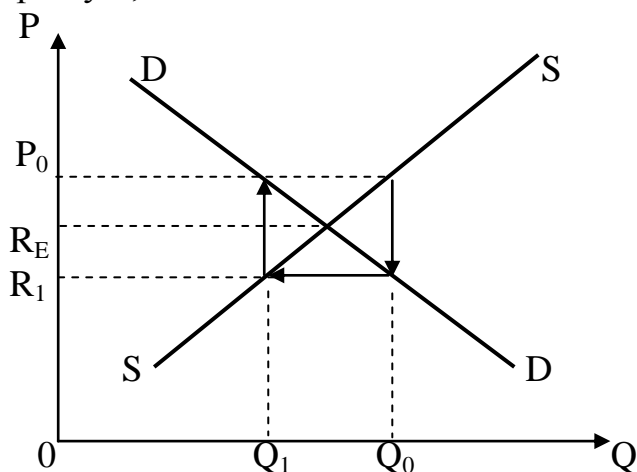
8-chizma. Muvozanat tomon boruvchi «o'rgimchak to'ri shaklidagi model».

9-chizmada yuqoridagi jarayonning teskari holati yuz beradi, ya'ni bunda muvozanat narxi yaqinidan boshlangan bozor narxi R_0 ning harakati pirovardida uning muvozanat nuqtasidan yanada uzoqlashishiga olib keladi.



9-chizma. Muvozanatdan chetlanuvchi «o'rgimchak to'ri shaklidagi model».

10-chizmadan ko'rinib turibdiki, o'zining harakatini R_0 darajasidan boshlagan bozor narxi mahsulot ishlab chiqirish hajmining Q_0 darajasiga qadar o'sishiga, buning natijasida esa narxning R_1 ga qadar pasayishiga olib keladi. Narxning pasayishi ishlab chiqarish hajmini Q_1 ga qadar pasaytirib, yana bozor narxining R_0 ga qadar ko'taradi. Shunday tarzda, bozor narxi muvozanat narxi atrofida goh ko'tarilib, goh pasayib, tebranib turaveradi.



10-chizma. Muvozanat atrofida tebranuvchi «oʻrgimchak toʻri shaklidagi model».

Talab hajmiga taʼsir qiluvchi boshqa omillar oʻzgarib qolgan sharoitda narxning 1% ga oʻzgarishi talabning necha foizga oʻzgarishini ifodalovchi koʻrsatkich **talabning narx boʻyicha egiluvchanligi koʻrsatkichi** deyiladi. Bu koʻrsatkich koʻpincha oddiy qilib talabning egiluvchanligi deb ataladi.

Talabning narx boʻyicha egiluvchanligi (E_t) darajasi quyidagi formula boʻyicha hisoblanadi:

$$E_t = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

Bu erda: ΔQ – talab miqdorining foizli oʻzgarishi;
 ΔR – narxlarning foizli oʻzgarishi.

Talab egiluvchanligini belgilab beruvchi bir qator omillar mavjud. Ularning asosiylari quyidagilar:

1. Mahsulotlarning oʻrnini bosuvchanligi. Isteʼmolchiga biror mahsulotning oʻrnini bosuvchi boshqa mahsulotlar koʻproq tavsiya qilinsa, unga talab shuncha egiluvchan boʻladi. Masalan, sof raqobatli bozorda taklif qilinadigan mahsulotlarning juda koʻp oʻrnini bosuvchilari mavjud boʻladi, shu sababli har bir alohida sotuvchi mahsulotlariga talab butunlay egiluvchan boʻladi.

2. Mahsulot qiymati (narxi)ning isteʼmolchi daromadidagi salmogʻi. Isteʼmolchi daromadida mahsulotlar narxi qanchalik kata oʻrinni egallasa, unga talab shuncha yuqori egiluvchan boʻladi. Masalan, daftar yoki qalam narxining 10 foizga oʻsishi bir necha soʻmni tashkil qiladi va bu talab bildirgan mahsulot miqdorida juda kam oʻzgarish boʻlishiga olib keladi. Shu bilan birga, avtomobil yoki uy narxining 10 foizga oʻsishi mos ravishda 0,5 yoki 1,5 mln. soʻmni tashkil qiladi. Narxlarning bunday oshishi juda koʻp oilalar bir necha yillik daromadining kata qismini tashkil qiladi va, aytish mumkinki, bu sotib olinadigan mahsulot miqdorini sezilarli ravishda kamaytiradi.

3. Mahsulotlarning isteʼmol xususiyatlari. Zeb-ziynat buyumlariga talab odatda egiluvchan, hayotiy zarur buyumlarga esa talab noegiluvchan hisoblanadi. Masalan, non va elektr energiyasi zaruriy isteʼmol buyumlari hisoblanadi, shu sababli ular narxining oshishi non yoki elektr energiyasini isteʼmol qilishning keskin kamayishiga olib kelmaydi. Boshqa tomondan zeb-ziynat buyumlariga narxlar oshganda ularni osonlik bilan isteʼmoldan chiqarib tashlash mumkin.

4. Vaqt omili. Qaror qabul qilish uchun vaqt oralig'i qancha uzoq bo'lsa, mahsulotga talab shuncha egiluvchan bo'ladi. Masalan, agar mol go'shtining narxi 10%ga ko'tarilsa, iste'molchi uni xarid qilishni birdaniga qisqartirmasligi mumkin. Lekin bir qancha vaqt o'tishi bilan u o'zining moyilligini tovuq go'shti yoki baliqqa o'tkazishi mumkin.

Iste'molchi daromadining 1% ga o'zgarishi talabning necha foizga o'zgarishini ifodalovchi ko'rsatkich **talabning daromad bo'yicha egiluvchanligi ko'rsatkichi** deyiladi va quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$E_t = \frac{\Delta Q}{\Delta D},$$

Bu erda: ΔQ – talab miqdorining foizli o'zgarishi;
 ΔD – daromadning foizli o'zgarishi.

Taklif hajmiga ta'sir qiluvchi boshqa omillar o'zgarmay qolgan sharoitda, narxning 1%ga o'zgarishi taklifning necha foizga o'zgarishini ifodalovchi ko'rsatkich **taklifning narx bo'yicha egiluvchanligi ko'rsatkichi** deyiladi. Bu ko'rsatkich ko'pincha oddiy qilib taklifning egiluvchanligi deb ham ataladi.

Taklifning narx bo'yicha egiluvchanligi (E_{tf}) darajasi quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$E_{tf} = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

Bu erda: ΔQ – taklif miqdorining foizli o'zgarishi;
 ΔP – narxlarning foizli o'zgarishi.

4. Iste'molchi xatti-harakati nazariyasi.

Hozirda iqtisodiyot nazariyasiga oid ko'plab darslik va o'quv qo'llanmalarda bozor talabining shakllanishi va namoyon bo'lishini iste'molchining xatti-harakati orqali tushuntirishga harakat qilinmoqda. Bunda oldindan g'arb adabiyotlarida mavjud bo'lib kelgan turli nazariyalardan foydalanib, iste'molchi xatti-harakati nazariyasi alohida yo'nalish sifatida bayon etilmoqda.

Iste'molchining bozordagi xatti-harakati so'nggi qo'shilgan naflilik nazariyasi hamda iste'molchi tanlovi nazariyasi orqali izohlanadi.

Agar naflilikka iste'molchi o'lchami bilan qaralsa, u iste'molchining biron-bir ne'matni iste'mol qilishidan olinadigan qoniqishni anglatadi. Iste'molchi tomonidan o'zi uchun turli tovarlarning naflilik darajasining baholanishi **iste'molchining afzal ko'rishi** deyiladi.

Nafilik funksiyasi ma'lum miqdordagi tovarlarga boshqa bir miqdordagi taqqoslashni bildiradi. Nafilikni mutloq ko'rsatkichlarda o'lchashning ahamiyati bo'lmay, iste'molchi tanlovini nafilik darajasining ketma-ket joylashuvi bilan izohlash mumkin. Bir to'plamdagi tovarlar nafiligi boshqasidan qay darajada afzalligini ko'rsatib berish mumkin emas.

Nafilik funksiyasi iste'mol qilinayotgan tovarlar (X,Y)dan olinayotgan nafilikning hosilasini ifodalaydi:

$$U(X,Y) = XY .$$

So'nggi qo'shilgan nafilik – muayyan ne'matning navbatdagi birligini iste'mol qilishdan olingan qo'shimcha nafilikdir. So'nggi qo'shilgan nafilik umumiy nafilikning o'sgan qismidan iborat ekan, u nafilik funksiyasining hosilasi hisoblanadi. Muayyan ehtiyojni qondiruvchi har bir navbatdagi ne'mat oldingisiga qaraganda kamroq nafilikka ega bo'ladi. Ne'matlarning cheklangan miqdori sharoitida esa doimo ehtiyojni eng kam darajada qondiruvchi «so'nggi nusxasi» mavjud bo'ladi.

Kishi qanchalik ko'p miqdordagi tovarni iste'mol qilsa, u shunchalik ko'p yalpi nafilikka ega bo'ladi. **Yalpi (umumiy) nafilik** so'nggi qo'shilgan nafilik ko'rsatkichlarini jamlash orqali aniqlanadi. Agar iste'molchi manfiy so'nggi qo'shilgan nafilikka ega bo'lsa, u holda yalpi nafilik kamayadi.

11-jadval. Muzqaymoq iste'mol qilishdan olingan so'nggi qo'shilgan va yalpi nafilik

Iste'mol qilingan muzqaymoqlar soni	So'nggi qo'shilgan nafilik (MU)	Yalpi nafilik (U)
0	-	0
1	4	4
2	3	7
3	2	9
4	1	10
5	0	10
6	-3	7

Iste'molchi tovarlarning turli to'plamini xarid qilishda doimo **nafilikni maksimallashtirish qoidasiga** amal qiladi. Bu qoidaning mazmuni quyidagicha bayon etiladi: iste'molchi o'zining daromadini shunday sarflashi kerakki, daromad to'liq sarflangan holatda tovarni xarid qilishdan olingan so'nggi qo'shilgan nafilikning tovar narxiga nisbati barcha tovarlar uchun bir xil qiymatga ega bo'lishi lozim, ya'ni:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} ,$$

bu erda: MU – X va Y tovarlarning so'nggi qo'shilgan nafiligi; P – ularning narxi.

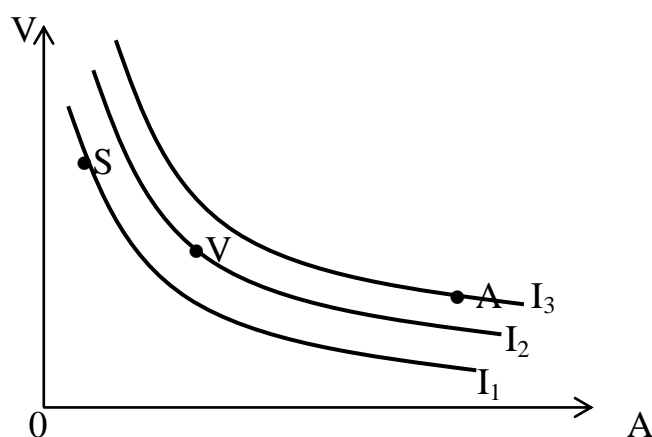
Bu qoida oldingi bobda ko‘rib chiqilgan Gossenning ikkinchi qonuniga muvofiq tushadi hamda **iste‘molchining muvozanatli holatini** ifodalaydi.

Iste‘molchi o‘zining o‘z didi va ruhiyatiga ko‘ra turli xil tovarlar to‘plamini ma‘qul ko‘rishi mumkin. Bunda u tovarlarning ma‘lum bir to‘plamini boshqa biriga taqqoslab ko‘radi. Iste‘molchi tanlovini tushuntirishda befarqlik egri chizig‘i muhim rol o‘ynaydi.

Befarqlik egri chizig‘i ehtiyojlarni bir xil darajada qondirilishini ta‘minlovchi iste‘mol to‘plamlari yig‘indisini namoyon etadi. Ya‘ni, iste‘molchi uchun befarqlik egri chizig‘ida joylashgan tovarlar to‘plamini tanlashda farq mavjud bo‘lmaydi.

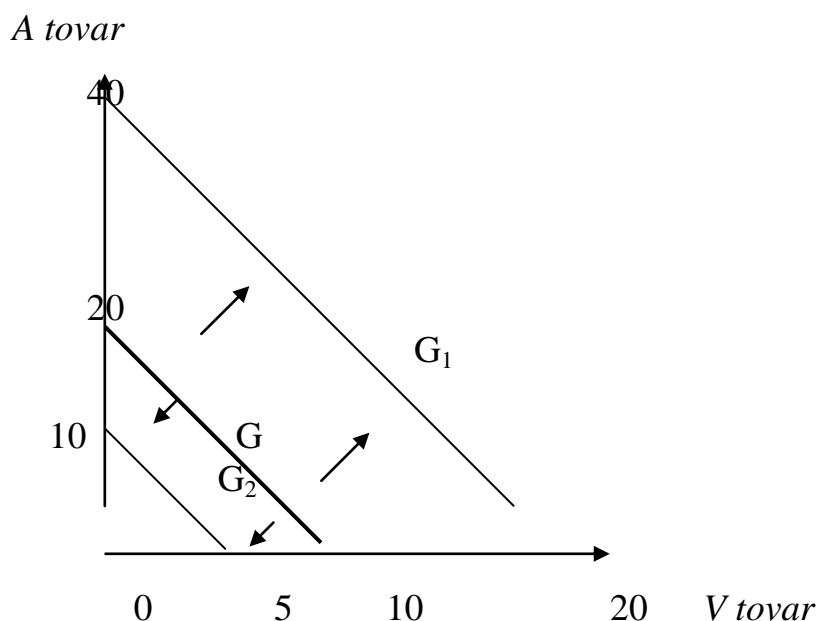
Agar iste‘molchining A va V tovarlarning barcha to‘plamlari bo‘yicha afzal ko‘rishlarini egri chiziqlar orqali tasvirlansa, **befarqlik kartasi** hosil bo‘ladi. Har bir befarqlik egri chizig‘i kishi har biriga bir xilda qaraydigan tovarlar to‘plamini ifodalaydi.

12-chizmada befarqlik kartasining bir qismini aks ettiruvchi uchta befarqlik egri chizig‘i tasvirlangan. I_3 befarqlik egri chizig‘i ehtiyojlarni qondirilishining eng yuqori darajasini aks ettiradi.



Iste‘molchi xatti-harakatini tushunishda **iste‘molchi byudjetining cheklanganligi** muhim ahamiyat kasb etadi. Byudjet cheklanganligi iste‘molchining muayyan pul daromadlari mavjudligi sharoitida narxlarning muayyan darajasida u yoki bu turdagi tovarlarning ma‘lum cheklangan miqdorini sotib olish imkoniyati orqali ifodalanadi.

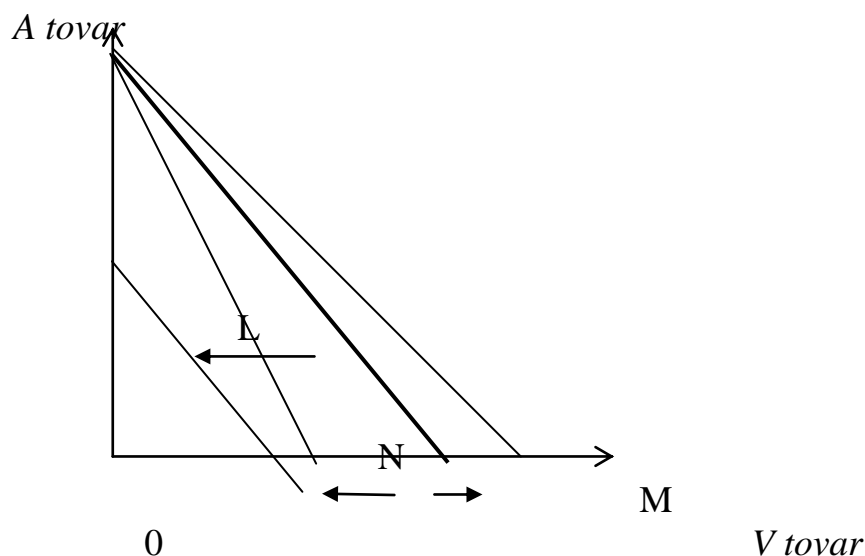
Iste‘molchi byudjetining cheklanganligini grafikda ikki turdagi tovarni sotib olishning turli kombinatsiyalarini ko‘rsatuvchi **byudjet chizig‘i** shaklida ham aks ettirish mumkin.



13-chizma. Daromad o'zgarishining budget chizig'iga ta'siri.

O'z navbatida narxning o'zgarishi ham budget chizig'idagi turli o'zgarishlarni keltirib chiqaradi (14-chizma). Jumladan:

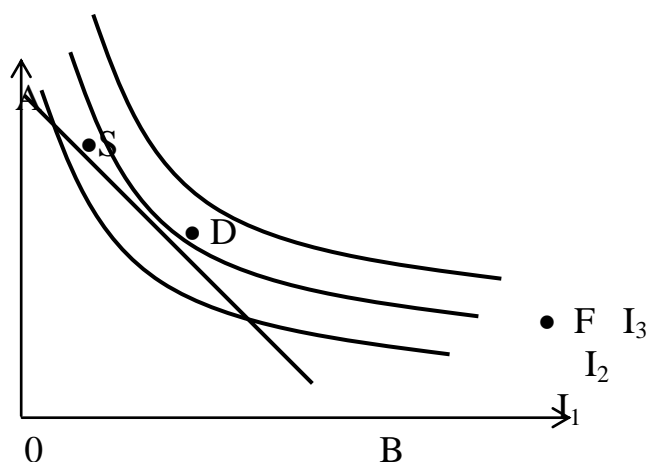
- 1) V tovar narxining pasayishi budget chizig'i burchagining o'zgargan holda yangi chiziq hosil bo'lishiga olib keladi (M chiziq);
- 2) B tovar narxining oshishi budget chizig'i burchagining o'zgargan holda yangi chiziq hosil bo'lishiga olib keladi (N chiziq);
- 3) A va V tovarlar narxi ilgari nisbat saqlangan holda oshsa, u holda eski chiziqqa parallel bo'lgan yangi chiziq hosil bo'ladi (L chiziq).



Iqtisodiy nazariyada iste'molchi tanlovini o'rganishda mazkur tanlov oqilona ravishda amalga oshiriladi va quyidagi shartlar ta'minlanadi, deb taxmin qilinadi:

- 1) mavjud va cheklangan byudjetdan to'liq foydalaniladi;

2) ehtiyojlar maksimal darajada qondiriladi.



15-chizma. Iste'molchining optimal tanlovi.

15-chizmada uchta befarqlik egri chizig'i ifodalangan bo'lib, ular iste'molchiga turli darajadagi qoniqish beradi: I_3 – eng yuqori darajadagi qoniqish; I_2 – o'rtacha qoniqish; I_1 – eng kam qoniqish. Har bir egri chiziqda iste'molchi tanlovini ifodalovchi bittadan nuqta joylashgan: I_1 da – C; I_2 da – D; I_3 da – F nuqtalar. Iste'molchining C nuqtani tanlashi oqilona emas, chunki D nuqta unga nisbatan ko'proq ehtiyojni qondiradi; F nuqta eng ko'p ehtiyojni qondirishi mumkin, biroq u budjet imkoniyatidan tashqarida hisoblanadi.

D nuqtada iste'molchi ehtiyojlarining qondirilishi maksimumlashadi, chunki bu nuqta ehtiyojlarning maksimal qondirilishini ta'minlovchi tovar va xizmatlar to'plami eng ko'p qoniqish beruvchi befarqlik egri chizig'ining budjet chizig'i bilan kesishgan joyida yotadi.

Xulosalar:

1. Iqtisodiyotni boshqarishning bozor mexanizmi – iqtisodiy tizimning samarali va moslashuvchan dastagidir. Bozor mexanizmining o'ziga xos xususiyati shundaki, uning har bir elementi narx bilan chambarchas bog'liqdir. Ayniqsa, narxning talab va taklif hajmiga ta'siri hamda ularning o'zaro aloqadorligi bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarning faoliyatini belgilab beradi.

2. Talab – ehtiyojning pul bilan ta'minlangan qismidir. Talab qonuniga muvofiq narxning o'sib borishi talabning qisqarishiga olib keladi, talabning kengayishi esa narxning o'sishiga olib keladi. Shuning uchun narx (mustaqil o'zgaruvchi) bilan talab (tobe' o'zgaruvchi) o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud.

3. Talab ikki xil yo'nalishda o'zgaradi: biri talab hajmining o'zgarishi bo'lib, talab egri chizig'i bo'ylab harakatlansa, ikkinchisi talab xususiyatning o'zgarishi

bo'lib, talab egri chizig'ining o'zini o'nga yuqoriga yoki chapga pastga qarab siljitadi.

4. Taklif ishlab chiqaruvchilarning bozorga sotishga chiqargan tovarlari miqdori bo'lib, tovarlar miqdori ishlab chiqarish bilan belgilanadi, ammo aynan unga bog'liq emas, chunki zaxira, eksport va import omillari ham taklif qilinadigan tovarlar miqdoriga ta'sir ko'rsatadi. Taklif bilan narx o'rtasida to'g'ri bog'liqlik mavjud, narxlarning o'sishi taklifning o'sishiga olib keladi va aksincha.

5. Talab va taklifning o'zaro ta'siri natijasida bozor muvozanati vujudga keladi. Bozor muvozanati – talab hajmining taklif hajmiga mos kelishidir. Bunday mos kelishlik bozorda muvozanatli narxni yoki bozor narxini shakllantiradi.

6. Bozordagi bir zumlik, qisqa davrli va uzoq davrli muvozanatlik holatni farqlash zarur.

Bir zumlik muvozanat uchun taqdim qilinadigan tovarlarning o'zgarish yoki doimiy miqdori xos. Bu ishlab chiqarishning bozor vaziyatiga tez, birdaniga moslasha olmasligi bilan bog'liq.

Qisqa davrli muvozanatlikni, ishlab chiqarish va taklifni vaqtinchalik amal qiluvchi omillardan foydalanish asosida ko'paytirish imkoniyatini taqazo qiladi.

Bunday vaqtinchalik omillarga ish vaqtdan tashqari, dam olish va bayram kunlari ishlash, ish smenasini ko'paytirishlar kiradi. Qisqa davrli muvozanatlikda taklif hajmining oshganligi munosabati bilan bir zumlik muvozanat holatida o'rnatilgan narxga nisbatan past narx o'rnatiladi.

Uzoq davrli muvozanatlik o'zgarishi uzoq muddatli davrdagi omillardan foydalanishni taqazo qiladi. Bunda ishlab chiqarishni qayta qurollantirish, yangilash va qo'shimcha quvvatlarni vujudga keltirish bilan bog'liq investitsiyalar haqida gap boradi. Bu davrda yangi korxonalar qurish hamda mazkur bozorda yangi korxonalar paydo bo'lishi ham mumkin bo'ladi. Uzoq davrli muvozanatlikda qisqa davrga nisbatan past narx o'rnatiladi.

7. Xo'jalik amaliyoti uchun bozor subyektlarining narx o'zgarishiga bo'lgan munosabatini ifodalovchi talab va taklif egiluvchanligi tushunchasi muhim ahamiyat kasb etadi. Talab egiluvchanligi ko'rsatkichi asosida ishlab chiqaruvchilar yalpi tushum miqdorini oson aniqlab olishlari mumkin. Agar talab egiluvchan bo'lsa, narx bilan yalpi tushum qarama-qarshi tomon harakatlanadi, talab noegiluvchan bo'lsa harakat bir tomonlama bo'ladi.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Talab – iste'molchi ma'lum vaqtda narxlarning har bir darajasida sotib olishga qodir bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdoridir.

Talab egri chizig'i – grafikda narx va talabning hajmi o'rtasidagi teskari bog'liqlikni ko'rsatadi.

Talab qonuni – tovarlar narxi bilan uning sotib olinadigan miqdori o'rtasidagi teskari yoki qarama-qarshi bog'liqlikni ifodalaydi.

Taklif – ishlab chiqaruvchi ma'lum vaqtda ishlab chiqarishga qodir bo'lgan, narxning har bir darajasida bozorga sotishga chiqaradigan tovarlar miqdoridir.

Taklif egri chizig'i – narx va taklifning hajmi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikning grafikdagi tasviridir.

Taklif qonuni – narx bilan sotishga chiqariladigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bevosita yoki to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikni ifodalaydi.

Taklif (talab) ning egiluvchanligi – narx 1% o'zgarganda talab necha foiz o'zgarishini ko'rsatadi. Bu talabning narx bo'yicha o'zgaruvchanligi ham deyiladi.

Daromad samarasi – narx pasayganda iste'molchi pul daromadlarining sotib olish layoqatining ortishidir.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar:

1. Talab qonunini tushuntiring. Talabga qanday omillar ta'sir qiladi? Bu omillardan har biri o'zgarsa, talab egri chizig'ida qanday o'zgarish ro'y beradi?

2. Taklif qonunini tushuntiring. Taklifga qanday omillar ta'sir qiladi? Bu omillardan har biri o'zgarsa, talab egri chizig'ida qanday o'zgarish ro'y beradi?

3. Don birjasida bug'doyga bo'lgan talab va taklifning umumiy hajmi quyidagi ma'lumotlar bilan xarakterlanadi deb faraz qilamiz:

Talab, ming sentner hisobida	Bir sentner narxi (so'm) hisobida	Taklif ming sentner hisobida	Ortiqcha (+) yoki kam (-)
85	3400	72	
80	3700	73	
75	4000	75	
70	4300	77	
65	4600	79	
60	4900	81	

a) Bozor narxi yoki muvozanatli narx qanday bo'ladi?

Bug'doyning muvozanatli miqdori qancha? 4-ustunni to'ldiring va natijalarini tushuntirib bering; b) shu ma'lumotlardan foydalanib bug'doyga bo'lgan talab va taklifning grafik shaklidagi tasvirini bering. Muvozanatli narx va muvozanatli miqdorni aniqlang; v) nima uchun 3400 so'm bu bozorda muvozanatli narx bo'la olmaydi? 4900 so'm-chi? g) Endi davlat bug'doyning eng yuqori narxini 3700 so'm qilib belgiladi deb faraz qilamiz. Bunday narx qanday oqibatlarga olib kelishini batafsil tushuntiring. O'z javoblaringizni grafikda tasvirlang.

4. Talab va taklifning quyidagi o'zgarishlarining har biri raqobatli bozorda muvozanatli narx va mahsulotlarning muvozanatli miqdoriga qanday ta'sir ko'rsatadi? Javoblaringizning to'g'riligini tekshirish uchun talab va taklif diagrammasidan foydalaning.

a) taklif qisqaradi, talab esa o'zgarishsiz qoladi; b) talab qisqaradi, taklif esa o'zgarishsiz qoladi; v) taklif ko'payadi, talab esa o'zgarishsiz qoladi; g) talab ortadi va taklif ham ko'payadi; d) talab ortadi, taklif esa o'zgarishsiz qoladi; e) taklif ko'payadi, talab esa qisqaradi; j) talab ortadi, taklif esa qisqaradi; z) talab qisqaradi va taklif ham qisqaradi.

8-MAVZU. RAQOBAT VA MONOPOLIYA REJA.

1. Raqobatning mohiyati, shakllari va usullari.
2. Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.
3. O‘zbekistonda raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik.

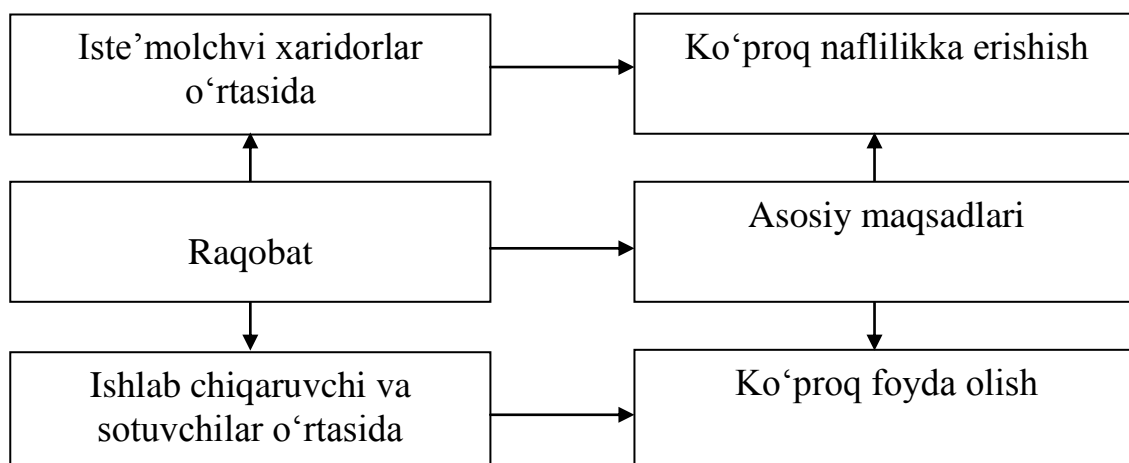
1. Raqobatning mohiyati, shakllari va usullari.

Raqobatning iqtisodiy mazmunini tushunib olish unga turli tomondan yondashishini talab qiladi. Mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar (korxonalar) o‘rtasidagi raqobat tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman iqtisodiyotda o‘z mavqeini mustahkamlash uchun kurashdan iborat. Bunda ular kerakli ishlab chiqarish vositalari, xom ashyo va materiallar sotib olish, ishchi kuchini yollash uchun ham kurashadi. Ishlab chiqaruvchilar o‘rtasidagi raqobat pirovardida iste‘molchilarni o‘ziga jalb etish uchun kurashni ham anglatadi.

Raqobat iste‘molchilar o‘rtasida ham yuz beradi: ular tovarlarni qulay va arzon narxlarda sotib olishga harakat qiladilar, ya‘ni xaridor har bir sarflangan pul birligi evaziga ko‘proq naflilikka ega bo‘lishga harakat qiladilar. Arzon va sifatli tovarni sotib olish uchun kurashadilar.

Shunday qilib, raqobat ko‘p qirrali iqtisodiy hodisa bo‘lib, u bozorning barcha subyektlari o‘rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. **Raqobat** – bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to‘qnashuvidan iborat bo‘lib, ular o‘rtasidagi yuqori foyda va ko‘proq naflilikka ega bo‘lish uchun kurashni anglatadi.

Bu munosabatlarni qiymatning mehnat va naflilik nazariyalarini sintez qilish usulini davom ettirgan holda quyidagi ko‘rinishda ifodalash mumkin (1-chizma).



Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalari mavjud.

- 1) tartibga solish vazifasi;
- 2) resurslarni joylashtirish vazifasi;
- 3) innovatsion vazifa;
- 4) moslashtirish vazifasi;
- 5) taqsimlash vazifasi;
- 6) nazorat qilish vazifasi.

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

Raqobatning **resurslarni joylashtirish vazifasi** ishlab chiqarish omillarini ular eng ko'p samara beradigan korxonaga, hudud va mintaqalarga oqilona joylashtirish imkonini beradi.

Raqobatning **innovatsion vazifasi** fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti subyektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko'rinishdagi yangiliklarning joriy etilishini anglatadi.

Raqobatning **moslashtirish vazifasi** korxonaga (firma)larning ichki va tashqi muhit sharoitlariga ratsional tarzda moslashishiga yo'naltirilgan bo'lib, ularning shunchaki o'zini-o'zi saqlab, iqtisodiy jihatdan yashab qolishidan xo'jalik faoliyati sohasining ekspansiyasi (kengayishi)ga o'tishini bildiradi.

Raqobatning **taqsimlash vazifasi** ishlab chiqarilgan ne'matlar yalpi hajmi (yalpi ichki mahsulot)ning iste'molchilar o'rtasida taqsimlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir o'tkazadi.

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

Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to'rtta shakli alohida ajratilib ko'rsatiladi.

Bular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliyadir.

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

Sof monopoliyada tarmoq bitta firmadan iborat bo'lishi sababli, u mavjud mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi.

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

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

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

1) monopollashmagan korxonalar o'rtasidagi raqobat;

2) monopoliyalar hamda monopolistik birlashmalarga kirmagan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat;

3) turli monopoliyalar o'rtasidagi raqobat;

4) monopolistik birlashmalar o'zining ichidagi raqobat.

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

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

Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalari o'rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasi kam bo'lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga kapitallarning oqib o'tishiga sabab bo'ladi.

Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda g'irrom va halol raqobatlashuv usullari ham ajratib ko'rsatiladi. Raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy (ya'ni, jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obro'siga putur etkazish va h.k.) usullaridan foydalanish **g'irrom raqobat** deb yuritiladi.

Halol raqobat – raqobat kurashida jamiyat tomonidan tan olingan, iqtisodiy usullarni qo'llash, o'zining maqsad va manfaatlariga erishishda umumjamiyat manfaatlariga zid keluvchi holatlarni qo'llamaslik kabi qoidalarga asoslanadi. Shu o'rinda halol raqobatning quyidagi belgilarini ham ko'rsatib o'tish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- **qalbaki bellashuv, majburiy safarbarlikni tan olmaydi;**
- **boqimandalik, befarqlik, yuzakichilik, ko'zbo'yamachilik kabi salbiy holatlarga barham beradi;**
- **qarindosh-urug'chilikni, oshna-og'aynigarchilikni, tanish-bilishlikni, ma'muriy-buyruqbozlikni tan olmaydi**

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

Uning asosiy va eng ko'p qo'llaniladigan ko'rinishi – «narxlar jangi» deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarni tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi.

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

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

Narxsiz raqobat bilan bir vaqtda **yashirin narx yordamidagi raqobat** ham bo'lishi mumkin. Buning uchun yangi tovarlarning sifati oshishi va iste'mol xususiyatlarining yaxshilanishi ular narxlarining oshishiga qaraganda tez ro'y berishi kerak.

2. Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.

Monopoliya – monopol yuqori narxlarni o'rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari.

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

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

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

Kapitalning markazlashuvi – bu bir kapital tomonidan boshqa birining qo'shib olinishi yoki bir qancha mustaqil kapitallarning aksiyadorlik jamiyati shaklida ixtiyoriy birlashishi orqali kapital hajmining o'sishidir.

Ishlab chiqarishning gorizontaal va vertikal to'planishi farqlanadi.

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

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

Monopoliyalarning turlarini bir necha mezonlarga ko‘ra ajratish mumkin.

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

Sof monopoliya – tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi. O‘zbekistonda sof monopoliyalar sifatida «O‘zbekiston havo yo‘llari» DAK, «O‘zbekiston temir yo‘llari» DAK, Toshkent aviatsiya ishlab chiqarish birlashmasini misol keltirish mumkin.

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

Monopsoniya – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda ko‘p bo‘lib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste‘molchisi yoki xaridori mavjud bo‘lgan sharoitdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi. Bunga «O‘zDEUavto» korxonasi yaqqol misol bo‘la oladi.

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

Tabiiy monopoliya – korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo‘lgan talabni qondirish raqobat mavjud bo‘lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati. Bunday samaradorlik ishlab chiqarish hajmining ko‘payib borishi bilan tovar birligiga to‘g‘ri keluvchi xo‘jalik xarajatlarining ahamiyatli darajada pasayib borishida namoyon bo‘ladi.

Legal (qonuniy) monopoliya – bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat. Ular tarkibiga raqobatdan himoya qiluvchi quyidagi monopoliya shakllarini kiritish mumkin:

Legal (qonuniy) monopoliya – bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat. Ular tarkibiga raqobatdan himoya qiluvchi quyidagi monopoliya shakllarini kiritish mumkin:

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

2) mualliflik huquqi – ilmiy, badiiy va san‘at asarlari, ijro san‘ati fonogrammalari, ko‘rsatuvlar, efir to‘lqini yoki kabel orqali tasvir uzatish kabilarni yaratish va ulardan foydalanish munosabatlarini qonuniy tarzda tartibga solish shakli.

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

Sun‘iy monopoliya – monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli (tabiiy monopoliyalardan ajratib turish uchun) nomi.

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

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

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

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

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

Sun'iy monopoliyalar kartel, sindikat, trest, konsorsium, konsern kabi aniq shakllarda namoyon bo'ladi.

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

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

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

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

Konsern – rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalar (sanoat, savdo, transport va bank kabi turli soha korxonalari) ning majmuini o'z ichiga oluvchi birlashma.

3. O'zbekistonda raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik.

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

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

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

O'zbekistonda samarali raqobat muhitini yaratish uchun quyidagilar bo'yicha chora-tadbirlarning amalga oshirilishi taqozo etiladi:

a) iqtisodiyotda davlat monopolizmining har qanday namoyon bo'lishini maksimal darajada bartaraf etish.

b) bozor sharoitida vujudga kelayotgan monopoliyalarning bozordagi o'z ustunlik mavqelarini suiste'mol qilish imkoniyatlarining oldini olish.

O'zbekistonda davlatning raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshqa shakllarini vujudga keltirish asosiy o'rin tutadi.

O'zbekistonda «Monopol faoliyatni cheklash to'g'risida»gi qonun (1992-yil, avgust) kuchga kiritildi hamda uning asosida raqobatchilikni rivojlantirishga qaratilgan bir turkum me'yoriy hujjatlar ishlab chiqildi.

Iqtisodiyot va monopoliyaga qarshi amaliyot sohasidagi ahamiyatli o'zgarishlar tegishli qonunchilik bazasini yanada takomillashtirishni taqozo etdi. Shunga ko'ra, O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 1996-yil 27-dekabrda «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi yangi qonun qabul qilindi.

Qonunda ko'zda tutilgan taqiqlar ham rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlari uchun, ham O'zbekiston va boshqa o'tish davri iqtisodiyoti mamlakatlari uchun xos bo'lgan monopolistlar hatti-harakatiga qarshi o'rnatilgan.

Quyidagi xatti-harakatlar monopoliyaga qarshi qonunchilikka zid hisoblanadi:

- xo'jalik yurituvchi sub'ekt tomonidan bozordagi ustunlik holatining suiste'mol qilinishi (5-modda);

- xo'jalik subyektlarining raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlari (o'zaro kelishilgan xatti-harakatlari) (6-modda);

- davlat boshqaruvi organlari va mahalliy hokimiyati organlarining raqobatni cheklashga yo'naltirilgan xatti-harakatlari (7-modda);

- insofsiz raqobat (8-modda).

Xulosalar:

1. Raqobat bozorning muhim xususiyatlaridan biri bo'lib hisoblanadi. U bir tomondan, ishlab chiqarish munosabati sifatida namoyon bo'lsa, ikkinchi tomondan esa ijtimoiy ishlab chiqarishni muvofiqlashtiruvchi mexanizm sifatida namoyon bo'ladi. Raqobatli bozor ishlab chiqarish samaradorligiga erishish va iqtisodiy resurslarni optimal taqsimlashga imkon yaratadi.

2. O'z miqyosiga ko'ra raqobat eng avvalo ikki turga - tarmoq ichidagi raqobatga va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi. Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to'rtta shakli alohida ajratilib ko'rsatiladi. Bular erkin raqobat, monopollashgan raqobat, monopoliya va oligopoliyadir.

3. Erkin raqobat va monopoliya real hayotda kam uchraydi. Hozirgi zamon bozor iqtisodiyotining holatini monopollashgan raqobat va oligopoliya tavsiflaydi. Monopollashgan raqobatda juda ko'p mayda firmalar tomonidan turli-tuman tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqariladi, shuning uchun sohaga kirish qiya emas.

4. Raqobat – xo'jalik yuritishning asosiy usuli hisoblangani uchun raqobat muhitining shakllanishi bozor iqtisodiyotining rivojlanish darajasiga bog'liqdir. Raqobat muhiti deb bozor munosabatlari ishtirokchilarining xo'jalik yuritishda teng imkoniyatlarni ta'minlaydigan iqtisodiy, qonuniy, tashkiliy va siyosiy sharoitlar majmuasiga aytiladi. Raqobat muhitining mavjudligi – alohida olingan firmaning bozor sharoitida erkin harakat qilib xukmronlik mavqeiga erishishiga halaqit beruvchi asosiy omildir.

5. Monopoliyani tartibga solish – miqdoran hisoblash imkoniyati kam bo'lgan juda murakkab jarayondir. O'zbekistonda davlatning monopoliyaga qarshi chora-tadbirlari nafaqat monopoliyani cheklash, balki monopoliyadan chiqarish jarayoni bilan uzviy ravishda olib borilmoqda. Juda ko'plab tarmoqlarda hukmron mavqega ega bo'lgan korxonalar (ular yagona korxonalar sifatida ish yuritishar edi) xususiylashtirilib, mustaqil korxonalariga aylantirildi va natijada tarmoqda raqobat muhiti shakllantirildi.

6. Davlatning monopoliyaga qarshi qonunchiligi raqobatlashuvchi subyektlar ishchanligini susaytirmaydigan darajada etarlicha egiluvchan bo'lishi darkor.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Raqobat – bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq nafllikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi.

Tarmoqlar ichidagi raqobat - ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo'lish, qo'shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalarini o'rtasida boruvchi kurash.

Tarmoqlararo raqobat - turli tarmoqlar korxonalarini o'rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurash.

G'irrom raqobat - raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy (ya'ni,

jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obroʻsiga putur etkazish va h.k.) usullaridan foydalanish.

Halol raqobat – jamiyat tomonidan tan olingan, iqtisodiy usullarni qoʻllash, oʻzining maqsad va manfaatlariga erishishda umumjamiyat manfaatlariga zid keluvchi holatlarni qoʻllamaslik kabi qoidalarga asoslangan raqobat kurashi.

Narx vositasida raqobatlashuv - ishlab chiqaruvchilarning oʻz tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarining shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi asosidagi kurash.

Narxsiz raqobatlashuv - asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat koʻrsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obroʻ-eʼtibori hisoblangan kurash.

Monopoliya – monopol yuqori narxlarni oʻrnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari.

Ishlab chiqarishning toʻplanishi - ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi hamda mahsulot ishlab chiqarish hajmining yirik korxonalarda toʻplanishi.

Kapitalning toʻplanishi – qoʻshimcha qiymatning bir qismini jamgʻarish (kapitallashtirish) natijasida kapital hajmining oshishi.

Kapitalning markazlashuvi – bir kapital tomonidan boshqa birining qoʻshib olinishi yoki bir qancha mustaqil kapitallarning aksiyadorlik jamiyati va boshqa shakllarda ixtiyoriy birlashishi orqali kapital hajmining oʻsishi.

Sof monopoliya – tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi, va binobarin, foyda olishdagi yakkahukmronlik holati.

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

Monopolistik raqobat – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni koʻp hamda ular oʻrtasida maʼlum darajada raqobat mavjud boʻlgan, biroq har bir ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi oʻz tovar yoki xizmatining alohida, maxsus xususiyatlari mavjudligi sababli ularning narxi va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi maʼlum darajada hukmronlik holati.

Monopsoniya – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda koʻp boʻlib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona isteʼmolchisi yoki xaridori mavjud boʻlgan sharoitdagi yakkahukmronlik holati.

Tabiiy monopoliya – korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga boʻlgan talabni qondirish raqobat mavjud boʻlmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati.

Legal (qonuniy) monopoliya – qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat.

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

Kartel – bitta sanoat tarmogʻidagi bir necha korxonalarining uyushmasi boʻlib, uning ishtirokchilari ishlab chiqarish vositalari va mahsulotlariga oʻz mulkiy egaligini saqlab qoladi, yaratilgan mahsulotlarni sotish esa kvota, yaʼni mahsulot

ishlab chiqarish umumiy hajmidagi har bir ishtirokchining ulushi, sotish narxlari, bozorlarning bo‘lib olinishi va h.k. bo‘yicha kelishuv asosida amalga oshiriladi.

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

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

Konsorsium – tadbirkorlarning yirik moliyaviy operatsiyalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida birlashuvi (masalan, yirik miqyosli loyihalarga juda kata miqdorda va uzoq muddatli kredit berish yoki investitsiyalar qo‘yish).

Konsern – rasmiy jihatdan mustaqil bo‘lgan, ko‘p tarmoqli korxonalar (sanoat, savdo, transport va bank kabi turli soha korxonalari) ning majmuini o‘z ichiga oluvchi birlashma. Odatda bunday birlashma ma‘lum ishlab chiqarish faoliyatini bosqichma-bosqich ravishda amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan turli soha korxonalar va tashkilotlaridan tuziladi.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Raqobatning mohiyati va maqsadini tushuntirib bering.
2. Raqobatning asosiy vazifalari nimalardan iborat? Bu vazifalarning bir-biridan farqini ajratib ko‘rsating.
3. Raqobat shakllariga tushuncha bering va ularning har biriga xos belgilarini ko‘rsating.
4. Tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatning farqini tushuntirib bering.
5. Halol va g‘irrom raqobatlashuv usullariga nimalar kiradi?
6. Raqobatlashuvning demping narxlarni qo‘llash usuli qanday sharoitlarda amalga oshiriladi?
7. Monopoliya nima va uning vujudga kelishining iqtisodiy asoslari nimalardan iborat? Monopoliyaning qanday turlari mavjud?
8. Kapitalning to‘planishi va markazlashuvi o‘rtasida qanday farq bor?
9. Tabiiy, legal va sun‘iy monopoliyalarning bir-biridan farqlanishini ko‘rsating.
10. Monopoliyaning ijobiy va salbiy tomonlari nimalarda namoyon bo‘ladi?
11. Monopoliyaga qarshi siyosat va monopoliyaga qarshi qonunchilikning mohiyati qanday?
12. Raqobat muhitining shakllanishiga qanday omillar ta‘sir ko‘rsatadi?
13. O‘zbekistonda raqobatni qo‘llab-quvvatlovchi va monopoliyaga qarshi kurashuvchi qanday tashkilotlar mavjud hamda ular qachon tashkil etilgan?

9-MAVZU. NARXNING MOHIYATI VA SHAKLLANISH XUSUSIYATLARI REJA.

- 1. Narxning mazmuni va uning vazifalari.**
- 2. Narx turlari va ularning mazmuni.**
- 3. Raqobatning turli ko‘rinishlari sharoitida narxning shakllanish xususiyatlari.**
- 4. Narx siyosati va uning O‘zbekistonda amalga oshirilish xususiyatlari.**

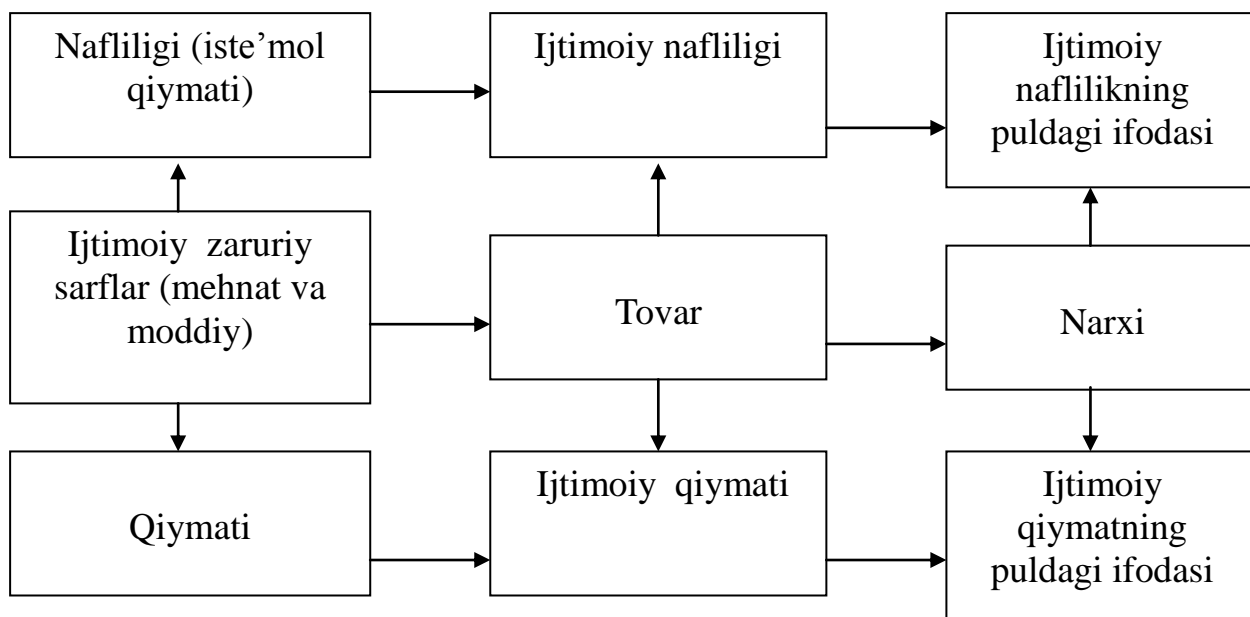
1. Narxning mazmuni va uning vazifalari.

Tovarlar qiymati va ularning nafliligi o‘zlarining namoyon bo‘lishini narxda topadi. Amaliy hayotda qiymat tovar ishlab chiqaruvchilarni, naflilik esa iste’molchilarni rag‘batlantiruvchi, ularni harakatga keltiruvchi kuch sifatida amal qiladi.

Tovarning xarid qilinishi uning alohida olingan bir kishi uchun emas, balki jamiyat uchun nafliligini va shu bilan birga ijtimoiy qiymatini ham tan olishni bildiradi. Shu sababli, «ijtimoiy naflilik» tushunchasining o‘zi biror tovar (xizmat) ning jamiyat uchun nafliligi, qadr-qiymatga egaligini ko‘rsatadi. Shu mulohazalardan kelib chiqib aytish mumkinki, narx o‘zida faqatgina naflilik yoki sarflarning birini emas, balki har ikkalasining bir vaqtda mavjudligini va ularning ma’lum miqdorini pul ko‘rinishida ifoda etadi.

Jumladan, o‘zgarib turuvchi talab va taklif ta’siri ostida biror tovarning bozor narxi tebranib, uning qiymatidan u yoki bu tomonga farqlanishi mumkin. Raqobat ham qiymat – narx nisbatiga xuddi talab va taklif kabi ta’sir ko‘rsatadi. Bu erda shuni ta’kidlash lozimki, xaridor u yoki bu tovarni sotib olishda, nafaqat uning qancha turishini, balki mazkur tovarning iste’mol xususiyatlari o‘zining ehtiyoji va didiga qanchalik mos kelishini, ya’ni uning nafliligini ham hisobga oladi.

Tovar egasi o‘z tovari uchun ketgan sarflarni qoplab, ma’lum darajada, iloji boricha ko‘proq foyda olishni ta’minlashi mumkin bo‘lgan qiymatni pul shaklida o‘zlashtirishga intilsa, xaridor iloji boricha sarf qilayotgan pulining har bir birligiga ko‘proq naflilikka (iste’mol qiymatiga) ega bo‘lishga harakat qiladi. Ularning manfaatlari to‘g‘ri kelgan nuqtada, darajada narx o‘rnatilib, tovar pul almashuvi, oldi-sotdi sodir bo‘ladi.

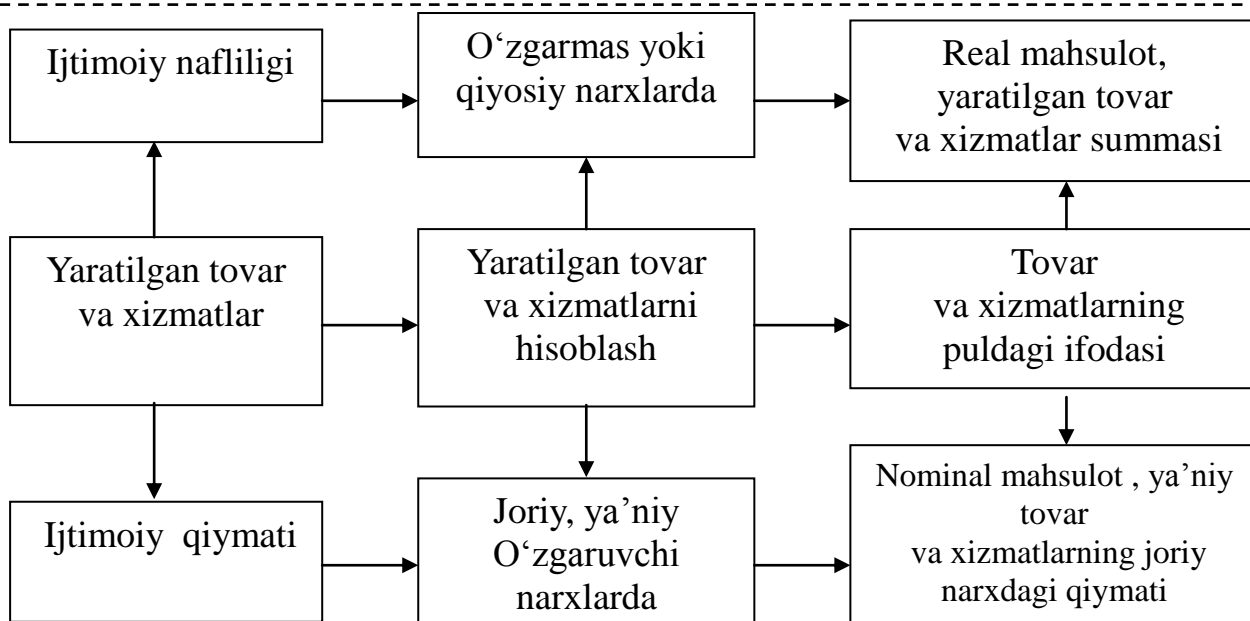


Tovardagi ikki xil xususiyatlarning narxdagi ifodasi.

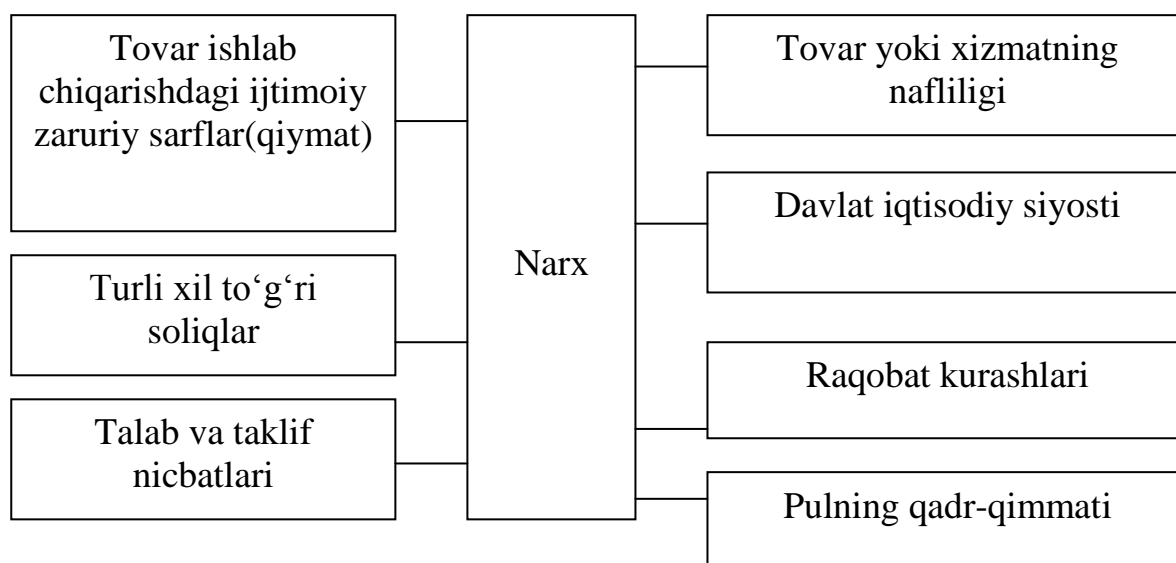
Bulardan xulosa qilib aytish mumkinki, **narx** – real bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafliligining puldagi ifodasidir.

Bu yerda shuni yana bir bor ta’kidlash joizki, narxda alohida olingan ishlab chiqaruvchilarning individual sarflari emas yoki alohida olingan individual shaxslarning psixologik jihatdan naflilikka bergan bahosi ham emas, balki jamiyat tomonidan tan olingan ijtimoiy sarflar va jamiyat uchun zarur bo’lgan miqdorda va sifatda yaratilgan va tan olingan ijtimoiy naflilik (iste’mol qiymat) o’z ifodasini topadi.

Tovardagi ikki xil xususiyatni ifodalovchi narxlarning mahsulot hajmini hisoblashda qo’llanishi.



Narxga ta'sir qiluvchi omillar.



Narx quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

1. Muvozanatlikni ta'minlash vazifasi. Bunda narx bozorda talab va taklifning hajmi va tarkibiga ta'sir etish orqali ularni muvozanat holatiga keltiradi. Bozor narxi - bu muvozanatli narx bo'lib, u birinchidan, tovarlarni sotilishi ta'minlaydi, ikkinchidan, bozorda tovarlar taqchilligini yuzaga keltirmaydi.

2. Qiymat va naflilikni o'lchash vazifasi. Narx qiymat va naflilikning puldagi ifodasi deb aytamiz, chunki qilingan sarf-xarajatlari va olingan natijalar (foyda yoki zarar) narxlar asosida hisob-kitob qilinadi.

3. Tartibga solish vazifasi. Bozor holati (kon'yunkturasi) talab va taklif hamda ularning nisbatiga bog'liq. Talabning ortishi muayyan tovarni ishlab chiqarishni kengaytirishi, askincha hol esa tovar ortiqchaligini, uni ishlab chiqarishni qisqartirish zarurligini bildiradi.

4. Raqobat vositasi vazifasi. Narx raqobat kurashining eng muhim vositasi hisoblanadi. Ishlab chiqaruvchilar o'z raqiblarini engish uchun narxni pasaytirish usulidan foydalanishlari mumkin. Demak, narxni o'zgartirib turish usuli raqobatda keng qo'llaniladi.

5. Ijtimoiy himoya vazifasi. Narx aholining kam daromad oluvchi ayrim qatlamlarini ijtimoiy himoya qilish vazifasini ham bajaradi. Narxning bu vazifasi tovar (xizmat)lar ijtimoiy dotatsiyalashgan narxlar bo'yicha sotilganda bajariladi. Bunda ular davlat byudjeti va turli hayriya mablag'lari hisobiga moliyaviy ta'minlanadi.

Iqtisodiyotning turli sohalari va tarmoqlaridagi ishlab chiqarish va sotish sharoitlarining xilma-xilligi hamda bozor munosabatlarining rivojlanishi darajasidagi farqlar narx turlarini farqlash zaruriyatini tug‘diradi. Iqtisodiyotda amal qilib turgan barcha narx turlari narx tizimini tashkil qiladi. Narxlar tizimida ularning ayrim turlarining iqtisodiy mazmunini qisqacha qarab chiqamiz.

Ulgurji narxlar. Ishlab chiqaruvchilar tomonidan katta partiyadagi tovarlar bir yo‘la ko‘tarasiga sotilganda ulgurji narxlardan foydalaniladi. Ulgurji narxlar ishlab chiqaruvchilar va ta‘minlash-sotish tashkilotlari xarajatlarini qoplashi hamda ularning ma‘lum miqdorda foyda ko‘rishini ta‘minlashi zarur. Ulgurji narxlar tovar birjalari va savdo uylarida ham qo‘llaniladi.

Shartnoma narxlar. Bu sotuvchi va xaridorning roziligi bilan belgilanadigan, ular tomonidan tuzilgan shartnomada qayd qilingan narxlaridir. Shartnoma narxlar odatda shartnoma bitimi amal qilib turgan davrda o‘zgarmaydi. Mazkur narxlar ham milliy va ham xalqaro bozorda qo‘llaniladi. U xalqaro bozorda qo‘llanilganda tovar (xizmat)larning jahon narxlariga yaqin turadi.

Chakana narxlar. Bu narxlarda tovarlar bevosita iste‘molchilarga sotiladi. Chakana narxga tovarning ulgurji narxi, chakana savdo tashkilotlarining xarajatlari va ularning oladigan foydasi kiradi. Chakana narx tovarlarga bo‘lgan talab va taklifni bog‘lovchi rolini o‘ynaydi hamda ularning nisbatiga qarab yuqori yoki past bo‘lishi mumkin.

Davlatning narxlarni tartibga solishlik faoliyati chegaralangan (limitlangan) va dotatsiyali narxlarni vujudga keltiradi.

Chegaralangan narxlarda davlat narxlarning yuqori va quyi chegarasini belgilaydi, ular shu doirada o‘zgarishi mumkin. Bunday narxlar yordamida davlat inflyasiyani jilovlaydi, narxlarni nazorat qiladi.

Dotatsiyalangan narx – bu davlat byudjeti hisobidan maxsus arzonlashtirilgan narxlaridir. Bunday narxlardan kam daromadli oilalar, beva-bechoralar, ishsiz va nogironlarni hayotiy zarur ne‘matlar bilan eng kam darajada ta‘minlab turishda foydalaniladi.

Demping narx. Bozorda o‘z mavqeini mustahkamlash va raqiblarini siqib chiqarish uchun firmalar maxsus narxdan foydalanadiki, ular demping narx yoki bozorga kirib olish narxi deb ataladi. Demping narxda rasmiy narxning bir qismidan kechib yuboriladi.

Erkin bozor narxlari – bu talab va taklif asosida vujudga keladigan bozor narxlaridir. Madaniylashgan bozor sharoitlarini vujudga keltirishda erkin narxlar jamiyat va bozor munosabatlari barcha subyektlari manfaatlarini eng maqbul tarzda uygʻunlashtirishga imkon beradi.

Narx diapazoni narxlar oraligʻining puldagi ifodasidir. Narx diapazoni quyi, oʻrta va yuqori narxlarni oʻz ichiga oladi. Narx diapazoni qanchalik katta boʻlsa, tovar muomalasi shunchalik tez yuz beradi, chunki talab bilan narx oʻzaro bogʻlanadi.

Bozor koʻlami hisobga olinganda hududiy (mintaqaviy), milliy va xalqaro narxlar mavjud boʻladi.

Hududiy narx faqat maʼlum hududiy bozorga xos boʻlib, u shu hudud doirasidagi omillar taʼsiridan hosil boʻladi.

Milliy bozor narxi bir mamlakat doirasida amal qiluvchi va ularning xususiyatini aks ettiruvchi narxlardir. Milliy narx mamlakat doirasidagi ijtimoiy sarf-harajatlarni, milliy bozordagi talab va taklifni, tovar nafliligini, uning qanchalik qadrlanishini hisobga oladi.

Jahon bozori narxi muayyan tovarga ketgan baynalminal xarajatlarni, tovarning jahon standarti talabiga mos kelish darajasini va xalqaro bozordagi talab va taklif nisbatini hisobga oladi.

Iqtisodiyot nazariyasida narx nisbati degan tushuncha bor u **narx pariteti** deb ham yuritiladi. Iqtisodiyot va undagi jarayonlar bir-biriga bogʻliq boʻlganidan narxlar bir-birini yuzaga chiqaradi.

3. Raqobatning turli koʻrinishlari sharoitida narxning shakllanish xususiyatlari.

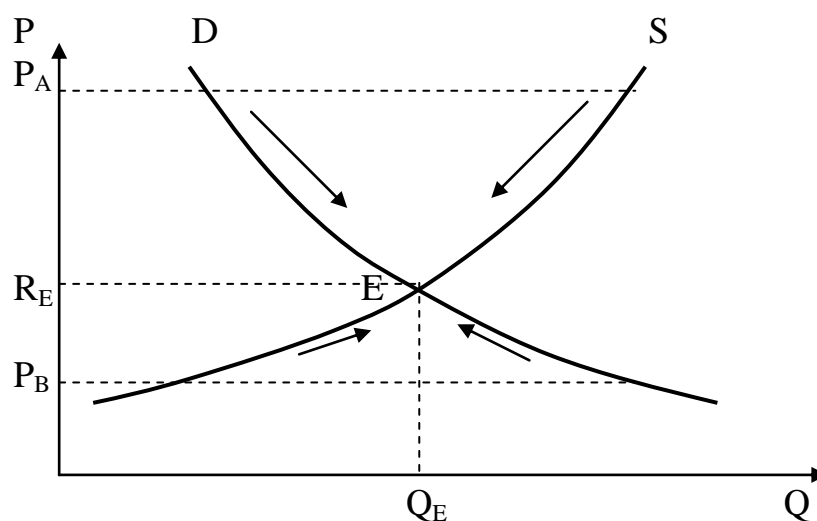
Narxning shakllanishiga bozorning holati bevosita taʼsir koʻrsatadi, chunki narxning shakllanishida bozordagi talab va taklif nisbati asosiy omillardan biri hisoblanadi. Shunga koʻra, talab va taklif miqdoriga taʼsir koʻrsata olish imkoniyatiga koʻra bozordagi raqobatning turli koʻrinishlari farqlanadi. Mukammal raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchi (yoki sotuvchi) hamda isteʼmolchi (yoki xaridor)larning soni juda koʻp boʻlib, ularning ishlab chiqarish hajmini oʻzgartirish orqali narx shakllanishiga taʼsiri umuman sezilmavdi.

Mukammal raqobat sharoitida narxning shakllanishi. Erkin raqobat kurashi sharoitida narxning tashkil topish xususiyatlarini tadqiq etgan dastlabki iqtisodchilardan biri A.Marshall hisoblanadi. Uning fikricha, tovarning oldi-sotdi jarayoniga qadar ikki xil, ya'ni sotuvchi va xaridor narxlari mavjud bo'ladi.

Nazariy jihatdan har ikki narxning yuqori va quyi darajalari mavjud. Sotuvchi o'z tovari narxining imkon qadar yuqori bo'lishidan manfaatdor, chunki bunday narx uning foydasi hajmini oshiradi. Biroq, erkin raqobat sharoitida narxni boshqalardan yuqori darajada belgilashga intilish mazkur sotuvchining bozordan siqib chiqarilishiga olib kelishi mumkin. Sotuvchi narxining eng past darajasi shu tovarni ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlarni qoplashi kerak. Xaridor tovarni eng past narxda sotib olishdan manfaatdor, biroq erkin raqobatli bozor sharoitida uning ham tovar sotib ololmay qolish xavfi mavjud bo'ladi. Xaridor narxining yuqori darajasi esa, Marshall ta'biricha, so'nggi qo'shilgan miqdor nafililigiga teng bo'lishi kerak.

Sotuvchi va xaridor o'rtasidagi qulay narxga erishish borasidagi kurash har ikki narxning mosligi ta'minlangunga, ya'ni bozor narxi paydo bo'lgunga qadar davom etadi. Shunday qilib, sotuvchining narxi tomonidan ishlab chiqarish xarajatlari, xaridor narxi tomonidan esa so'nggi qo'shilgan miqdor nafililigi maydonga tushib, ularning nisbati asosida bozor narxi paydo bo'ladi. Bu holatni Marshall shunday ifodalaydi: «...«ishlab chiqarish xarajatlari» prinsipi hamda «so'nggi qo'shilgan nafililik» prinsipi, shubhasiz, yagona talab va taklif umumiy qonunining tarkibiy qismi hisoblanib, ulardan har birini qaychining bitta kesuvchi tomoniga qiyoslash mumkin».

Talab va taklifning muvozanati mukammal raqobat bozoridagi narxning shakllanishiga muvofiq keladi.



Mukammal raqobatli bozor sharoitida narxning shakllanishi.

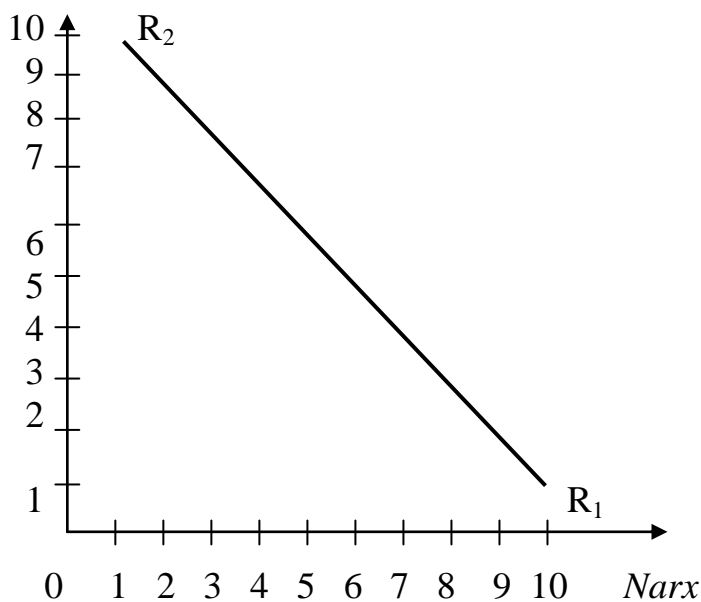
Narxning R_A darajasidagi holat uzoq vaqt mavjud bo'la olmaydi. Chunki, tovarlarning sotilmay, to'planib qolishi bilan sotuvchilar o'rtasidagi raqobat kuchayib, ular o'z tovarlarini tezroq sotish maqsadida narxni tushira boshlaydilar.

Narxning R_V darajasidagi holat ham barqaror turmaydi. Chunki, bu holatda talab taklifdan oshib ketib, tovarlar taqchilligi boshlanadi. Taqchil tovarga ega bo'lish uchun bir-biri bilan raqobatga kirishgan xaridorlar uning narxini oshira boshlaydilar.

Monopoliya sharoitida narxning shakllanishi. Monopoliya sharoitida narx shakllanishining o'ziga xos jihati shundaki, agar mayda tovar ishlab chiqaruvchilar faqat o'zlarining individual narxlarini o'zgartira olsalar, ulardan farqli o'laroq bozor ishtirokchilari sifatidagi monopoliyalar bozor narxlarini o'zlari belgilay oladilar. Bunda monopoliyalar ommaviy talabning oshishi bilan narxning oshishi hamda ommaviy taklifning oshishi bilan narxning pasayib borishidan o'ziga xos tarzda foydalanadilar.

Ommaviy taklif bo'yicha narx o'zgarishi quyidagi miqdoriy bog'liqlikni aks ettiradi: talabga nisbatan tovarlar taklifi qanchalik yuqori bo'lsa, bozor narxi darajasi shunchalik past bo'ladi va aksincha, taklif kamayishi bilan narx oshib boradi.

Taklif miqdori



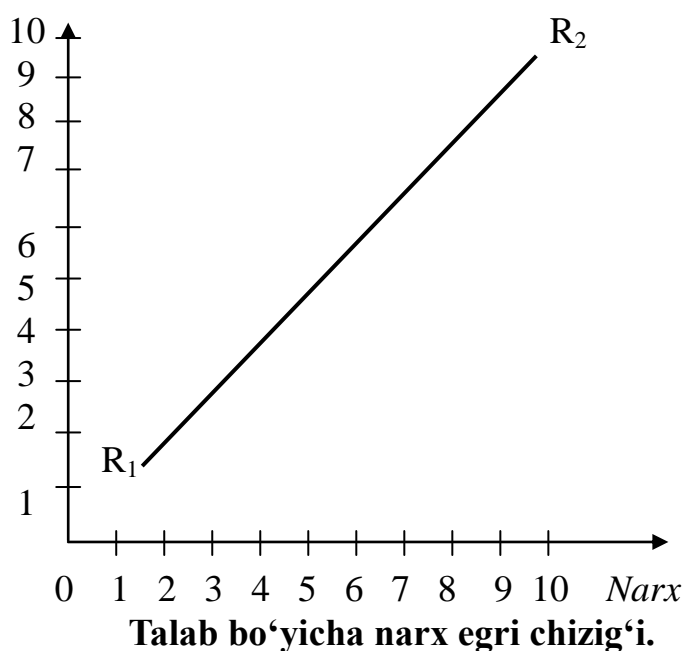
Taklif bo'yicha narx egri chizig'i.

Chizmadan ko'rinadiki, tik o'qda muayyan tovarlar taklifi hajmining ko'payib borishi, yotiq o'qda esa mahsulot birligiga bo'lgan narx darajasining oshib borishi aks ettirilgan. Taklif bo'yicha narx egri chizig'i (R_1R_2) bozor narxining tovarlarning ommaviy taklifiga bog'liqligini ifodalaydi.

Monopsoniya sharoitida narxning shakllanishi. Monopsoniya mayda tovar ishlab chiqaruvchilardan tovarlarning katta hajmini sotib olib, talab bo'yicha narx qonunidan o'ziga xos tarzda foydalanadi.

Ommaviy talab bo'yicha narxning o'zgarishi quyidagi miqdoriy bog'liqlikni aks ettiradi: taklifga nisbatan xaridorlarning ommaviy talabi qanchalik katta bo'lsa, bozor narxi darajasi shunchalik yuqori bo'ladi va aksincha, talabning kamayishi bilan bozor narxi pasayib boradi.

Talab miqdori

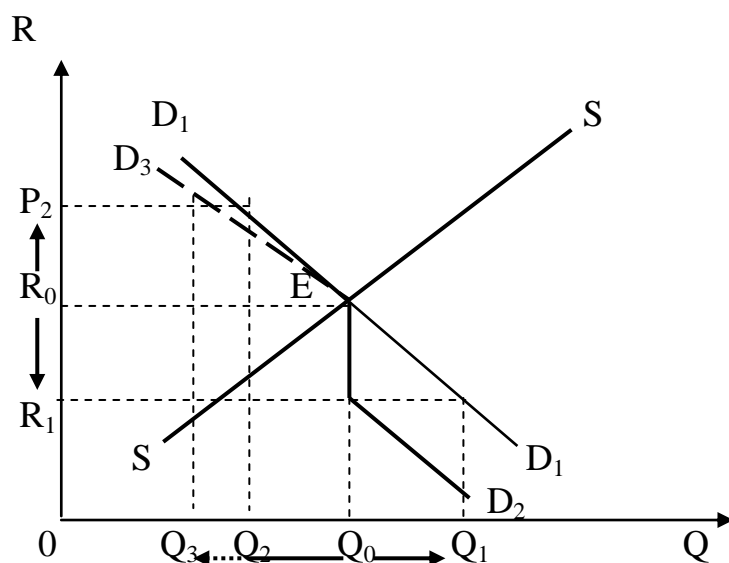


Chizmadan ko'rinadiki, tik o'qda muayyan tovarlarga talab hajmining ko'payib borishi, yotiq o'qda esa mahsulot birligiga bo'lgan narx darajasining oshib borishi aks ettirilgan. Talab bo'yicha narx egri chizig'i (R_1R_2) bozor narxining xaridorlarning ommaviy talabiga bog'liqligini ifodalaydi.

Oligopoliya sharoitida narxning shakllanishi. Oligopoliya sharoitida narxning shakllanishi tarmoqdagi tovar ishlab chiqaruvchilar tomonidan qo'llaniluvchi «ergashish» hamda «inkor etish» hatti-harakatlari orqali izohlanadi.

«Ergashish» holatida bir oligopolist tomonidan narx bo'yicha qilingan o'zgarish (narxning pasayishi yoki oshirilishi)ga qolgan oligopolistlar tomonidan ham ergashish, ya'ni shunday o'zgarishlar qilish kuzatiladi. Odatda, bozorda o'z tovarlariga narxni pasaytirish orqali iste'molchilari soni hamda sotish hajmini oshirishga qaror qilgan oligopolist xatti-harakatiga javoban qolgan oligopolistlar ham narxlarni pasaytiradilar. Natijada narxning umumiy pasayishi ro'y berib, bozordagi ulush oldingi holda qoladi, ya'ni oligopolistning xatti-harakati samara bermaydi.

«Inkor etish» holatida bir oligopolist tomonidan narx bo'yicha qilingan o'zgarish (narxning pasayishi yoki oshirilishi)ga qolgan oligopolistlar tomonidan inkor etish, ya'ni hech qanday javob o'zgarishlari qilmaslik kuzatiladi. Ko'pincha bunday holat oligopolist tomonidan o'z tovariga narxni oshirgan chog'ida ro'y beradi, ya'ni qolgan oligopolistlar tovarlari narxlarini oshirmaydilar. Natijada, narxni oshirgan oligopolist o'z iste'molchilarini yo'qotib, bozordan siqib chiqariladi.



Oligopolistik bozordagi narxning shakllanishida talab egri chizig'ining «sinishi».

Oligopolist-firma o'z tovari narxini R_0 dan R_1 ga oshirgan taqdirda qolgan oligopolistlar «inkor etish» hatti-harakatini qo'llashlari natijasida talab egri chizig'i yana «sinadi». Oldingi D_1D_1 ko'rinishdagi talab egri chizig'i endi D_3ED_1 ko'rinishini oladi. Agar boshqa oligopolistlar ham o'z tovarlari narxini oshirganlarida, mazkur oligopolist-firmaning tovariga bo'lgan talab hajmi Q_2 ga qadar qisqarishi lozim bo'lsa, bunday hatti-harakatning amalga oshirilmasligi natijasida bu qisqarish Q_3 ga qadar davom etadi, ya'ni bozordagi sotish hajmini yo'qotish darajasi oshib ketadi.

4. Narx siyosati va uning O'zbekistonda amalga oshirilish xususiyatlari.

Narxlarni erkinlashtirish – iqtisodiy islohotlarning eng asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib, islohotlarning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlari ko'p jihatdan shu muammoning hal etilishiga bog'liq bo'ladi.

Narxlarni erkinlashtirish xom-ashyo bilan mahsulot ayrim turlarining narxlari, narx bilan aholi va korxonalar daromadlari o'rtasida mutanosiblikka erishishga qanday yondashilishi bilan farqlanadi. Shu yondashuvlarga asoslanib, narxlar quyidagi yo'llar bilan erkinlashtiriladi:

- a) narxlarni birdaniga, yoki «esankiratadigan» tarzda qo'yib yuborish;
- b) narxlarning o'sishini sun'iy ravishda to'xtatib qo'yish;
- v) narxni davlat tomonidan boshqarish va nazorat qilishni ma'lum darajada saqlab qolish.

Bozor munosabatlariga o'tayotgan har bir mamlakat, shu yo'llardan birini tanlashda ulardan har birining mavjud real shart-sharoitlarga qanchalik mos kelishi, aholi asosiy qismining moddiy ahvoriga qanday darajada ta'sir ko'rsatishi, isloh qilishning tanlab olingan yo'lga qanchalik darajada javob berishi va kutiladigan salbiy oqibatlarini hisobga olish muhim ahamiyatga ega bo'ladi.

O'zbekistonda iqtisodiyotni isloh qilishning o'ziga xos tamoyillari, mamlakatdagi vaziyat va aholining turmush darajasi hisobga olinib, narxlarni asta-sekinlik bilan va bosqichma-bosqich erkinlashtirish yo'li tanlab olindi. Shu yo'l bilan narxlarni erkinlashtirishning dastlabki bosqichida (1992-yilning boshida) keng doiradagi ishlab chiqarish-texnika vositasi bo'lgan mahsulotlar, ayrim turdagi xalq iste'moli mollari, bajarilgan ishlar va xizmatlarning erkin narxlari va tariflariga o'tildi. Aholini himoyalash maqsadida cheklangan doiradagi oziq-ovqat va sanoat tovarlari narxlarining chegarasi belgilab qo'yildi, ayrim turdagi xizmatlarning eng yuqori tariflari joriy qilindi.

Narxlarni erkinlashtirishning keyingi bosqichida (1993-yil) kelishilgan ulgurji narxlarni davlat tomonidan tartibga solish to'xtatildi. Qat'iy belgilangan va davlat tomonidan tartibga solib turiladigan narxlarda sotiladigan tovarlar va ko'rsatiladigan xizmatlarning soni ancha qisqardi.

Narxlarni erkinlashtirishning navbatdagi bosqichida (1994-yil, oktyabr, noyabr) xalq iste'mol mollari asosiy turlarining narxlari erkin qo'yib yuborildi, transport va kommunal xizmatlarning tariflari oshirildi. Shunday qilib, respublikada iqtisodiyotni isloh qilishning birinchi bosqichi narxlarni bosqichma-bosqich (uch bosqichda) to'liq erkinlashtirish bilan tugadi.

Xulosalar:

7. Narx o'zida faqatgina naflilik yoki ijtimoiy mehnat sarflarining birini emas, balki har ikkalasining bir vaqtda puldagi ko'rinishini ifoda etadi. Demak,

narx – real bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafliligining puldagi ifodasidir.

8. Narxning darajasiga ta'sir etuvchi omillarni bilish muhim ahamiyatga egadir. Bulardan asosiylari bo'lib qiymat yoki ishlab chiqarish sarflari; tovarning naflilik darajasi; mazkur tovarga talab va taklif nisbati; raqobat holati; davlatning iqtisodiy siyosati, pulning qalr-qimmati va h.k. hisoblanadi. Bu omillar ichida tovar qiymati va nafliligi uning narxini belgilovchi asos bo'lib xizmat qiladi.

9. Narx quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi: muvozanatlikni ta'minlash vazifasi; qiymat va naflilikni hisobga olish vazifasi; tartibga solish vazifasi; raqobat vositasi vazifasi; ijtimoiy himoya vazifasi.

10. Narxning juda ko'p turlari mavjud bo'lsada, ularning barchasi bir-biri bilan o'zaro bog'langan, chunki ularda jamiyatdagi iqtisodiy resurslarning ishlatilish samarasi o'z ifodasini topadi.

11. Buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan barcha mamlakatlarda davlatning narx sohasidagi siyosati ko'p jihatdan narxlarni erkinlashtirish, milliy bozor narxlarini jahon bozori narxlariga yaqinlashtirishga qaratiladi.

12. O'zbekistonda iqtisodiyotni isloh qilishning o'ziga xos tamoyillari, mamlakatdagi vaziyat va aholining turmush darajasi hisobga olinib, narxlarni asta-sekinlik bilan va bosqichma-bosqich erkinlashtirish yo'li tanlab olindi.

13. Respublikada narxlarni bosqichma-bosqich erkinlashtirish aholini ishonchli iqtisodiy va ijtimoiy himoyalash tadbirlari bilan birga olib borildi.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Narx – bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafliligining puldagi ifodasidir.

Ulgurji narxlar – ishlab chiqaruvchilar tomonidan tovarlar katta partiyalarda bir yo'la ko'tarasiga sotilganda mavjud bo'ladi.

Chakana narxlar – tovarlar bevosita iste'molchilarga sotiladigan narxlardir.

Dotatsiyalashgan narx – davlat budjeti hisobidan maxsus arzonlashtirilgan narxdir.

Demping narx – bozorda o'z mavqeini mustahkamlash va raqiblarini siqib chiqarish uchun foydalanilib, bozorga kirib olish narxi deb ham ataladi.

Nufuzli narx – aholining yuqori daromad oluvchi qatlami xarid qiladigan tovarlarni sotishda qo'llaniladi.

Narx diapazoni – narxlar oralig'idagi farqning puldagi ifodasi.

Erkin narxlar – talab va taklif ta'sirida shakllanadigan bozor narxlaridir.

Ommaviy talab bo'yicha narxning o'zgarishi - taklifga nisbatan xaridorlarning ommaviy talabi qanchalik katta bo'lsa, bozor narxi darajasi shunchalik yuqori bo'lishi va aksincha, talabning kamayishi bilan bozor narxi pasayib borishi o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlik.

Ommaviy taklif bo'yicha narxning o'zgarishi - talabga nisbatan tovarlar taklifi qanchalik yuqori bo'lsa, bozor narxi darajasi shunchalik past bo'lishi va aksincha, taklif kamayishi bilan narx oshib borishi o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlik.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

14. Narxning iqtisodiy mazmunini uning vazifalari orqali tushuntirib bering. Narx asosiy turlarining qisqacha tavsifini bering.

15. Narxning tashkil topishi borasida qanday nazariyalar mavjud? Ularning afzallik va kamchilik tomonlarini ko'rsatib bering.

16. Sof raqobat sharoitida narxning tashkil topish mexanizmini tushuntirib bering.

17. Sof monopoliya sharoitida narx qanday shakllanadi?

18. Monopsoniya sharoitida narxning shakllanishi qanday o'ziga xos xususiyatlarga ega?

19. Oligopoliya sharoitida firmalarning «inkor etish» va «ergashish» xatti-harakatlarining mazmuni nimadan iborat? «Narx bo'yicha etakchilik» tushunchasini izohlab bering.

20. «Narxlar qaychisi» nima va undan qanday sharoitlarda foydalaniladi?

21. Narx siyosati nima? O'zbekistonda narx siyosati amalga oshirilishining qanday xususiyatlari mavjud?

10-MAVZU. TADBIRKORLIK FAOLIYATI. TADBIRKORLIK KAPITALI VA UNING AYLANISHI REJA.

1. Tadbirkorlik faoliyati tushunchasi, uning vazifalari va rivojlanish shart-sharoitlari.

2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.

3. Tadbirkorlik kapitali va uning harakati bosqichlari.

4. Tadbirkorlik kapitalining aylanishi. Asosiy va aylanma kapital.

5. Asosiy kapitalni takror ishlab chiqarish va undan foydalanish samaradorligi.

1. Tadbirkorlik faoliyati tushunchasi, uning vazifalari va rivojlanish shart-sharoitlari.

O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonunida ta’riflanishicha «Tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) – yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mulkiy ma’usuliyat ostida, mavjud qonunlar doirasida, daromad (foйда) olish maqsadida, tahlika bilan amalga oshiriladigan iqtisodiy faoliyatdir».

Bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati nazariyasining rivojlanishda «uch to‘lqin» – ya’ni, mazkur sohani ilmiy jihatdan tadqiq etishdagi alohida bosqichlar shartli ravishda ajratiladi.

Birinchi bosqich dastlabki erkin bozor munosabatlari shakllanish davri - XVIII asrda paydo bo‘lgan bo‘lib, u tadbirkor tomonidan amalga oshiriladigan tavakkalchilik jarayonlari bilan bog‘langan. Aynan iqtisodiyot fanida tadbirkorlik faoliyatiga oid dastlabki tadqiqotlar ham XVIII asrda R.Kantilon, A.Tyurgo, F.Kene, A.Smit va J.B.Sey asarlarida amalga oshirila boshlangandi.

Tadbirkorlik faoliyati to‘g‘risidagi nazariyalar rivojlanishining **ikkinchi bosqichida** tadbirkorlikning asosiy xususiyati sifatida innovatsion faoliyatni ajratib ko‘rsatiladi. Bu oqimning asoschisi Y.Shumpeter bo‘lib, uning fikricha, iqtisodiy o‘shning negizida tadbirkorni ishlab chiqarish omillarini yangi kombinatsiyasini ishlatishga, qo‘llashga bo‘lgan intilishi yotadi va bu intilishning natijasi innovatsiya, yangiliklar hisoblanadi.

Mazkur nazariyalar rivojlanishi **uchinchi bosqichining** asosiy g‘oyasi - tadbirkorning muhim shaxsiy fazilatlarini, jumladan izlanish va tadqiqot hisoblanadi. Bu oqim namoyandalari F.Xayek va L.Mizes tadbirkorlikka yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish va tadqiq qilish deb qaraydi, shu bilan birga, faoliyati izlanish tarzida kechadigan har qanday shaxsni bo‘lg‘usi tadbirkor deb hisoblashadi.

K.Makkonnell va S.Bryu tadbirkorlikka asosida uzluksiz shartlar va talablar yotuvchi muhim faoliyat turi sifatida qaraydilar.

Birinchidan, tadbirkor tovar va xizmatlar ishlab chiqarish jarayonida ishlab chiqarish omillarini birlashtiradi va “katalizator” vazifasini bajaradi.

Ikkinchidan, biznesni yuritish jarayonida u qarorlar qabul qilishdek qiyin bir vazifani zimmasiga oladi.

Uchinchidan, tadbirkor - tashkilotchi shaxs bo‘lib, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini joriy qilib, yangi mahsulotlar ishlab chiqarishga intiladi.

To‘rtinchidan, tadbirkor bu tahlikaga boruvchi insondir. U nafaqat o‘z mulki, vaqti, mehnati bilan, balki o‘z sheriklari, hissadorlari qo‘shgan mablag‘lar bilan ham tahlikaga boradi.

Tadbirkorlik faoliyati to‘g‘risida yuqorida keltirilgan turli xil fikrlar va yondoshuvlarni umumlashtirgan holda, qisqa qilib quyidagicha ta’rif berish mumkin: **tadbirkorlik faoliyati** – shakli va sohasidan qat’iy nazar foyda olish va undan samarali foydalanish maqsadiga qaratilgan iqtisodiy faoliyatdir.

Tadbirkorlik faoliyati tushunchasining mazmuni uning to‘rtta o‘zaro bog‘liq vazifasini aniqlash bilan to‘liq tushuniladi.

1) tadbirkor foyda olish maqsadida tovar (yoki xizmat) ishlab chiqarishning yagona jarayonida yer, suv, kapital va mehnat resurslarini birlashtirish tashabbusini oladi. Shu bilan birga tadbirkor bir vaqtda ishlab chiqarishning harakatlantiruvchi kuchi va ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun boshqa resurslarni bir joyda uyg‘unlashtiruvchi tashabbuskor hisoblanadi;

2) tadbirkor biznesni yuritish, foydani ko‘paytirish bo‘yicha asosiy qarorlar qabul qiladi, bu qarorlar korxonaning faoliyatining maqsadini aniqlab beradi;

3) tadbirkor – yuqori foyda orqasidan quvib, yangi mahsulotlar, yangi ishlab chiqarish texnologiyasi yoki hatto biznesni tashkil qilishning yangi shakllarini joriy qilishga harakat qiluvchi, yangilikka intiluvchi shaxs hisoblanadi.

4) tadbirkorlik faoliyati – bu tavakkalchilikka boruvchi faoliyatdir.

Tadbirkorlikning rivojlanishi, o'z navbatida, bir qator sharoitlarning mavjud bo'lishini taqozo etib, ular asosida umuman tovar ishlab chiqarishning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlari yotadi.

Birinchiidan, tadbirkor xo'jalik yuritishda uning biron turini tanlash, ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish, uni o'zgarishlarga moslashtirish, manbalarni tanlash, resurs topish, mahsulot sotish, ularga baho belgilash, foydani tasarruf qilish va shu kabilar bo'yicha ma'lum xuquq va erkinliklar mavjud bo'lishini taqozo etadi.

Ikkinchiidan, tadbirkor ishlab chiqarish vositalariga, ishlab chiqarilgan mahsulot va olingan daromadga mulkchilik xuquqiga ega bo'lishi kerak.

Uchinchiidan, xo'jalik yuritish yo'lini erkin tanlash, daromadni investitsiyalash imkoniyati va shu kabilarni real ta'minlaydigan ma'lum iqtisodiy muhit va ijtimoiy siyosiy sharoit yaratishi zarur.

To'rtinchiidan, tadbirkorlik mulkchilik va o'zlashtirish turli-tuman shakllari va turlarining mavjudligini taqozo qiladi. O'z navbatida mulkchilik va o'zlashtirish sohalaridagi turli-tumanlilikning o'zi obyektiv hodisa bo'lib, ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi oqibati sifatida maydonga chiqadi.

2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.

Hozir jahonda ishlab chiqaruvchi kuchlar darajasi va o'ziga xos tomonlarining beqiyos darajada bir-biriga qo'shilib ketishi kuzatiladi. Ishlab chiqaruvchi kuchlarning ijtimoiy, umumdavlat maqsadlarida foydalanadigan va nihoyat, jamoa, guruh, xususiy va shaxsiy maqsadlarda ishlatiladigan turlari mavjud. Shunga mos ravishda tadbirkorlikning turli-tuman: davlat, jamoa, shaxsiy, xususiy, aralash va boshqa hosila shakllari rivojlanadi.

Turli mamlakatlarda davlat korxonalarining huquqiy maqomi turli-tumanligi bilan ancha farqlanadi. Hatto biror-bir mamlakatda barcha davlat korxonalari faoliyatini tartibga soluvchi yagona qonuniy hujjat mavjud emas.

Yuqorida ko'rib o'tilgan sharoitlar asosida davlat korxonalarini uchta guruhga bo'lish mumkin:

- budget korxonalari;

- davlat ishlab chiqarish korxonalari;

- aralash kompaniyalar.

Huquqiy va xo'jalik mustaqilligiga ega bo'lmagan korxonalar **budjet korxonalariga** kiradi. O'zlarining holati bo'yicha ular davlatning ma'muriy – boshqarish tizimiga kiradi va biron-bir vazirlik, mahkama yoki mahalliy o'z-o'zini boshqarish organlariga bevosita bo'ysunadi yoki ularning tarkibiy qismi hisoblanadi. Ular olgan foydasidan soliq to'lamaydi. Barcha daromad va xarajatlar davlat budjeti orqali o'tadi.

Davlat ishlab chiqarish korxonalari – bu korxonalarining ancha keng tarqalgan tashkiliy, huquqiy shaklidir. Ular alohidalashgan mol-mulkka ega bo'lib, xo'jalik faoliyati bilan birga davlat tomonidan belgilangan doirada boshqarish va tartibga solish vazifalarini ham bajaradi, ya'ni davlat korporatsiyalari o'zida tijorat korxonalari va davlat organlari belgilarini mujassamlashtiradi.

Aralash kompaniyalar - hissadorlik jamiyatlari va majburiyatlari cheklangan shirkatlar shaklida tashkil qilinib, aksiyalari davlatga va xususiy omonatchilarga taalluqli bo'ladi. Aralash kompaniyalar hissadorlik jamiyatlari to'g'risidagi qonun asosida ish yuritadi va yuridik shaxs hisoblanadi, xo'jalik faoliyatida xususiy firmalar bilan barobar tijorat asosida qatnashadi.

Kooperativ tadbirkorlik – jamoa tadbirkorligining alohida shakli bo'lib, jamoa mulkiga asoslanadi va kooperatsiya a'zolarining uning faoliyatida o'z mehnati bilan ishtirok etishini taqozo qiladi. Kooperativ mulkchilikka asoslangan tadbirkorlikning asosiy belgilari quyidagilardan iborat: ishlovchilarning ishlab chiqarish vositalari bilan bevosita qo'shilishi (xususiy mulkchilikda bunday qo'shilishda mulkdor, davlat mulkchiligida esa davlat vositachi hisoblanadi); kooperatsiya a'zolarining ishlab chiqarish vositalaridan keng foydalana olishi; ularning iqtisodiy jihatdan teng huquqliligi; jamoaning o'z-o'zini boshqarishni amalga oshirishi; jamoa va shaxsiy manfaatlar uyg'unligi yuzaga kelishi va h.k.

Xususiy tadbirkorlik alohida shaxs yoki korxonalar tomonidan xususiy tashabbus asosida tashkil qilinadi. Tadbirkorlikning bu shaklida mulk va ishlab chiqarish natijalari xususiy shaxslarga tegishli bo'lib, ishlab chiqarishni tashkil qilish yollanma mehnatga asoslanadi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik shaxsiy mulkka asoslanadi, ishlab chiqarishni tashkil qilish o‘zi yoki oila a‘zolari mehnati asosida amalga oshiriladi. Shaxsiy korxonaga egasi uning menejeri ham hisoblanib, korxonaning barcha majburiyatlari uchun shaxsiy javobgar bo‘ladi.

Aksiya – bu uning egasi hissadorlik jamiyati kapitaliga o‘zining ma‘lum hissasini qo‘shganligiga va uning foydasidan dividend shaklida daromad olish huquqi borligiga guvohlik beruvchi qimmatli qog‘ozdir. Bundan tashqari, aksiya korxonani boshqarishda qatnashish huquqini ham beradi.

Aksiyalar maxsus tovar sifatida sotiladi va sotib olinadi, shu sababli o‘zining narxiga ega. Aksiyada ifodalangan pul summasi uning **nominal qiymati** deyiladi. Aksiyaning fond bozorida sotiladigan narxi **aksiya kursi** deb atalib, u olinadigan dividend miqdoriga to‘g‘ri mutanosib, foiz miqdoriga esa teskari mutanosiblikda bo‘ladi. Xaridor aksiyani undan olinadigan daromadi bankka qo‘yilgan puldan keladigan foizdan kam bo‘lmagan taqdirdagina sotib oladi.

Aksiya kursi quyidagicha aniqlanadi:

$$AK = \frac{D}{F_s} \times 100\% ,$$

bu yerda: AK - aksiya kursi; D – dividend; F_s – ssuda foizi.

Ssuda foizi o‘sganda aksiya kursi tushadi. Agar dividend ssuda foiziga qaraganda yuqori darajada o‘sha, aksiya kursi ko‘tariladi.

Obligatsiya – uning egasi jamiyatga qayd qilingan foiz olish sharti bilan pul qo‘yganligini tasdiqlaydi. Obligatsiya hissadorlik jamiyati moliyaviy mablag‘larini ko‘paytirish uchun chiqariladi.

Hissadorlik jamiyatining tashkil topishi ta‘sischilik foydasi kabi daromad turining paydo bo‘lishi bilan bog‘liq. **Ta‘sischilik foydasi** sotilgan aksiyalar summasi va hissadorlik korxonasiga haqiqatda qo‘yilgan mablag‘ miqdori o‘rtasidagi farqdan iborat.

Hissadorlik korxonasida ta‘sischilik foydasi bilan bir qatorda dividend kabi daromad turi shakllanadi.

Dividend (lotincha dividendus - bo‘lishga tegishli) – aksiya egasiga to‘lanadigan daromad. Dividend vositasida aksiya egasi qimmatli qog‘ozning shu turiga qo‘yilgan pul mablag‘lari (kapital)ning tegishli qismiga o‘zining mulkchilik huquqini iqtisodiy jihatdan ro‘yobga chiqaradi. Dividend orqali faqat hissadorlik jamiyati olgan foydaning bir qismi taqsimlanadi.

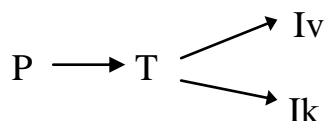
3. Tadbirkorlik kapitali va uning harakati bosqichlari.

Tadbirkorlikning har qanday shakli uz faoliyatini amalga oshirish uchun ma'lum miqdordagi ishlab chiqarish vositalari va moliyaviy mablag'lariga ega bo'lishi zarur. Bu vosita va mablag'lar foyda olish maqsadida ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish jarayoni uchun zarur bo'ladi.

Tadbirkor ixtiyorida bo'lib, foyda olish maqsadida ishlatiladigan barcha moddiy vositalar, tovarlar va pul mablag'lari birgalikda **tadbirkorlik kapitali** deb ataladi. Uzoq yillar davomida bizning xo'jalik amaliyotimizda va iqtisodiy atamashunosligimizda u korxonalar mablag'lari (ishlab chiqarish fondlari) deb qabul qilindi va shu tushuncha bilan yuritildi.

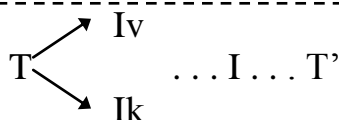
Pul kapitalining iqtisodiy faoliyat omillariga sarflanishi, ularning ishlab chiqarishda qo'llanilishi, ishlab chiqarilgan tovarlarning sotilishi va mablag'larning dastlabki shakliga qaytishi kabi bosqichlarni o'z ichiga olgan harakati uning **doiraviy aylanishini** tashkil qiladi.

Ishlab chiqarishga sarflanadigan har qanday sarmoya o'z harakatini **pul shaklidan** boshlaydi. Pul (P) tegishli resurslar bozorida zarur tovarlar, ya'ni ishlab chiqarish vositalari (Iv) va ishchi kuchi (Ik) sotib olishga sarflanadi (avanslanadi). Bu holda pul shunchaki tovarlar sotib olishgagina emas, balki ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan iqtisodiy faoliyat omillarini sotib olishga sarflanadi.



Mazkur jarayon natijasida pul shaklidagi mablag'lar **unumli kapital shakliga** aylanadi va ular ishlab chiqarish jarayonining potensial omillari hisoblanadi.

Kapital harakatida **ikkinchi bosqich** ishlab chiqarish (I) jarayoni hisoblanib, uning natijasida unumli **tovar (T) shaklini** oladi. Bu erda hosil qilingan tovarlar qiymati ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchiga sarflangan qiymatdan ortiq bo'ladi, ya'ni:

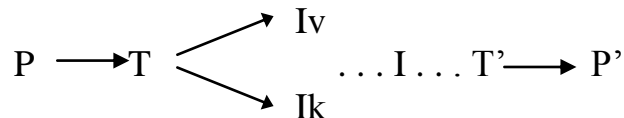


Uchinchi bosqichda ishlab chiqarilgan tovarlarni sotish sodir bo'ladi $T' \rightarrow P'$ ushbu bosqichda tovarlar pulga aylanadi va o'zining dastlabki shakliga qaytib keladi. Dastlab, pul shaklida sarflangan mablag' yana pul shaklida, ammo miqdor jihatidan ko'proq bo'lib qaytadi.

Shu sababli uni $P' = P + p$ ko'rinishida ifodalash mumkin.

Tadbirkorlik kapitalining o‘z harakatida uch bosqichni izchil bosib o‘tib, muntazam ravishda bir shakldan boshqa bir shakliga aylanib, yana dastlabki shakliga qaytib kelishi uning **doiraviy aylanishi** deyiladi.

Tadbirkorlik kapitali doiraviy aylanishining yaxlit ko‘rinishi quyidagicha bo‘ladi:



Doiraviy aylanishning birinchi va uchinchi bosqichlari muomala sohasida, ya’ni resurslar va tovarlar bozorida, ikkinchi bosqichi esa ishlab chiqarishda ro‘y beradi. Shuning uchun formulada ishlab chiqarish jarayoni va muomala sohasi o‘rtasidagi oraliqlar nuqtalar (...) bilan ajratilib ko‘rsatiladi.

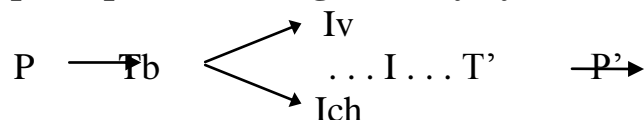
Har bir bosqichda kapital muayyan harakat shakliga kiradi. Birinchi bosqichda u pul shaklida, ikkinchi bosqichda unumli yoki ishlab chiqarish omillari va uchinchi bosqichda tovar shaklida yuzaga chiqadi. Kapital doiraviy aylanish jarayonida uning har bir shakli alohida vazifani bajaradi va shunga ko‘ra ular **kapitalning harakati shakllari** deyiladi.

Kapital **pul shaklining harakati** iqtisodiy faoliyat uchun zarur bo‘lgan shart-sharoitlarni yaratishdan iborat. Bunga pulni ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi sotib olishga avanslash orqali erishiladi.

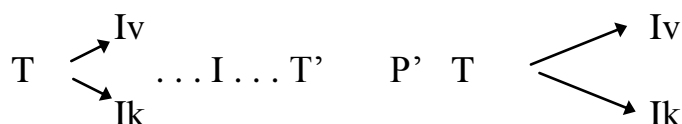
Kapital **unumli shaklining harakati** tovarlar ishlab chiqarish va xuddi shu jarayonda qiymatning o‘sishiga erishishni ta’minlash vazifasiga qaratiladi.

Kapital **tovar shaklining harakati** orqali ishlab chiqarilgan tovarlar qiymatining narx shaklida ro‘yobga chiqishi sodir bo‘ladi va o‘sgan qiymatning pulga aylanishi bilan tadbirkorning foyda olish maqsadi ta’minlanadi.

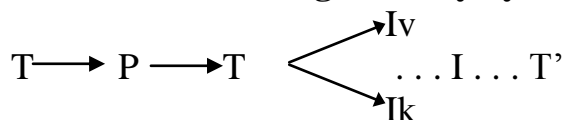
Tadbirkorlik kapitali pul shaklining doiraviy aylanishi:



Unumli kapitalning doiraviy aylanishi:



Tadbirkorlik kapitali tovar shaklining doiraviy aylanishi:



Mablag'lar pul shaklining doiraviy aylanishi uchun bosqichlarning shunday izchillikda (bozor – ishlab chiqarish – bozor) bo'lishi xoski, bunda ishlab chiqarish muomalaning bir-birini to'ldirib turadigan ikki bosqichi ($P \rightarrow T$ va $T \rightarrow P$) o'rtasida bo'ladi, shuningdek, doiraviy aylanish boshlarida pul shaklida avanslangan mablag' uning oxirida yana o'sha shaklga qaytadi.

Tadbirkorlik kapitali umumli shaklining doiraviy aylanishi ishlab chiqarishning muomalaga nisbatan etakchi rol o'ynashini ochib beradi: ishlab chiqarish birinchi o'ringa qo'yiladi, ishlab chiqarish jarayonida iste'mol qiymatlari tashkil topadi va qiymat o'sadi.

4. Tadbirkorlik kapitalining aylanishi. Asosiy va aylanma kapital.

Tadbirkorlik kapitalining harakati bir doiraviy aylanish bilan to'xtab qolmaydi, balki u uzluksiz davom etib, takrorlanib turadi. Doiraviy aylanishlarning bunday uzluksiz takrorlanib, yangilanib turishi **tadbirkorlik kapitalining aylanishi** deyiladi.

Kapital o'zining aylanish tavsifiga ko'ra ikki qismga: asosiy va aylanma kapitalga bo'linadi.

Asosiy kapital - ishlab chiqarish jarayonida bir qator doiraviy aylanishlar davomida qatnashadi, o'zining qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga (xizmatga) bo'lib-bo'lib o'tkazib boradi va ashyoviy-buyum shaklini o'zgartirmaydi.

Aylanma kapital - bir doiraviy aylanish davomida to'liq iste'mol qilinadi, o'zining qiymatini ishlab chiqarish natijalariga to'liq o'tkazadi va ashyoviy-buyum shaklini ham yo'qotadi.

Asosiy va aylanma kapitallar quyidagi belgilar farqlanishi mumkin.

1. Ishlab chiqarish jarayonida harakat qilish xususiyatlari. Asosiy kapital tayyorlanayotgan mahsulot moddiy tarkibiga buyum jihatdan kirmaydi, uzoq davr (masalan stanok 10 yil, bino 50-100 yil) davomida faoliyat qiladi, o'zining oldingi natural – buyum shaklini bir nechta doiraviy aylanishlar davomida saqlab qoladi. Aksincha, aylanma kapital (masalan, paxta, jun, metall) har bir doiraviy aylanishda to'liq umumli iste'mol qilinadi, o'zining ashyoviy–buyum shaklini yo'qotadi va yangi turlari bilan almashinadi.

2. Qiymatini ishlab chiqarish natijalariga o'tkazish xususiyati. Asosiy kapital ishlab chiqarish jarayonida qator yillar davomida faoliyat qilib, ularning qiymati tovarlarga qisman o'tib boradi. Agar stanok 10 yil, binolar esa 50 yil davomida foydalanilsa, bunda har yili yangi mahsulot qiymatiga stanok qiymatining 1/10 va bino qiymatining 1/50 qismi o'tkazib boriladi. Xom ashyo va materiallar, yoqilg'i va energiya kabi aylanma kapital elementlari har bir doiraviy aylanishda to'lig'icha unumli iste'mol qilinadi va ularning qiymati mahsulot va xizmatlar qiymatiga to'lig'icha o'tadi. Aylanma kapital bir yil davomida bir necha marta aylanishi mumkin.

3. Kapital qiymatining aylanish usuli. Qiymatining aylanish usuli bo'yicha asosiy kapital qiymati ikkiga bo'linadi. Qiymatning mahsulotga o'tgan qismi tovarlar va xizmatlar bilan birga muomalada bo'ladi va doiraviy aylanish jarayonida tovar shaklidan pul shakliga o'tadi hamda qoplash fondi shaklida asta-sekin jamg'ariladi. Mahsulotga o'tmagan qismi ishlab chiqarish doirasida mavjud bo'lgan asosiy kapitalda gavalanganicha qolaveradi. Iste'mol qilingan mehnat predmetlari qiymati to'la-to'kis aylanib, yangi mahsulotlar qiymati tarkibiga kiradi. Mehnat vositalari o'z aylanishi davomida bir qator izchil doiraviy aylanishlarda ishtirok etadi, va holanki mehnat predmetlarining aylanish vaqti bir doiraviy aylanish davriga to'g'ri keladi.

4. Qayta tiklanish usuli. Qayta tiklanish usulida asosiy kapitalning ishlab chiqarish natijalariga o'tkazilgan qiymati, bu vositalar bir qator doiraviy aylanishlarni o'z ichiga olgan muayyan davr davomida edirilib, ishdan chiqqandan keyin pul shaklidan yangi asosiy kapital shakliga aylanadi. Aylanma kapital har bir doiraviy aylanishdan keyin ashyoviy-buyum shaklida qaytib tiklanadi.

Tadbirkorlik kapitali o'z harakatida ishlab chiqarish va muomala bosqichlarini bosib o'tadi. Shu sababli uning **aylanish vaqti** (A_v) ishlab chiqarish vaqti (I_v) va muomala vaqti (M_v) yig'indisidan iborat:

$$A_v = I_v + M_v.$$

Sarflangan mablag'larning ishlab chiqarish jarayonida bo'lish vaqti, ya'ni ishlab chiqarish vositalari sotib olingandan tayyor tovar bo'lgan davrgacha o'tgan vaqt **ishlab chiqarish vaqtini**, muomala jarayonida bo'lish vaqti, ya'ni ishlab chiqarish vositalari sotib olish va tayyor tovarlarni sotish uchun ketgan vaqt **muomala vaqtini** tashkil etadi. Ishlab chiqarish vaqti uch qismdan iborat bo'ladi:

- 1) bevosita mehnat jarayoni yoki ish davri (I_d);
- 2) turli tanaffuslar davri (T_d);
- 3) ishlab chiqarish vositalarining ishlab chiqarish zahiralarda bo'lish davri (Z_d).

Demak,

$$I_v = I_d + T_d + Z_d.$$

Ish davri – ishlab chiqarish vaqtining asosiy tarkibiy qismidir. Bu vaqt davomida mahsulot mehnatning bevosita ta'siri ostida bo'ladi. Ish davrining uzunligi ishlab chiqariladigan mahsulot xususiyatiga, qo'llaniladigan mehnatning miqdori va uning unumdorligi darajasiga bog'liqdir.

5. Asosiy kapitalni takror ishlab chiqarish va undan foydalanish samaradorligi.

Kapitalning aylanish tezligi ulardan foydalanish samaradorligiga jiddiy ta'sir qiladi. **Aylanish tezligi** muayyan davr ichida (A) qilingan aylanishlar soni (n) yoki bir aylanishning uzun-qisqaligi (a) bilan belgilanadi: $n=A/a$; $a=A/n$.

Agar kapital aylanish uzunligi uch oyni (90 kunni) tashkil etsa, u vaqtda $n=12/3=4$; $a=360/4=90$ kun bo'ladi.

Avanslangan qiymatning aylanish tezligi ko'pgina omillarga bog'liq. Bulardan eng muhimlari: unumli kapitalning qanday nisbatda asosiy va aylanma kapitalga bo'linishidir. Shu sababli asosiy va aylanma kapital tushunchalari iqtisodiy mazmunini qarab chiqamiz.

Tadbirkorlik kapitali tarkibida asosiy kapital belgilovchi rol o'ynaydi. Uning miqdor va sifat jihatdan o'sishi, takomillashib borishi ishlab chiqarishning yuksak texnika darajasini ta'minlaydi va shu asosda samaradorligini o'stiradi.

Asosiy kapitalning tarmoq tarkibi ularning ayrim tarmoqlar bo'yicha taqsimlanishi va kapitalning umumiy qiymatidan har bir tarmoqning hissasi bilan tavsiflanadi. Agar asosiy kapital tarkibida ko'proq texnika taraqqiyoti va ishlab chiqarish samaradorligini belgilaydigan tarmoqlarning ulushi oshsa, ularning tarmoq tarkibining yaxshilanganligini bildiradi.

Asosiy kapitalni takror ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlarning bir qismi amortizatsiya fondi yordamida qoplanadi.

Amortizatsiya asosiy kapital eskirib borishiga qarab, uning qiymatini asta-sekin ishlab chiqarilgan mahsulotga o'tkazish, asosiy kapitalni keyinchalik qayta tiklash maqsadlarida mahsulotning amortizatsiya miqdoriga teng qismini jamg'arish jarayonidan iborat.

Amortizatsiya normasi amortizatsiya ajratmalari yillik summasining shu asosiy kapital qiymatiga nisbatan aniqlanadi va foizda ifodalanadi. Amortizatsiya ajratmalarining umumiy normasi asosiy kapitalni takror ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlariga muvofiq ravishda ikki qismdan iborat bo'ladi: bir qismi asosiy kapitalni to'la qoplashga (qayta tiklashga), ikkinchisi ularni qisman qoplashga (kapital ta'mirlashga) mo'ljallanadi

Amaliyotda umumiy yillik amortizatsiya normalarini (A_n) belgilashda asosiy kapital qiymati (K_{as}) asosiy kapitalning harakat qilishi muddati davomida kapital ta'mirlash uchun sarflar, (T_k) eskirgan mehnat vositalarini tugatishdan olingan mablag' (M_t) va shu vositaning xizmat davri (X_d) hisobga olinadi:

$$A_n = \frac{K_{as} + T_k + M_t}{X_d} \times 100\%$$

Asosiy kapitaldan foydalanish samaradorligi ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi bilan asosiy kapital qiymati o'rtasidagi aloqani aks ettirib, u o'zaro bog'liq ikki ko'rsatkich - kapitaldan olinadigan samara (K_s) va mahsulotning kapital sig'imi (K_{sig}) ko'rsatkichlari bilan ifodalanadi. Milliy iqtisodiyot miqyosida **asosiy kapitaldan olinadigan samara darajasi** ishlab turgan asosiy kapitalning har bir so'miga to'g'ri keladigan yalpi ichki mahsulot yoki milliy daromadni, kapital sig'imi darajasi esa ishlab chiqarilgan milliy daromad yoki yalpi ichki mahsulotning bir so'mi hisobiga asosiy kapital qiymatining to'g'ri kelishini tavsiflaydi:

$$K_s = \frac{YAIM}{K_{as}} \text{ yoki } K_s = \frac{MD}{K_{as}} .$$

$$K_{sig} = \frac{K_{as}}{YAIM} \text{ yoki } K_{sig} = \frac{K_{as}}{MD} .$$

Korxonada miqyosida **kapitaldan olinadigan samara darajasi** asosiy kapitalning bir so'mi evaziga korxonada ishlab chiqaradigan mahsulot miqdori (M) bilan, kapital sig'imi esa korxonada ishlab chiqarilgan mahsulotning (M) bir so'm hisobiga qancha asosiy kapital qiymati to'g'ri kelishi bilan tavsiflanadi:

$$K_{samara} = \frac{M}{K_{as}} ; K_{sig'.kor.} = \frac{K_{as}}{M} .$$

Aylanma kapitaldan foydalanishning umumlashuvchi ko'rsatkichi hisoblangan **iqtisodiyot miqyosida mahsulotning material sig'imi** ($M_{sig'}$) mahsulot yaratishda iste'mol qilingan aylanma kapital qiymatining yalpi ichki mahsulot ($YAIM$) yoki milliy daromadga (M_d) nisbati orqali aniqlanadi:

$$M_{sig'} = \frac{AK}{MD} .$$

Korxonada miqyosidagi material sig'imi ($M_{sig'.kor.}$) unda iste'mol qilingan aylanma kapital qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati orqali aniqlanadi:

$$M_{sig'.kor.} = \frac{AK}{M} .$$

Aylanish davri (a) yildagi kunlar sonining aylanishlar soniga (n) nisbati bilan aniqlanadi:

$$a = \frac{360}{n}.$$

Agar bir yilda aylanma mablag'larining o'rtacha yillik miqdori 10 mln. so'm bo'lganida 60 mln. so'mlik mahsulot sotilgan bo'lsa, aylanish koeffitsienti 6 ni ($n=60/10$) tashkil qiladi. Aylanma mablag'lar 6 marta aylanib, bir aylanish davri 60 kundan ($360/6$) iborat bo'ladi.

Xulosalar:

1. Xo'jalik yuritishning bozor tizimiga o'tish – iqtisodiyotning tadbirkorlik turiga o'tish demakdir. Tadbirkorlikning iqtisodiy tabiati tashabbuskorlik, tavakkalchilik va mas'uliyat, ishlab chiqarish omillarini yangicha usulda birlashtirish, novatorlik kabi bir qancha belgilar bilan tavsiflanadi.

2. Tadbirkorlik faoliyati deb shakli va sohasidan qat'iy nazar foyda olishga va undan samarali foydalanish maqsadiga qaratilgan iqtisodiy faoliyatga aytiladi.

3. Tadbirkorlik daromadining o'ziga xos xususiyati shundaki, birinchidan, u ishlab chiqarish jarayonida resurslarning eng optimal variantda qo'llanilishi natijasida vujudga keladi, ikkinchidan esa, bozorda ayirboshlash natijasida shakllanadi.

4. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun mamlakatda ma'lum darajada shart-sharoit yaratilishi zarur. Tadbirkorlik vazifalarini amalga oshirish, rivojlantirish va shakllantirishga ta'sir ko'rsatadigan shart-sharoitlar majmuasi tadbirkorlik muhitini tashkil qiladi. Tadbirkorlik muhiti bir necha unsurlardan tashkil topgan: huquqiy asosning mavjudligi, iqtisodiy erkinlik, shaxsiy manfaat, bozorning rivojlanganligi, raqobat, davlatning cheklangan roli.

5. «Tadbirkorlik» va «biznes» tushunchalari mazmun va mohiyatan bir faoliyatni anglatadi. Ammo faoliyatning novatorlik tomoni haqida gap borganda «tadbirkorlik» tushunchasi ishlatiladi.

6. Hozirgi zamon bozor iqtisodiyotida tadbirkorlik faoliyatining quyidagi shakllari samarali amal qilib kelmoqda: xususiy tadbirkorlik, mas'uliyati cheklangan va mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar, hissadorlik jamiyatlari. Hissadorlik jamiyatlarining rivojlanishi milliy iqtisodiyot uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Hissadorlik jamiyatlarining paydo bo'lishi qimmatli qog'ozlar bozorini rivojlantiradi, iqtisodiyotga to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar oqimini ko'paytiradi, aholining keng qatlamini tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga undaydi.

7. Kapital o'zining amal qilish jarayonida bir necha shaklda namoyon bo'ladigan murakkab hodisadir. Ilk bosqichda kapital buyum, pul, qiymat ko'rinishida bo'lib, xo'jalik faoliyatiga yo'naltiriladi. Shuning uchun kapital avanslashgan qiymat shaklini oladi. Qiymat foyda olish maqsadida avanslashgani uchun kapital qo'shimcha mahsulot, daromad olishni ta'minlaydigan qiymatga aylanadi.

8. Kapitalning aylanishi shunday harakatki, unda kapital barcha ishlab chiqarish bosqichlarini o'tib, o'ziga xos bo'lgan vazifalarni bajarib o'zining ilk shakliga qaytadi. Kapitalning aylanishi avanslashgan qiymat butunlay qoplangan taqdirda amalga oshgan hisoblanadi. Kapital aylanish tezligi kapitalning bir yilda aylanish tezligi va aylanish soni bilan o'lchanadi.

9. Kapital o'zining aylanish xususiyatiga qarab asosiy va aylanma kapitalga bo'linadi. Asosiy kapital ishlab chiqarish jarayonida to'liq ishtirok etib, o'z qiymatini mahsulot qiymatiga qismlar bilan o'tkazadi. Mehnat vositalari o'rnini qoplash uchun mo'ljallangan va amortizatsiya fondida jamg'ariladigan asosiy kapital qiymati amortizatsiya ajratmalari deyiladi. Amortizatsiya ajratmalari summasining asosiy kapital qiymatiga nisbati amortizatsiya normasi deyiladi va foizlarda hisoblanadi. Aylanma kapital ishlab chiqarish jarayonida o'z qiymatini to'laligicha tayyor mahsulot qiymatiga o'tkazadi.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Tadbirkorlik faoliyati - shakli va sohasidan qat'iy nazar foyda olishga va undan samarali foydalanish maqsadiga qaratilgan iqtisodiy faoliyat.

Hissadorlik jamiyati – ko'proq foyda olish maqsadida aksiyalar chiqarish orqali mehnat, mehnat qurollari va boshqa ishlab chiqarish vositalari hamda pul resurs (kapital)larini birlashtirgan uyushma.

Aksiya – bu uning egasi hissadorlik jamiyati kapitaliga o'zining ma'lum hissasini qo'shganligi va uning foydasidan dividend shaklida daromad olish huquqi borligiga guvohlik beruvchi qimmatli qog'oz.

Aksiya kursi – qimmatli qog'ozlar bozorida aksiyalarning sotiladigan narxi.

Obligatsiya – uning egasi jamiyatga qayd qilingan foiz olish sharti bilan pul qo'yganligini tasdiqlovchi qimmatli qog'oz.

Ta'sischiлик foydasi – sotilgan aksiyalar va hissadorlik korxonasi ga haqiqatda qo'yilgan mablag'lar summasi o'rtasidagi farq.

Dividend – aksiya egasi o'zlashtiradigan daromad turi.

Tadbirkorlik kapitali - tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy vositalar, tovarlar va pul mablag'lari.

Aylanma kapital - unumli kapitalning bir doiraviy aylanish davomidagi ishlab chiqarish jarayonida to'liq iste'mol qilinadigan, o'z qiymatini yaratilgan mahsulotga to'liq o'tkazadigan va ashyoviy-buyum shaklini ham yo'qotadigan qismi.

Asosiy kapital - unumli kapitalning ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) jarayonida bir qator doiraviy aylanishlar davomida qatnashib, o'zining qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga (xizmatga) bo'lib-bo'lib o'tkazib boradigan va ashyoviy-buyum shaklini o'zgartirmaydigan qismi.

Amortizatsiya normasi - amortizatsiya ajratmalari yillik summasining asosiy kapital qiymatiga nisbatining foizdagi ifodasi.

Takrorlash uchun savollar va topshiriqlar:

1. Tadbirkorlik faoliyatiga ta'rif bering. «Tadbirkorlik faoliyati» va «biznes» tushunchalarini izohlang.
2. Tadbirkorlikning vazifalarini sanab ko'rsating. Nima uchun tadbirkor tahlika (tavakkalchilik) bilan faoliyat ko'rsatadi?
3. Tadbirkorlikning rivojlanish shart–sharoitlari nimalardan iborat?
4. Tadbirkorlikning shakllarini va ularning xususiyatlarini ko'rsating.
5. Hissadorlik jamiyatiga ta'rif bering. Aksiya nima, aksiya kursi qanday aniqlanadi? Aksiya kursiga ta'sir qiluvchi omillarni ko'rsating.
6. Tadbirkorlik kapitali nima? Uning tarkibiy tuzilishi qanday?
7. Tadbirkorlik kapitali ishlab chiqarish va muomala jarayonida qanday bosqichlardan o'tadi hamda qanday shakllarga kiradi?
8. Kapitalning aylanishiga tavsif bering. Aylanish vaqti qanday vaqtlarni o'z ichiga oladi? Ularga tushuncha bering.
9. Kapitalning aylanish tezligi qanday aniqlanadi? Kapitalning aylanish uzunligi ikki oyni tashkil qiladi deb faraz qilsak, bir yilda necha marta aylanadi va bir aylanishining uzunligi qancha davom etadi?
10. Unumli kapital asosiy va aylanma kapitalga qanday mezonlar bo'yicha ajratiladi? Asosiy va aylanma kapitalga tavsif bering.
11. Amortizatsiyaning iqtisodiy mazmuni nimadan iborat? Uning normasi qanday aniqlanadi?
12. Asosiy kapitaldan foydalanish samaradorligi qanday ko'rsatkichlar orkali aniqlanadi? Aylanma kapital va aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlarini tushuntiring.

11-MAVZU. AGRAR MUNOSABATLAR VA AGROBIZNES REJA.

1. Agrar munosabatlarning iqtisodiy mazmuni. Qishloq xo‘jalik ishlab chiqarishining xususiyatlari
2. Renta munosabatlari.
3. Agrosanoat integrasiyasi va uning asosiy ko‘rinishlari.
4. Agrobiznes va uning turlari.

1. Agrar munosabatlarning iqtisodiy mazmuni. Qishloq xo‘jalik ishlab chiqarishining xususiyatlari

Agrar sohada ishlab chiqarish ko‘p jihatdan yer bilan bog‘liq bo‘ladi. **Yerga egalik qilish, tasarruf etish va undan foydalanish bilan bog‘liq bo‘lgan munosabatlar agrar munosabatlar deyiladi.**

Yerning hosil berish qobiliyatiga tuproq unumdorligi deyiladi. U tabiiy yoki iqtisodiy bo‘lishi mumkin. Uzoq yillar davomida kishilarning hech qanday aralashuvisiz, tabiiy o‘zgarishlar natijasida yerning ustki qatlamida o‘simlik «oziqlanishi» mumkin bo‘lgan turli moddalarning vujudga kelishi **yerning tabiiy unumdorligi deyiladi.**

Agar tuproq unumdorligi kishilarning tabiatga ta’siri natijasida, ya’ni tuproq tarkibi va dehqonchilik usullarini yaxshilash sun’iy yo‘l bilan, (masalan, yerni organik va kimyoviy o‘g‘itlash, ishlab chiqarishni mexanizatsiyalash, ilmiy asoslangan sug‘orish, irrigatsiya va melioratsiya kabi ishlab chiqarish usullarini joriy qilish hamda boshqa shu kabi yo‘llar bilan) amalga oshirilsa, bu **iqtisodiy unumdorlikni tashkil qiladi.**

O‘zbekistonda yer davlat mulki hamda umummilliy bo‘ylik bo‘lganligi sababli yerga bo‘lgan mulkchilik, yerga egalik qilish va yerdan foydalanish masalalari alohida ajratib tahlil qilinishi lozim.

Yerga egalik jismoniy va huquqiy shaxslarning ma’lum yer uchastkasiga tarixan tarkib topgan asoslardagi yoki qonun hujjatlarida belgilangan tartibdagi egalik huquqini tan olishini bildiradi. Yerga egalik deganda avvalo yerga bo‘lgan mulkchilik huquqi va uni iqtisodiy jihatdan realizatsiya qilish ko‘zda tutiladi. Yerga egalikni yeri bo‘lgan mulkdor (bizda davlat) amalga oshiradi. O‘zbekiston Respublikasining Yer kodeksida ta’kidlanganidek «Yer uchastkalari yuridik va jismoniy shaxslarga doimiy va muddatli egalik qilish hamda ulardan foydalanish uchun berilishi mumkin».

Yerdan foydalanish huquqi – bu o‘rnatilgan urf-odatlar yoki qonuniy tartibda undan foydalanishni bildiradi. Yerdan foydalanuvchi yer egasi bo‘lishi shart emas. Real xo‘jalik hayotida yerga egalik qilish va yerdan foydalanishni ko‘pincha har xil jismoniy va huquqiy shaxslar, xususan hozir bizda asosan dehqon va fermer xo‘jaliklari amalga oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishida ham to‘rt omil – yer, kapital, tadbirkorlik qobiliyati va ishchi kuchi qatnashib, bunda yer muhim ishlab chiqarish vositasi sifatida ishtirok etadi. Ammo biz avval aytganimizdek, ishlab chiqarish jarayonida hamma ishlab chiqarish vositalarini, jumladan, yerni harakatga keltirib, undan unumli foydalanadigan, uning iqtisodiy unumdorligini oshiradigan omil - inson omili, ya’ni tadbirkorlik qobiliyati va ishchi kuchidir.

Agrar munosabatlarni o'rganishda ham ishchi kuchining, jonli mehnatning faol rol o'ynashini, uning hamma moddiy vositalarga jon ato etib, harakatga keltiruvchi rolini tushunmaslik go'yo kapital foyda yoki foiz, yer esa renta yaratadi, degan ko'pgina xato fikr-mulohazalarga, yolg'on tasavvurlarga olib keladi. Bu masalalarni to'g'ri tushunishda **renta munosabatlarini** o'rganish muhim rol o'ynaydi.

2. Renta munosabatlari

Yer rentasi yer egaligini iqtisodiy jihatdan amalga oshirish (realizatsiya qilish)ning shaklidir. Yer rentasining bir qancha tarixiy ko'rinishlari mavjud. Masalan, uch shakldagi: barshchina (ishlab berish), obrok (natural soliq) va pul solig'i shakllaridagi feodal rentalari shular jumlasidandir. Hozirgi paytda turli mamlakatlarda mavjud renta vujudga kelish sabablari va shart-sharoitlariga qarab quyidagi turlarga ajratiladi: absolyut yer rentasi, differensial (tabaqalashgan) renta I va II, monopol renta, qazilma boyliklar, qurilishlar joylashgan yerlardan olinadigan renta.

Rentaning mohiyatini tushunishdagi asosiy qiyinchilik tadbirkorlar o'rtasida qayta taqsimlanmaydigan qo'shimcha sof daromadning vujudga kelishi shart-sharoit va sabablarini ochib berilishi hisoblanadi. Bunday holat vujudga kelishining sabablaridan biri samarali xo'jalik yuritish uchun yaroqli bo'lgan yerlarning cheklanganligi va qayta tiklab bo'lmasligida o'z ifodasini topadi. Ikkinchi sababi – yerga yoki boshqa tabiiy resursga mulkchilik obyekti yoki xo'jalik yuritish obyekti sifatidagi monopoliyaning mavjudligi hisoblanadi. Uchinchi sababi esa, ko'p mamlakatlarda qishloq xo'jaligidagi kapital uzviy (organik) tuzilishi, ya'ni doimiy va o'zgaruvchi kapital o'rtasidagi nisbatning pastligi hisoblanadi.

Yer uchastkalarining unumdorligi va joylashgan joyidagi farqlar natijasida vujudga keladigan qo'shimcha daromad (qiymat)ning bir qismi renta shaklini oladi hamda u differensial renta deb ataladi.

Qishloq xo'jaligida eng muhim ishlab chiqarish vositasi – yerning miqdori va sifatini tabiatning o'zi cheklab qo'ygan, uni inson ko'paytirishga qodir emas.

Shuning uchun qishloq xo'jalik ishlab chiqarishini faqat yaxshi unumdor yer uchastkalarida to'plash mumkin emas. Agar ishlab chiqarilgan mahsulot to'lovga qodir talab bilan ta'minlangan bo'lsa, yerning mahsuldorligi yoki joylashuvi jihatidan yomon sharoit qishloq xo'jalik tovarlariga narx shakllanishini tartibga soluvchi ijtimoiy normal sharoit hisoblanadi. Natijada o'rtacha yoki yaxshi yerlarda xo'jalik yurituvchi ishlab chiqaruvchilar qo'shimcha mahsulot va binobarin foyda oladilar.

Demak, differensial renta hosil bo'lishining tabiiy sharti miqdori cheklangan yerning sifati (unumdorligi) dagi farqlardir, uning ijtimoiy-iqtisodiy sababi esa foydalaniladigan yerlarda iqtisodiy jihatdan alohidalashgan tarzda mustaqil xo'jalik yuritishdir.

Differensial renta o'zining kelib chiqish sharoitlarga qarab differensial renta I va differensial renta II ga bo'linadi.

Differensial renta I yerning tabiiy unumdorligi bilan bog'liq bo'lgan, sanoat markazlariga, bozorlarga va aloqa yo'llariga yaqin joylashgan serunum yer uchastkalarida vujudga keladi. Differensial renta I ning hosil bo'lishini shartli misol yordamida ko'rib chiqamiz (1-jadval).

Differensial renta I ning hosil bo'lishi

Yer uchastkasi	Ijti-moiy ishlab chiqarish xarajatlari (so'm)	O'rtacha foyda (so'm)	Ijti-moiy qiymat (so'm)	Yalpi mahsulot (tonna)	Mahsulotning individual qiymati (so'm)	Ijti-moiy qiymat – bozor narxi (so'm)	Yalpi sotilgan mahsulot (so'm)	Differensial renta I (so'm)
A	8000	2000	10000	20	500	500	10000	-
B	8000	2000	10000	25	400	500	12500	2500
V	8000	2000	10000	30	333	500	15000	5000

Misolimizdagi uch xil yer uchastkalaridan olingan mahsulotning ijtimoiy qiymati bir xil, ya'ni 10000 so'mni tashkil qiladi. Yalpi hosildorlik A uchastkasida 20 tonna, B va V uchastkalarda 25 va 30 tonnani tashkil qiladi. Har bir uchastkadan turlicha hosil olinganligi tufayli ularda yetkazilgan mahsulotlarning individual qiymati ham turlicha bo'lib chiqadi. Ya'ni, A uchastkasida har bir mahsulot birligining qiymati 500 so'm bo'lsa, B uchastkasida 400 so'm, V uchastkasida esa 333 so'mni tashkil qiladi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari sifati yomon uchastkada yetishtirilgan mahsulot narxida sotiladi (misolimizda 500 so'm). Natijada yomon yer uchastkasi (A) o'zining yakka ishlab chiqarish xarajatlarini qoplash va foyda olish imkoniga ega bo'ladi. O'rtacha (B) va yaxshi (V) yer uchastkalarida esa yomon yer uchastkasi (A)ga nisbatan 2500 va 5000 so'm miqdorda qo'shimcha daromad olinadi. Bu olingan qo'shimcha daromad yerning tabiiy unumdorligi bilan bog'liq bo'lgan differensial renta I ni tashkil qiladi.

Differensial renta II xo'jaliklarni intensiv rivojlantirish, yerning hosildorligini oshirish uchun qo'shimcha xarajatlar sarf qilish bilan, ya'ni qishloq xo'jaligida kimyoviy o'g'itlarni qo'llash, yerlarning meliorativ holatini yaxshilash, qishloq xo'jaligini mexanizasiyalash va elektrlashtirish darajasi bilan bog'liq holda vujudga keladi.

Bu holni biz 2-jadvalda shartli misol bilan ifoda etishimiz mumkin.

Differensial renta II ning hosil bo'lishi

Ishlab chiqarish davri	Ishlab chiqarish xarajat-lari	Yalpi mahsulot (tonna)	1 tonna mahsulotning	1 tonna mahsulotning	Sotil-gan mahsulot	Qo'shimcha mahsulot, ya'ni dif-
------------------------	-------------------------------	------------------------	----------------------	----------------------	--------------------	---------------------------------

	(so‘m)		indivi- dual qiymati (so‘m)	ijtimoiy qiymati (so‘m)	summasi, so‘m	ferensial renta II, so‘m
Birinchi yil	10000	20	500	500	10000	-
Ikkinchi yil	15000	40	375	500	20000	10000

Misolimizda yerga qo‘shimcha 5 ming so‘m xarajat sarf qilish natijasida qo‘shimcha 20 tonna mahsulot olinsa, u holda birinchi yilga nisbatan qo‘shimcha olingan 10 ming so‘m daromad differensial renta II ni tashkil etadi.

Bunday intensiv rivojlanish qishloq xo‘jaligida bosh yo‘l hisoblanadi. Chunki qishloq xo‘jaligini intensiv rivojlantirmay turib, kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni va jamiyat a‘zolarining o‘sib borayotgan talabini qondirib bo‘lmaydi. Shuning uchun ham qishloq xo‘jaligini intensiv rivojlantirish uchun alohida e‘tibor beriladi. Buning uchun qishloq xo‘jaligini agrar sanoatlashgan asosga qo‘yish, intensivlashtirishni tezkorlik bilan amalga oshirish choralari ishlab chiqilishi lozim.

Absolyut renta. Ko‘pgina mamlakatlarda qishloq xo‘jaligida yerga xususiy mulkchilik monopoliyasi sharoitida ishlab chiqarishni olib borishga to‘g‘ri keladi. Hozirgi davrda yerga xususiy mulkchilik bilan bir qatorda boshqa mulkchilik shakllari ham mavjud. Masalan, davlat mulki, vaqf (machit, cherkov) mulklari va boshkalar.

Yerga bo‘lgan bu mulkchilik (shaklidan qat’iy nazar) monopoliyasi ijaraga

Renta nazariyasiga ko‘ra qishloq xo‘jaligida rentaning yana bir turi – **monopol renta** ham mavjud bo‘ladi. Boshqa yerda uchramaydigan tabiiy sharoit, ba‘zan noyob qishloq xo‘jalik mahsulotlari (uzumning alohida navlarini, sitrus ekinlari, choy va hokazolarning alohida turlarini) yetishtirish uchun imkoniyat yaratadi. Bunday tovarlar monopol narxlar bilan sotiladi.

Faqat qishloq xo‘jaligida emas, balki **undirma sanoatda** ham qo‘shimcha daromad olinadi. Ma‘lumki foydali qazilma konlari joylashuvi (va demak, ishlash uchun qulayligi) jihatidan ham, konning boyligi jihatidan ham bir-biridan farq qiladi. Xuddi qishloq xo‘jaligidagi singari, o‘rta va yaxshi konlardagi korxonalar qo‘shimcha foyda oladilar, u ham differensial rentaga aylanadi.

Ijara haqi. Renta munosabatlarini qarab chiqishda rentaning ijara haqidan farqiga e‘tiborni qaratish zarur. Agar ijaraga beriladigan yerga oldin bino, inshoot va shu kabilar qurish bilan bog‘liq ravishda kapital qo‘yilmalar sarflanmagan bo‘lsa, ijara haqi va renta miqdoran bir-biriga to‘g‘ri keladi. Aks holda, ijara haqi yer rentasidan farq qiladi.

Ijara haqi quyidagilardan iborat: yerdan foydalanganlik uchun to‘lanadigan renta (R), yerga ilgari sarflangan kapital uchun foiz (r); yer uchastkasini ijaraga bergunga qadar unga qurilgan inshootlar amortizatsiyasi (A). Buni formulada quyidagicha yozish mumkin:

$$IX = R + r + A.$$

Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti sharoitida yer faqat ijara obyektiga emas, balki oldi-sotdi obyektiga hamdir. Yer ham qishloq xo'jalik mahsuloti yetishtirish va tabiiy qazilma boyliklarni qazib olish uchun, har xil ishlab chiqarish va turar joy binolari, inshootlar, yo'llar, aeroportlar va hokozalar qurish uchun sotib olinadi. Bunday hollarda yerning narxi nima bilan belgilanadi?

Ma'lumki, yer inson mehnati mahsuloti bo'lmaganligi sababli almashuv qiymatiga ega emas. Shunga ko'ra, nazariyotchilar yer va boshqa tabiiy in'omlarni narxini **irrational narxlar** deb ataydilar. Yer uchastkasining egasi uni sotishda olingan summani bankka qo'yilganda, u keltiradigan foiz tarzidagi daromad shu yer uchastkasidan olinadigan rentadan kam bo'lmagan taqdirdagina yerni sotadi. Boshqacha aytganda, yerning narxi kapitallashtirilgan rentadir. Boshqa sharoitlar teng bo'lganda, xuddi shu renta miqdori yer narxini belgilaydi. U renta miqdoriga to'g'ri va ssuda foizi normasiga teskari mutanosibdir.

Shunday qilib, yerning narxi ikkita miqdorga bog'liq: 1) yer uchastkasi egasi olish mumkin bo'lgan yer rentasi miqdoriga; 2) ssuda foizi me'yoriga. Shundan kelib chiqib yerning narxi quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$B = \frac{R}{r'} \times 100\% ,$$

bunda B - yer narxi;

R- renta;

r' - ssuda foizi me'yori.

Faraz qilaylik, R – 15 ming doll., r' = 5%. Bunda B=300 ming doll. ga teng bo'ladi. Yer egasi faqat shu narxdagina yerini sotishi mumkin, chunki muayyan miqdordagi kapitaldan olinadigan foiz unga bankdan shunday yillik daromad

Renta miqdori o'sib, ssuda foizi me'yori pasayib borgan taqdirda yerning narxi o'sib boradi.

Yer narxini aniqlashning bu usuli nazariy ahamiyatga ega. Amalda yer narxi, yer uchastkasiga talab va taklifga ta'sir ko'rsatuvchi ko'plab omillarga bog'liq. Jumladan, yerga narxning o'sishini, unga noqishloq xo'jalik maqsadlari uchun foydalanishga talabning o'sishi bilan tushuntirilishi mumkin. Inflyatsiya va asosan giperinflyatsiya sharoitida yerga talab keskin o'sadi, bu tegishli ravishda yer narxining o'sishiga olib keladi. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan g'arb mamlakatlarida XX asr boshlaridan to hozirgi davrgacha yer narxi barqaror o'sish tamoyiliga ega bo'lib, faqat ayrim davrlaridagina uning pasayishi kuzatiladi.

3. Agrosanoat integratsiyasi va uning asosiy ko‘rinishlari

Iqtisodiy rivojlanish jarayonida qishloq xo‘jaligi hamma vaqt sanoat, savdo va boshqa tarmoqlar bilan mustahkam bog‘liq bo‘lib kelganligini hisobga olish kerak. Chunki mamlakatning oziq-ovqat mahsulotlariga va qishloq xo‘jalik xom ashyosidan tayyorlangan tovarlarga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirish faqat qishloq xo‘jaligining holatiga emas, balki sanoat tarmoqlari bilan uyg‘un rivojlanishiga ham bog‘liq bo‘ladi. Xuddi ana shu holat iqtisodiyot tarkibida agrosanoat majmuasini bitta pirovard natijani ro‘yobga chiqarishga bo‘ysundirilgan tarmoqlarning yagona, yaxlit tizimini keltirib chiqarish uchun asos bo‘ladi.

Agrosanoat integratsiyasi – qishloq xo‘jaligi bilan unga xizmat qiluvchi va mahsulotni iste‘molchiga yetkazib beruvchi tutash tarmoqlar o‘rtasida ishlab chiqarish aloqalarining rivojlanishi hamda ularning uzviy birikish jarayonidir.

Agrosanoat integratsiyasi ko‘p qirrali bo‘lib, u g‘oyat xilma-xil shakllarda namoyon bo‘ladi. Bular eng avvalo ana shu jarayon qaysi darajada, ya‘ni butun mamlakat ko‘lamidami, viloyat doirasi yoki korxonada darajasidami yuz berishiga bog‘liq.

Butun mamlakat va mintaqalar ko‘lamida agrosanoat integratsiyasi qishloq xo‘jaligining tarmoqlararo aloqalari kuchayishida, xalq xo‘jaligi oziq-ovqat (tarmoq) va mintaqada agrosanoat majmualari tashkil bo‘lishi va rivojlanishida ifodalanadi.

Agrosanoat majmuasi (ASM) – bu qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtirish, uni saqlash, qayta ishlash va iste‘molchilarga yetkazib berish bilan shug‘ullanuvchi iqtisodiyot tarmoqlaridir.

ASM to‘rtta sohani o‘z ichiga oladi.

Birinchi soha – qishloq xo‘jaligiga ishlab chiqarish vositalari yetkazib beradigan sanoat tarmoqlari, shuningdek, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishiga texnika xizmati ko‘rsatish bilan band bo‘lgan tarmoqlar;

ikkinchi soha – qishloq xo‘jaligining o‘zi;

uchinchi soha – qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini iste‘molchiga yetkazib berishni ta‘minlaydigan tarmoqlar (tayyorlash, qayta ishlash, saqlash, tashish, sotish);

to‘rtinchi soha – odamlar hayoti va faoliyatining umumiy sharoitlarini ta‘minlaydigan infratuzilma (yo‘l-transport xo‘jaligi, aloqa, moddiy-texnika xizmati, mahsulotni saqlash tizimi, ombor va tara xo‘jaligi)dan iborat.

4. Agrobiznes va uning turlari

Qishloq xo‘jalik sohasidagi tadbirkorlik faoliyati agrobiznes deyiladi.

Agrobiznes tushunchasiga bevosita qishloq xo‘jaligi sohasiga kirmaydigan, biroq u bilan bog‘liq bo‘lgan faoliyat bilan shug‘ullanuvchi biznes turlari ham kiritiladi. Bu qishloq xo‘jaligiga texnikaviy, ta‘mirlash xizmat ko‘rsatish, uning mahsulotlarini qayta ishlash va iste‘molchilarga yetkazib berish bilan bog‘liq bo‘lgan tadbirkorlik faoliyatidir. Qisqacha qilib aytganda, agrobiznes agrosanoat integrasiyasi natijasida vujudga kelgan agrosanoat majmuasining barcha bo‘g‘inlarni qamrab oladi.

Agrobiznes faoliyatining maqsadi iste‘mol bozorini yetarli miqdorda sifatli qishloq xo‘jalik mahsulotlari, sanoatni esa xomashyo bilan uzluksiz ta‘minlash orqali foyda ko‘rishdan iborat.

Agrobiznesning asosiy shakli va birlamchi bo‘g‘ini **fermer va dehqon xo‘jaliklaridir**. Chunki ular bevosita qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaradi. Bu xo‘jaliklar o‘z yerida yoki ijaraga olingan yerda ish yuritib, unda mulk egasi va ishlab chiqaruvchi fermerning o‘zi va oila a‘zolari hisoblanib, ayrim hollarda yollanma mehnatdan foydalanish ham mumkin. Fermer xo‘jaligining afzalligi shundan iboratki, unda mulk va mehnat bevosita qo‘shiladi, bu esa ishlab chiqarishning yuqori samaradorligini ta‘minlaydi. Fermer xo‘jaliklari mustaqil tuzilma bo‘lish sababli o‘z faoliyatini bozor kon‘yunkturasiga tez moslashtira oladi. Unda iqtisodiy manfaat va pirovard natija uchun mas‘uliyat bitta faoliyatning ikki tomonini tashkil qiladi. Bularning hammasi fermer xo‘jaligining yashovchanligini ta‘minlaydi.

Respublikada fermer xo‘jaliklari samarali ishlashi uchun zarur xizmat ko‘rsatuvchi infratuzilma – agrofirma, mashina-traktor parklari, ta‘mirlash ustaxonalari, tayyorlov punktlari, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi kichik korxonalar tizimi shakllandi.

Agrobiznes turlaridan biri agrofirma. **Agrofirma ma‘lum turdagi qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish va uni pirovard mahsulot darajasigacha qayta ishlashni qo‘shib olib boradigan korxonadir.**

Agrosanoat birlashmalari bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi va unga bog‘liq ishlab chiqarish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi bir necha xo‘jalik hamda korxonalarining birlashmasidir.

Agrosanoat kombinatlari qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, qayta ishlash va iste‘molchilarga yetkazib berishgacha barcha texnologik jarayonga xizmat qiluvchi xo‘jalik va korxonalarining ma‘lum bir hududida birlashuvidir.

Qishloq xo‘jaligidagi davlat korxonalarini, jamoa xo‘jaliklari va shirkatlari, turli xil mulkchilik asosida tashkil qilingan qo‘shma korxonalar ham agrobiznes turlari sifatida faoliyat ko‘rsatadi.

Asosiy tayanch tushunchalar:

Agrar munosabatlar – yerga egalik qilish, tasarruf etish, undan foydalanish va ishlab chiqarish natijalarini o‘zlashtirish jarayonida vujudga keladigan munosabatlar.

Renta munosabatlari – yerdan foydalanish natijasida vujudga keladigan qo‘shimcha sof daromadni taqsimlash va o‘zlashtirish bilan bog‘liqlikda vujudga keladigan munosabatlar.

Differensial renta – yer uchastkalarining unumdorligidagi va joylashgan joyidagi farqlar natijasida vujudga keladigan qo‘shimcha sof daromad.

Differensial renta I – yerlarning tabiiy unumdorligi farqlar natijasida vujudga keladigan qo‘shimcha sof daromad.

Differensial renta II – yerlarning iqtisodiy unumdorligini oshirish natijasida vujudga keladigan qo‘shimcha sof daromad.

Absolyut renta – qishloq xo‘jaligida yerga bo‘lgan xususiy mulkchilik monopoliyasi natijasida vujudga kelib, hamma turdagi: yaxshi, o‘rtacha va yomon yerlardan olinadigan renta.

Monopol renta – alohida tabiiy sharoitga ega bo‘lgan, noyob qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtiriladigan yerlardan olinadigan renta.

Undirma sanoatda renta – foydali qazilma konlarining joylashishi (yer yuzasiga nisbatan) va ularning boyligi jihatdan farqlar natijasida vujudga keladi.

Agrosanoat majmuasi – qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, uni saqlash, qayta ishlash va iste‘molchilarga yetkazib berish bilan bog‘liq xo‘jalik tarmoqlarining birligi.

Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish infratuzilmasi – bevosita qishloq xo‘jalik ishlab chiqarishiga xizmat ko‘rsatuvchi sohalar.

Ijtimoiy infratuzilma – odamlar yashash va turmush faoliyatining umumiy sharoitlarini ta‘minlaydigan sohalar.

Agrosanoat integratsiyasi – qishloq xo‘jaligi bilan unga xizmat qiluvchi va mahsulotni iste‘molchiga yetkazib beruvchi tutash tarmoqlar o‘rtasida ishlab chiqarish aloqalarining rivojlanishi hamda ularning uzviy birikish jarayonidir.

Agrobiznes – tadbirkorlik faoliyatining qishloq xo‘jaligi va u bilan bog‘liq sohalardagi namoyon bo‘lish shakli.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Agrar munosabatlarning mazmunini, iqtisodiy munosabatlarda tutgan o‘rnini va xususiyatlarini ko‘rsatib bering.
2. «Yerga egalik» va «yerdan foydalanish» tushunchalarini izohlang.
3. Yer rentasi nazariyalarining umumiy tomonlari va tub farqlarini ko‘rsatib bering.
4. Yer rentasining asl mazmunini tushuntiring.
5. Differensial (I va II) va absolyut rentaning hosil bo‘lish shart-sharoitlari, manbalari va taqsimlanishini tushuntirib bering.
6. Monopol renta nima?
7. Qazib oluvchi va undirma sanoatda renta qanday hosil bo‘ladi?
8. «Ijara haqi» va «yer rentasi» ning farqlarini izohlang.
9. Agrobiznesning iqtisodiy mohiyatini tushuntiring va uning asosiy turlariga tavsif bering.
10. Agrosanoat majmuasi va agrosanoat integratsiyasi tushunchalari iqtisodiy mazmuniga o‘z fikringizni bildiring.

12-MAVZU. MILLIY IQTISODIYOT VA UNING MAKROIQTISODIY O'LCAMLARI. YALPI MILLIY MAHSULOT VA UNING HARAKAT SHAKLLARI

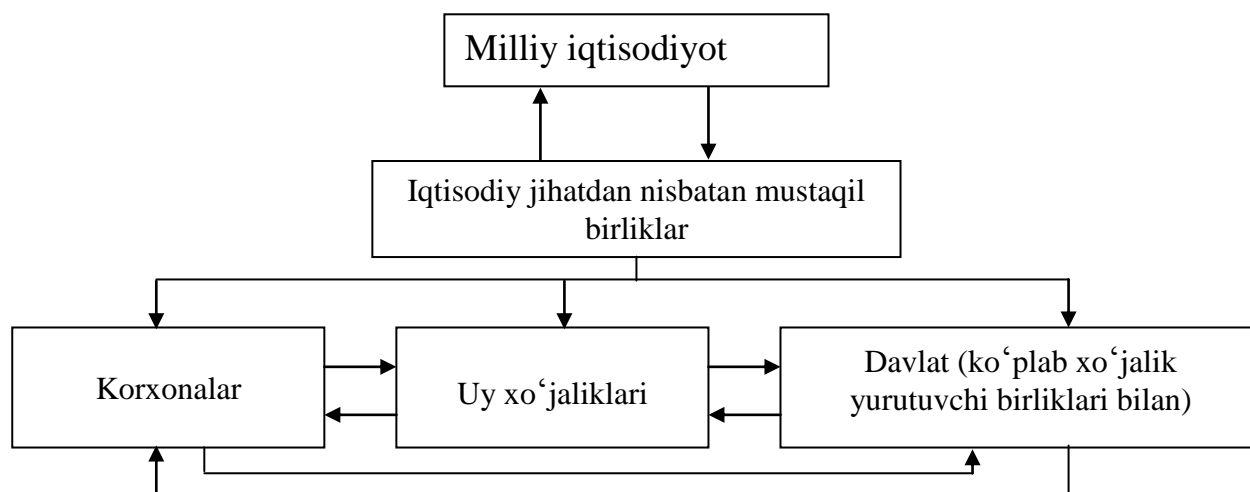
REJA.

1. Milliy iqtisodiyotning qaror topishi va uning makroiqtisodiy ko'rsatkichlari
2. Milliy mahsulotning mazmuni, tarkibiy qismlari va harakat shakllari
3. Yalpi ichki mahsulotni hisoblash usullari

Milliy iqtisodiyot ko'plab o'zaro bog'liq iqtisodiy unsurlardan iborat bo'lgan murakkab iqtisodiy tizimni namoyon etadi. Mazkur unsurlar o'rtasidagi amalda tarkib topgan munosabatlarning butun majmui iqtisodiyotning tarkibiy tuzilmasini tavsiflab beradi.

Milliy iqtisodiyot – bu barcha tarmoqlar va sohalarni, mikro- va makrodarajadagi iqtisodiyotlarni, funksional iqtisodiyotni, ko'plab infratuzilmalarni o'z ichiga olgan yaxlit iqtisodiyotdir.

Makroiqtisodiy jihatdan qaralganda milliy iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi mamlakatda mavjud bo'lgan ishlab chiqarish resurslari; ularning ijtimoiy mehnat taqsimoti asosida ajralib chiqqan iqtisodiy subyektlar o'rtasidagi taqsimot hajmi; mazkur subyektlar ishlab chiqarish hajmlari, milliy mahsulotni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonlarida shakllanuvchi tarkibiy qismlari o'rtasidagi munosabat sifatida namoyon bo'ladi. Milliy iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini sodda ko'rinishda quyidagi 1-chizma orqali tasvirlash mumkin.



1-chizma. Milliy iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi.

Milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish hajmi va ularning o'sishi bir qator ko'rsatkichlar tizimi orqali, mikro- va makroiqtisodiy darajada aniqlanib, tahlil qilinadi.

Makroiqtisodiyot – bu mamlakat miqyosida moddiy ishlab chiqarish va nomoddiy sohalarini bir butun qilib birlashtirgan milliy va jahon xo'jaligi darajasidagi iqtisodiyotdir.

Makroiqtisodiy tahlilning maqsadi – takror ishlab chiqarish jarayonini obyektiv ravishda aks ettiruvchi ko'rsatkichlardan foydalanish asosida mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida vujudga kelgan holatlarni ochib berishdan iborat.

Milliy iqtisodiyotning mazkur asosiy muammosi naqadar samarali hal etilayotgani makroiqtisodiy tahlil yordamida aniqlanadi.

Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning holati va harakatini obyektiv aks ettiruvchi statistik ma'lumotlarning mavjudligi;

Mamlakat iqtisodiyotini tahlil qilishda keng miqyosda va tarixiy jihatdan yondashuv;

Iqtisodiy tizim salohiyatini haqqoniy ravishda baholamasdan hamda iqtisodiy qonunlarning obyektiv amal qilishini bilmasdan turib mamlakat iqtisodiyotiga aralashuv salbiy holatlarni keltirib chiqarishini anglash;

Makroiqtisodiy nazariya muayyan mamlakatlarning iqtisodiyotini obyektiv ravishda tadqiq etish asosida yaratilishini hamda undan boshqa mamlakatlar amaliyotida o'ta ehtiyotkorlik bilan foydalanish mumkinligini tushunish;

Ishlab chiqarishni mamlakat barcha aholisining daromadlari va iste'moli darajasini o'stirishga yo'naltirish;

Aholi daromadlari, siyosiy va ijtimoiy barqarorlik o'sishining yagona manbai bo'lib mamlakatning barcha aholisini ish joylari hamda daromadlarning oshishi bilan ta'minlovchi milliy ishlab chiqarishning barqaror va samarali o'sishi ekanligini tushunish.

Ko'pgina mikroiqtisodiy ko'rsatkichlar yordamida korxonalar faoliyatiga baho berilib, ular faoliyatining rivojlanish tamoyillari aniqlansa, makroiqtisodiy ko'rsatkichlar orqali butun iqtisodiyotning holati, uning o'sishi yoki pasayishi tahlil qilinib, xulosa chiqariladi.

Ular yordamida davlat o'z iqtisodiy siyosatini belgilaydi. Bu tizimga kiruvchi turli xil ko'rsatkichlar.

Birinchidan, bizga ma'lum vaqt oralig'idagi ishlab chiqarish hajmini hisoblash va milliy iqtisodiyotning faoliyat yuritishiga bevosita ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash imkonini beradi.

Ikkinchidan, makroiqtisodiy ko'rsatkichlar tizimi, milliy mahsulot harakatining barcha bosqichlarida, ya'ni ishlab chiqarish, ayirboshlash, taqsimlash, qayta taqsimlash va natijada foydalanish bosqichlarida ko'rgazmali shaklda aks ettirish imkonini beradi.

Uchinchidan, mazkur ko'rsatkichlar tizimi mavjud resurslar va ulardan foydalanishning mos kelishi kuzatilganda, mamlakatdagi umumiy iqtisodiy muvozanatlik holatini aks ettiradi

Butun milliy iqtisodiyotning holatini tavsiflovchi muhim makroiqtisodiy ko'rsatkichlar – yalpi milliy mahsulot (YaMM), yalpi ichki mahsulot (YaIM), sof milliy mahsulot (SMM), milliy daromad (MD), ishchi kuchi bandligi, ishsizlik, inflyatsiya va boshqa shu kabilar hisoblanadi.

2. Milliy mahsulotning mazmuni, tarkibiy qismlari va harakat shakllari

Jamiyat a'zolarining ehtiyojlari muntazam ravishda yangilanib, miqdoran ko'payib va sifat jihatidan takomillashib borar ekan, bu ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan ishlab chiqarish jarayoni ham to'xtovsiz yangilanib, takroran amalga oshib turadi.

Jamiyat miqyosidagi ishlab chiqarish jarayonlarining muntazam ravishda yangilanib va takroran amalga oshirilib turilishi ijtimoiy takror ishlab chiqarish deyiladi.

Ijtimoiy takror ishlab chiqarish ikki ko'rinishda amalga oshirilishi mumkin: oddiy va kengaytirilgan takror ishlab chiqarish.

Oddiy takror ishlab chiqarish – bu ishlab chiqarish miqyoslarining o‘zgarmagan holda takrorlanishini ifodalaydi. Odatda bunday ishlab chiqarish ko‘proq faqat o‘z ichki ehtiyojlarini qondirishga yo‘naltirilgan an’anaviy iqtisodiyot sharoitidagi xo‘jalik yurituvchi subyektlar uchun xos bo‘lgan.

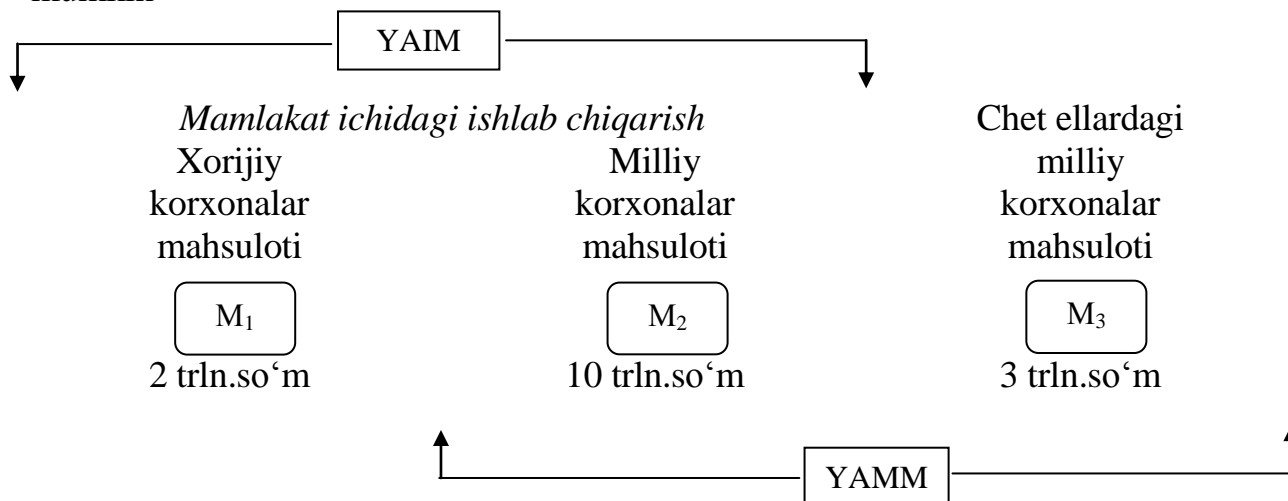
Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish – bu ishlab chiqarish miqyoslarini muntazam ravishda oshirib borishga asoslangan holdagi takrorlanishidir. Bu turdagi ishlab chiqarish barcha rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotining asosini tashkil etadi.

Ijtimoiy takror ishlab chiqarish natijasida mamlakat miqyosida **milliy mahsulot** yaratiladi. U barcha moddiy va nomoddiy ne‘matlar hamda xizmatlarni o‘z ichiga olib, milliy hisobchilikda yalpi milliy mahsulot (YaMM) deb yuritiladi.

Yalpi milliy mahsulot – bu o‘z mamlakati yoki xorijda joylashuvidan qat’iy nazar, milliy korxonalar tomonidan yaratilgan mahsulot va xizmatlar umumiy hajmining jami qiymati.

Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, YaMM ko‘rsatkichiga sof eksport (eksport va import o‘rtasidagi farq) kiradi. Ammo turli mamlakatlarda tashqi savdo faoliyatining salmog‘i keskin farqlanadi. Shu sababli milliy iqtisodiyot rivojlanish darajasini taqqoslash uchun **yalpi ichki mahsulot (YaIM)** ko‘rsatkichidan foydalaniladi. **Yalpi ichki mahsulot – bu ma’lum vaqt davomida, masalan, bir yilda yaratilgan va bevosita iste’molchilarga borib yetadigan barcha tayyor mahsulot va ko‘rsatilgan xizmatlarning bozor narxidagi qiymati.**

YaMM va YaIMning o‘zaro farqini quyidagi chizma orqali yaqqolroq ifodalash mumkin



YaMM va YAIM o'rtasidagi tarkibiy nisbatlar.

Demak, chizmadan ko'rinadiki, mamlakat YaMM 13 trln. so'mni (M_2 va M_3 shartli raqamlar yig'indisi), YAIM esa 12 trln. so'mni (M_2 va M_1 shartli raqamlar yig'indisi) tashkil etadi.

YaMM va YAIM o'rtasidagi farq u qadar ahamiyatli emas. Bu farq rivojlangan mamlakatlarda YAIMning $\pm 1\%$ ni tashkil etadi. BMT statistika xizmati asosiy ko'rsatkich sifatida YAIMdan foydalanishni tavsiya etadi.

Qo'shilgan qiymat – bu korxonaga yalpi mahsuloti bozor narxidan (amortizatsiya ajratmasidan tashqari) joriy moddiy xarajatlar chiqarib tashlangan miqdoriga teng.

Joriy bozor narxlarida hisoblangan milliy mahsulot nominal milliy mahsulot, o'zgarmas, qiyosiy narxlarda hisoblangan milliy mahsulot esa real milliy mahsulot deb yuritiladi.

Narx dapajasi indeks shaklida ifodalanadi. **Narx indeksi joriy yildagi ma'lum guruh tovarlar va xizmatlar to'plami narxlari summasini, xuddi shunday tovarlar va xizmatlar miqdorining bazis davrdagi narxlari summasiga taqqoslash orqali hisoblanadi.** Taqqoslashning boshlang'ich davpi «bazis yil» deyiladi. Agar aytilganlarni formula shakliga keltirib, u quyidagi ko'rinishni oladi:

$$\text{Narx indeksi} = \frac{\text{joriy yildagi iste'mol tovarlari narxi}}{\text{bazis yildagi iste'mol tovarlari narxi}}$$

Joriy yildagi nominal YAIMni real YAIMga aylantirishning ancha oddiy va to'g'ridan-to'g'ri usuli nominal YAIMni narx indeksi (NI)ga bo'lishdir, ya'ni:

$$\text{Real YAIM} = \frac{\text{Nominal YAIM}}{\text{NI}}$$

YAIMdan joriy yilda ishlab chiqarish jarayonida iste'mol qilingan asosiy kapital qiymati yoki yillik amortizatsiya summasi ayirib tashlansa sof milliy mahsulot (SMM) ko'rsatkichi hosil bo'ladi:

$$\text{YAIM} - \text{amortizatsiya yillik summasi} = \text{SMM}$$

SMMdan egri soliqlar chiqarib tashlansa milliy daromad (MD) ko'rsatkichi hosil bo'ladi:

$$CMM - \text{бизнесга эгри солик} = \text{миллий даромад}.$$

Amaliyotda ishlab chiqarilgan va foydalanilgan milliy daromad farqlanadi. **Ishlab chiqarilgan milliy daromad – bu yangidan yaratilgan qiymatning butun hajmi. Foydalanilgan milliy daromad – bu ishlab chiqarilgan milliy daromaddan yo'qotishlar (tabiiy ofatlar, mahsulotlarni zahirada saqlashdagi yo'qotishlar va h.k.) va tashqi savdo qoldig'i chiqarib tashlangan miqdorga teng.**

Shaxsiy daromaddan soliqlari to'langandan keyin, uy xo'jaliklarining to'liq tasarrufida qoladigan daromad shakllanadi.

Milliy mahsulot hajmining aniq baholanishiga hufyona iqtisodiyot ta'sir ko'rsatadi. **Xufyona iqtisodiyot - bu tovar-moddiy boyliklar va xizmatlarning jamiyat tomonidan nazorat qilinmaydigan harakati, ya'ni davlat boshqaruv organlaridan yashirin holda alohida fuqarolar va ijtimoiy guruhlar o'rtasida amalga oshiriluvchi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardir.**

Xufyona iqtisodiyot tarkibiga quyidagilar kiradi:

jinoyatga aloqador iqtisodiyot – rasmiy iqtisodiyot tarkibiga iqtisodiy jinoyatning kiritilishi (boyliklarning talon-taroj qilinishi; nazoratning har qanday shaklidan yashiringan holdagi hufyona iqtisodiy faoliyat – narkobiznes, qimor o'yinlari, fohishabozlik; daromadlarni noiqtisodiy qayta taqsimlash shakli sifatidagi fuqarolarning shaxsiy mulkiga qarshi umumjinoiy harakatlar – bosqinchilik, shaxsiy mulkni zo'rlik bilan tortib olish, o'g'irlash, reket);

soxta iqtisodiyot – hisobga olish va hisobotlarning amaldagi tizimiga soxta natijalarni haqiqiy natija sifatida kirituvchi rasmiy iqtisodiyot (qo'shib yozishlar);

norasmiy iqtisodiyot – iqtisodiy subyektlar o'rtasidagi norasmiy o'zaro aloqalar tizimi bo'lib, u mazkur subyektlar o'rtasidagi shaxsiy munosabatlar va bevosita aloqalarga asoslanadi;

yashirin ikkalamchi iqtisodiyot – yakka tartibdagi va kooperativ faoliyatning nazoratdan yashiringan, ya'ni qonun tomonidan taqiqlangan yoki belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tmagan turi.

Milliy mahsulotni hisoblashda milliy hisoblar tizimidan foydalaniladi. **Milliy hisoblar tizimi (MHT) – bu barcha asosiy iqtisodiy jarayonlarni, takror ishlab chiqarish sharoitlari, jarayonlari va natijalarini tavsiflovchi o‘zaro bog‘liq makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar, tasniflar va guruhlar tizimi.**

Milliy hisoblar tizimi asosini yig‘ma balanslar tashkil qiladi. Bunga daromad va xarajatlar balansi misol bo‘lishi mumkin. Daromadlar xo‘jalik birliklari va aholi umumiy daromadlari (ish haqi, foyda, daromadlarning boshqa turlari, amortizasiya) summasini aks ettiradi. Xarajatlar to‘rtta guruhdan iborat bo‘ladi: iste‘mol, investisiyalar, davlat xaridi, sof eksport. Milliy hisoblar makroiqtisodiyotning me‘yordagi – muvozanatli holatga erishish darajasini aniqlashga yordam beradi.

Milliy hisoblar tizimi asosida YaIM uch xil usul bilan hisoblanadi:

Birinchi usul – bu YaIMni hisoblashga qo‘shilgan qiymatlar bo‘yicha yondashuv. Bunda milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlari bo‘yicha yaratilgan qo‘shilgan qiymatlar qo‘shib chiqiladi (YaIM tarmoq va ishlab chiqarishlar bo‘yicha). Bu usul bilan hisoblangan YaIM alohida tarmoqlarning shu mahsulotini yaratishdagi o‘rnini va hissasini aniqlash imkonini beradi.

Ikkinchi usul – bu YaIMni hisoblashga sarf-xarajatlar bo‘yicha yondashuv. Bunda mazkur yilda ishlab chiqarilgan barcha mahsulot (xizmat)lar hajmini sotib olishga qilingan butun sarflar qo‘shib chiqiladi. Milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan pirovard mahsulotlarni mamlakat ichida xo‘jalikning uchta subyekti – uy xo‘jaliklari, davlat, tadbirkorlar hamda tashqaridan chet ellik iste‘molchilar sotib olishi mumkin.

Uy xo‘jaliklarining iste‘mol sarflari - bu kundalik ehtiyojdagi tovarlarga, xizmatlarga, uzoq muddat foydalaniladigan iste‘mol buyumlariga va boshqalarga qilinadigan sarflardir.

Investision sarflar – tadbirkorlik sektorining asosiy kapitalni yalpi jamg‘arishga qiladigan sarflaridir. Investision sarflar asosan uchta qismdan iborat: a) tadbirkorlar tomonidan mashina, uskuna va stanoklarning barcha xaridi; b) barcha qurilishlar; v) zahiralarning o‘zgarishi.

Milliy hisoblar tizimida YaIMni hisoblashda yalpi, xususiy va ichki investitsiyalar tushunchasidan foydalaniladi. **Xususiy va ichki investitsiyalar** mos ravishda xususiy va milliy kompaniyalar amalga oshiradigan investitsion sarflarni bildiradi.

Yalpi investisiyalar o‘z ichiga jopiy yilda ishlab chiqarish jarayonida iste‘mol qilingan mashina, uskuna va qurilmalarning o‘rnini qoplash uchun mo‘ljallangan barcha investision tovarlar ishlab chiqarishni, hamda iqtisodiyotda kapital qo‘yilmalar hajmiga har qanday sof qo‘shimchalarni oladi. Yalpi investitsiyalar mohiyatiga ko‘ra iste‘mol qilingan asosiy kapitalni qoplash summasini va investitsiyalarning o‘sgan qismidan iborat bo‘ladi. Boshqa tomondan **sof xususiy ichki investisiyalar** tushunchasi joriy yil davomida qo‘shilgan investision tovarlar summasini tavsiflash uchun ishlatiladi.

Davlat sarflari – bu mahsulotlarni va iqtisodiy resurslarni, xususan, ishchi kuchini sotib olishga davlatning (boshqaruvning quyi va mahalliy organlari bilan birga) qilgan barcha sarflarini o‘z ichiga oladi.

Chet elliklarning milliy iqtisodiyot tovarlariga sarflari xuddi mamlakat ichidagi iste‘molchilik sarflari kabi milliy ishlab chiqarish darajasiga bog‘liq. Shu sababli YaIMni sarflar bo‘yicha hisoblashda tovar va xizmatlarga chet elliklarning sarflari, ya‘ni eksport qiymati ham qo‘shiladi.

Eksport va import miqdorlari o‘rtasidagi farq tovar va xizmatlarning sof eksporti yoki oddiy qilib sof eksport deyiladi. Sof eksport ijobiy va salbiy bo‘lishi mumkin. Agar eksport importdan ortiq bo‘lsa ijobiy, import eksportdan ortiq bo‘lsa salbiy bo‘ladi.

Uchinchi usul – bu YaIMni hisoblashga daromadlar bo‘yicha yondashuv.

Mazkur yilda ishlab chiqarilgan pirovard mahsulot hajmidan olingan barcha daromadlar uy xo‘jaliklari ixtiyoriga ish haqi, renta to‘lovlari, foiz va foyda shaklida kelib tushadi. Shu sababli bu usulda YaIM pirovard mahsulot hisobidan olingan ana shu barcha daromadlarni qo‘shib chiqish orqali aniqlanadi.

5-jadval. YaIMni hisoblashga sarflar va daromadlar bo‘yicha yondashuv

Milliy mahsulot hajmini sarflar summasi bo‘yicha hisoblash	Milliy mahsulot hajmini daromadlar summasi bo‘yicha hisoblash
1. Uy xo‘jaliklarining iste‘mol sarflari +	1. Daromad bilan bog‘liq bo‘lmagan sarf va to‘lovlar a) amortizasiya, b) egri soliqlar +
2. Tadbirkorlarning investision sarflari +	2. Ish haqi +
3. Tovar va xizmatlarning davlat xaridi +	3. Renta to‘lovlari +
4. Chet elliklar sarfi	4. Foiz

+	+
5. Notijorat muassasalari sarfi	5. Foyda
+	
6. Moddiy aylanma vositalar zahirasiidagi o'zgarishlar	
YaIM	YaIM

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar:

1. Oddiy va kengaytirilgan takror ishlab chiqarishning farqi nimada? Ular iqtisodiyotning qanday ko'inishlari uchun xos ekanligini izohlang.
2. Milliy iqtisodiyot tushunchasi nimani ifodalaydi? Uning qanday tarkibiy qismlari mavjud?
3. Makroiqtisodiy ko'rsatkichlar nimalar va ular milliy iqtisodiyotda qanday rol o'ynaydi?
4. YaIM va SMM bip-bipidan nima bilan farqlanadi? SMM va milliy daromad-chi?
5. Milliy mahsulot harakat shakllari tavsifini bering.
6. YaIM qanday usullarda hisoblanadi? Ularning farqi nimadan iborat.
7. Nominal va real YaIM tushunchalarini izohlang. Ularning farqini ko'rsating.
8. Agar joriy yildagi nominal YaIM hajmi 700 mlrd. so'mga, narx indeksi 1,5 ga teng bo'lsa, real YaIM hajmi qancha bo'ladi? Agar narx indeksi 0,8 ga teng bo'lsa-chi?
9. Takroriy hisob, qo'shilgan qiymat, oraliq mahsulot va pirovard mahsulot tushunchalarini izohlab bering.
10. Sof iqtisodiy farovonlik ko'rsatkichining mohiyati hamda hisoblash tartibini tushuntirib bering.

13-MAVZU. ISTE'MOL, JAMG'ARMA VA INVESTITSİYALAR REJA.

1. Iste'mol va jamg'armaning iqtisodiy mazmunida ularning o'zaro bog'liqligi
2. Jamg'arishning mohiyati, omillari va samaradorligi
3. Investitsiyalar va uning darajasini belgilovchi omillar
4. Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash muammolari

Milliy iqtisodiyotda yangidan vujudga keltirilgan qiymat, ya'ni milliy daromad iste'mol va jamg'arish maqsadlarida sarflanadi. Keng ma'noda iste'mol jamiyat iqtisodiy ehtiyojlarini qondirish jarayonida ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlardan foydalanishni bildiradi. Bunda unumli va shaxsiy iste'mol farqlanadi.

Unumli iste'mol bevosita ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lib, ishlab chiqarish vositalari va inson ishchi kuchining iste'mol qilinishini, ya'ni ulardan ishlab chiqarish maqsadida foydalanish jarayonini anglatadi.

Shaxsiy iste'mol ishlab chiqarish sohasidan tashqarida ro'y berib, bunda iste'mol buyumlaridan bevosita foydalaniladi.

Iste'mol jarayonida turli xil moddiy va ma'naviy ne'matlardan foydalaniladi. Iste'mol qilinadigan ne'mat turiga bog'liq ravishda moddiy hamda nomoddiy ne'mat va xizmatlarni iste'mol qilish farqlanadi.

Yakka tartibdagi yoki jamoa bo'lib iste'mol qilish ham farqlanadi. **Alohida shaxsning o'z ixtiyorida bo'lgan ne'matlarni iste'mol qilishi yakka tartibdagi iste'molga, jamiyat a'zolari turli guruhlarining ne'matlardan birgalikda foydalanishi jamoa bo'lib iste'mol qilishga kiradi.**

Milliy daromadning jamiyat a'zolarining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirishga sarflanuvchi qismi iste'mol fondi deb ataladi. Iste'mol fondi butun aholining shaxsiy iste'molini, aholiga ijtimoiy xizmat qiladigan muassasalardagi, shuningdek, ilmiy muassasalar va boshqarishdagi barcha sarflarni o'z ichiga oladi.

Iste'mol fondining shaxsiy daromad shaklida aholi qo'liga kelib tushadigan qismi iste'mol sarflari maqsadida ishlatiladi. **Iste'mol sarflari – bu aholi joriy daromadlarining tirikchilik ne'matlari va xizmatlar uchun ishlatiladigan qismi.** Aholi o'z daromadini sarflar ekan, bugungi (joriy) iste'mol hamda kelgusidagi iste'mol hajmini oshirish o'rtasida tanlovni amalga oshiradi.

Kelgusida iste'mol hajmini oshirish imkoniyati joriy davrdagi jamg'armaga ham bog'liq bo'ladi. **Jamg'arma – bu aholi, korxonalar (firma) va davlat joriy daromadlarining kelajakdagi ehtiyojlarini qondirish va daromad olish maqsadlarida to'planib borishi.** Uning hajmi barcha xo'jaliklar daromadidan iste'mol sarflarini ayirib tashlash yo'li bilan aniqlanadi.

Jamg'arma – bu muddat jihatidan kechiktirilgan iste'molni anglatadi. Shu bilan birga joriy davrda amalga oshirilgan jamg'arma joriy iste'molning chegirilgan qismidir, chunki jamg'arma aholi va korxonalar ixtiyordagi daromadning iste'molga sarflanmagan qismi hisoblanadi:

$$Y = C + S,$$

bu yerda:

Y – barcha xo'jaliklar ixtiyoridagi daromad;

C – iste'mol miqdori;

S – jamg'arma miqdori.

Daromad tarkibidagi iste'mol sarflari va jamg'arma nisbatining o'zgarishi bir qator, ba'zan qarama-qarshi oqibatlarga olib keladi.

Birinchidan, daromadlarning qandaydir qismini jamg'armaga qo'yish oqibatida u tovarlarda bo'lgan talabda o'z aksini topmaydi. Jamg'arma, yuqorida ta'kidlanganidek, daromadlarning ma'lum bir qismini iste'mol qilishdan chegirib qo'yishni bildirib, natijada iste'mol sarflari hajmi barcha ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlarni sotib olish uchun yetarli bo'lmay qoladi. Aholi daromadining jamg'arilgan qismi o'zining xususiy talabini vujudga keltirmaydi. Buning natijasida sotilmay qolgan tovarlarning ko'payishi, ishlab chiqarishning qisqarishi, ishsizlik va daromadlarning pasayishi ro'y berishi mumkin.

Ikkinchidan, jamg'arma talabning yetishmasligiga olib kelmasligi ham mumkin, chunki jamg'arilgan mablag'lar tadbirkorlar tomonidan investitsion maqsadlarda ishlatiladi. Bu jamg'arma keltirib chiqaradigan iste'mol sarflaridagi har qanday yetishmaslikni to'ldiradi.

Uchinchidan, korxonalar ham o'zining barcha mahsulotini pirovard iste'molchilarga sotishni ko'zda tutmaydi, balki uning bir qismidan o'z ishlab chiqarishida foydalanishi mumkin. Shunday qilib, agar tadbirkorlar aholining jamg'armalariga teng miqdordagi mablag'larni investitsiyalarga qo'yishni ko'zda tutsa, ishlab chiqarish darajasi doimiy bo'lib qoladi.

Iste'mol va jamg'arma darajasini aniqlab beruvchi asosiy omil **milliy daromad** hisoblanadi. Lekin milliy daromad tarkibida to'g'ri soliqlar ham mavjud bo'ladi. Shu sababli soliqlar to'langandan keyin **aholi qo'lida qoladigan daromad** iste'mol sarflari va shaxsiy jamg'arma yig'indisiga teng bo'ladi. Iste'mol va shaxsiy jamg'armaning darajasi bevosita soliqlar to'langandan keyingi qolgan daromad bilan aniqlanadi. Bu daromadni biz tahlil chog'ida **ixtiyordagi** yoki **sof daromad** deb ataymiz.

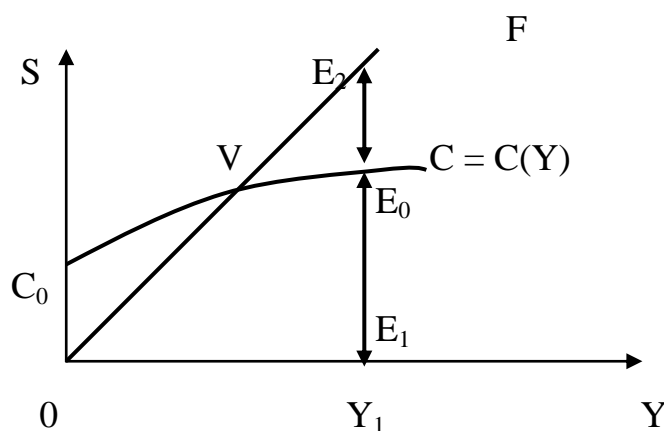
Iste'mol va jamg'arma hajmi hamda unga ta'sir ko'rsatuvchi omilar o'rtasidagi bog'liqlik iste'mol va jamg'arma funksiyasi deyiladi. Bu funksiyalarni bayon etishda klassik iqtisodchilar va keynschilarning nuqtai nazarlari farqlanadi. Klassik iqtisodchilarning fikriga ko'ra, kishilar o'z mablag'larini qo'shimcha daromad keltirgan taqdirda jamg'armaga yo'naltirishga harakat qiladilar.

Aholi daromadlari iste'mol va jamg'arma mablag'larining yig'indisidan iborat ekan, real foiz stavkasining o'sishi bilan iste'mol kamayib, pasayishi bilan esa ko'payib boradi. Boshqacha aytganda, klassik iqtisodchilar fikriga ko'ra iste'mol **real foiz stavkasining pasayib boruvchi funksiyasi** hisoblanadi.

Demak, Keynes fikriga ko'ra, iste'mol **uy xo'jaliklari joriy daromadlarining o'sib boruvchi funksiyasi** hisoblanadi:

$$C = f(Y).$$

Iste'mol funksiyasini grafik ko'rinishida ham tasvirlash mumkin (1-chizma). Bunda tik o'qqa iste'mol sarflari, yotiq o'qqa esa aholi ixtiyoridagi daromad miqdori joylashtiriladi.



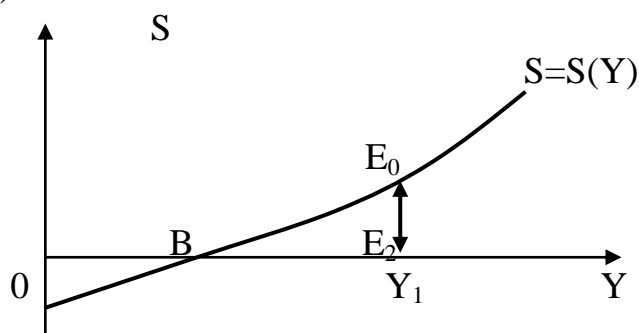
1-chizma. Iste'mol funksiyasining grafikdagi tasviri.

Har ikkala o'q o'rtasidan 45° ostida o'tuvchi OF to'g'ri chiziq iste'mol sarflari va ixtiyordagi (sof) daromadning miqdoran tengligini ifodalaydi. OY o'qidagi har

qanday daromad miqdorini ifodalovchi ushbu chiziqda joylashgan nuqta OS o'qning tegishli miqdordagi iste'mol sarfiga teng bo'ladi. Boshqacha aytganda, uy xo'jaligi sof daromadning barcha hajmini to'liq iste'molga sarflaydi. Biroq, bunday tenglik amalda doimo ham ro'y beravermaydi. Iste'mol sarflari miqdori ba'zida joriy sof daromadlar miqdoridan past bo'lishi, ba'zida esa oshib ketishi ham mumkin. Shuning uchun iste'mol egri chizig'i S sof daromad OF chizig'iga mos tushmay, unga nisbatan ma'lum darajada og'adi. Har ikkala chiziqning o'zaro kesishgan V nuqtasi «0 darajadagi jamg'arma»ni anglatadi. Bu nuqtaning chap tomonida iste'mol sarflari daromad miqdoridan yuqori bo'lib, bu **manfiy jamg'arma** deb ataladi.

Chizmadagi V nuqtaning o'ng tomoni esa **ijobiy (musbat ishorali) jamg'arma** deb ataladi. Aynan V nuqtada aholi daromadlari va sarflarining muvozanatiga erishiladi. Daromad miqdori oshib borgan sari bu muvozanat buzilib, jamg'arma miqdori ortib boradi. Chizmadagi daromadning Y_1 darajasida iste'mol miqdori Ye_1 Ye_0 kesmadan, jamg'arma miqdori esa Ye_0 Ye_2 kesmadan iborat bo'ladi.

Jamg'arma funksiyasining grafikdagi tasviri bir oz o'zgacha ko'rinishda bo'ladi (2-chizma).



Jamg'arma funksiyasining grafikdagi tasviri.

Iste'mol va jamg'arma hajmiga daromaddan tashqari yana bir qator obyektiv va subyektiv omillar ta'sir ko'rsatadi. Obyektiv omillar alohida iste'molchining ixtiyoriga, idrokiga bog'liq bo'lmagan omillardan iborat bo'lib, ulardan asosiylari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- barcha xo'jaliklar tomonidan jamg'arilgan mol-mulk darajasi;

- narxlar darajasi;

- real foiz stavkalari;

- iste'molchining qarzdorligi darajasi;

- iste'molchilarni soliqqa tortish darajasi.

Aholi daromadining iste'molga sarflanadigan ulushi iste'molga o'rtacha moyillik (IO'M) deyiladi va quyidagicha aniqlanadi:

$$IUM = \frac{\text{Iste'mol sarflari hajmi}}{\text{Sof daromad hajmi}} = \frac{C}{Y}$$

Aholi daromadining jamg'armaga ketadigan ulushi esa jamg'armaga o'rtacha moyillik (JO'M) deyiladi:

$$JO'M = \frac{\text{Jamg'arma hajmi}}{\text{Sof daromad hajmi}} = \frac{S}{Y}$$

Daromad hajmining o'zgarishi natijasida iste'mol sarflari hajmining o'zgarishi darajasi iste'molga keyingi qo'shilgan moyillik (IQM) deyiladi, yoki

$$IKM = \frac{\text{Iste'moldagi o'zgarish}}{\text{Sof daromaddagi o'zgarish}}$$

Daromad hajmining o'zgarishi natijasida jamg'arma hajmining o'zgarishi darajasi jamg'armaga keyingi qo'shilgan moyillik (JQM) deyiladi, ya'ni:

$$JKM = \frac{\text{Jamg'armadagi o'zgarish}}{\text{Sof daromaddagi o'zgarish}} = \frac{\Delta S}{\Delta Y}$$

2. Jamg'arishning mohiyati, omillari va samaradorligi

Jamg'arish deb, milliy daromadning bir qismi asosiy va aylanma kapitallarni, shuningdek, ehtiyot zahiralarini ko'paytirish uchun sarflanishiga aytiladi.

Ishlab chiqarish va noishlab chiqarish maqsadidagi jamg'arish bir-biridan farqlanadi. Jamg'arilgan mablag'larning moddiy ishlab chiqarish sohasining asosiy kapitallarini va aylanma mablag'larini kengaytirishga ketadigan qismi ishlab chiqarish sohasidagi jamg'arish summasini hosil qiladi. Ishlab chiqarish sohasidagi jamg'arish iqtisodiy o'sishning muhim omilidir.

Ijtimoiy-madaniy sohadagi jamg'arish (noishlab chiqarish jamg'arishi) uy-joy fondini, kasalxonalar, o'quv muassasalari, madaniyat, sog'liqni saqlash, sport muassasalari, ya'ni nomoddiy ishlab chiqarish tarmoqlarini kengaytirish, rekonstruksiyalash, yangilashga sarflanadi.

Jamg'arish summasi, uning hajmi va tarkibi takror ishlab chiqarish sur'atlarini belgilab beradigan hal qiluvchi omillardir. **Jamg'arish normasi bevosita jamg'arish summasining butun milliy daromad hajmiga nisbati bilan aniqlanadi:**

$$KH = (JC / MD) \times 100\%$$

bunda: JN - jamg'arish normasi;
JS - jamg'arish summasi;
MD - milliy daromad.

3. Investitsiyalar va uning darajasini belgilovchi omillar

Investitsiyalar – asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash va ko'paytirishga, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirishga qilingan sarflarning pul shaklidagi ko'rinishidir. U pul mablag'lari, bank kreditlari, aksiya va boshqa qimmatli qog'ozlar ko'rinishida amalga oshiriladi. Pul mablag'lari ko'rinishidagi investitsiya **nominal investitsiya**, ana shu pul mablag'lariga sotib olish mumkin bo'lgan investitsion resurslar **real investitsiya** deyiladi.

Investitsiyalarni ro'yobga chiqarish bo'yicha amaliy harakatlar - investitsion faoliyat, investitsiyalarni amalga oshiruvchi shaxs - investor

Investitsiyalarning manbalaridan biri bo'lib aholi keng qatlamlarining jamg'armalari hisoblanadi. Shuni ta'kidlash lozimki, amalda jamg'arma egasi va investor bir shaxsda namoyon bo'lishi va bo'lmasligi ham mumkin. Odatda, jamg'arma jamiyatdagi ko'pchilik subyektlar tomonidan amalga oshirilib, ulardan investitsiya sifatida foydalanish esa butunlay boshqa subyektlar tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Shuningdek, iqtisodiyotda faoliyat yurituvchi sanoat, qishloq xo'jalik va boshqa korxonalar jamg'armasi ham investitsiya manbai bo'lib hisoblanadi. Bu o'rinda «jamg'aruvchi» va «investor» bir subyektda mujassamlashadi.

Investitsiya faoliyati quyidagi manbalar hisobiga amalga oshiriladi.

- investorlarning o'z moliyaviy resurslari (foyda, amortizatsiya ajratmalari, pul jamg'armalari va h.k.);

- qarz olingan moliyaviy mablag‘lar (obligatsiya zayomlari, bank kreditlari);

- jalb qilingan moliyaviy mablag‘lar (aksiyalarni sotishdan olingan mablag‘lar, jismoniy va huquqiy shaxslarning pay va boshqa to‘lovlari);

- davlat budjeti mablag‘lari;

- chet elliklar mablag‘lari.

Investitsiyalarga sarflar darajasini ikkita asosiy omil belgilab beradi:

1) investitsiya sarflaridan kutilayotgan foyda normasi;

2) foiz stavkasi.

Investitsiyalarga qilinadigan sarflarning harakatlantiruvchi motivi **foyda** hisoblanadi. Tadbirkorlar ishlab chiqarish vositalarini qachonki ular foyda keltiradigan bo‘lsa, sotib oladilar.

Investitsiyalar darajasini belgilaydigan ikkinchi omil **foizning real stavkasi** hisoblanadi. **Foiz stavkasi bu – real asosiy kapitalni sotib olish uchun zarur bo‘lgan, band qilingan pul kapitaliga korxonaga to‘lashi lozim bo‘lgan pul miqdori hisoblanadi.**

Investitsiya darajasiga kutilayotgan sof foyda normasi va foiz stavkasidan tashqari boshqa quyidagi omillar ham ta‘sir ko‘rsatadi:

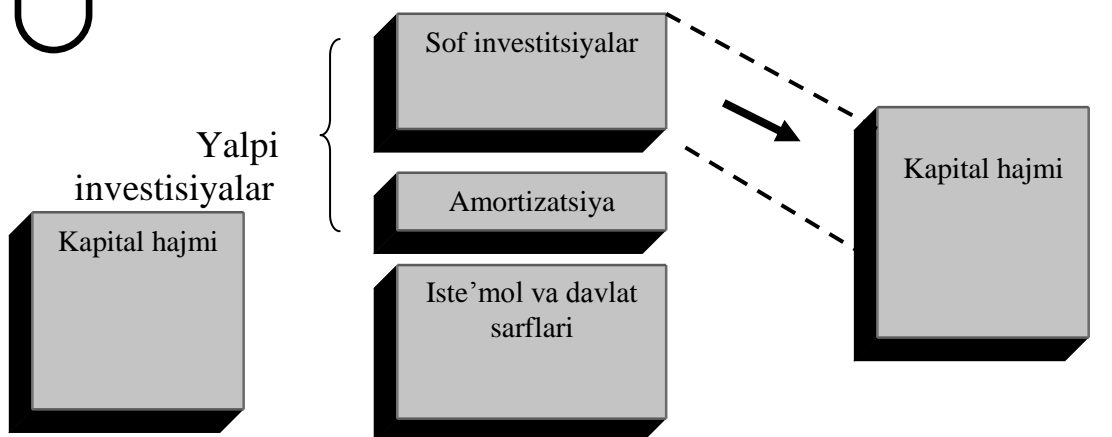
1) mashina va uskunalarni xarid qilish, ishlatish va ularga xizmat ko‘rsatish xarajatlari;

2) tadbirkorlardan olinadigan soliq miqdori;

3) texnologik o‘zgarishlar.

Shunga ham e'tibor qaratish lozimki, yalpi sarflar tarkibining investitsiya sarflariga oid qismi **yalpi xususiy ichki investitsiyalar** deb yuritiladi. Shunga ko'ra yalpi va sof investitsiyalarni ham bir-biridan farqlash zarur.

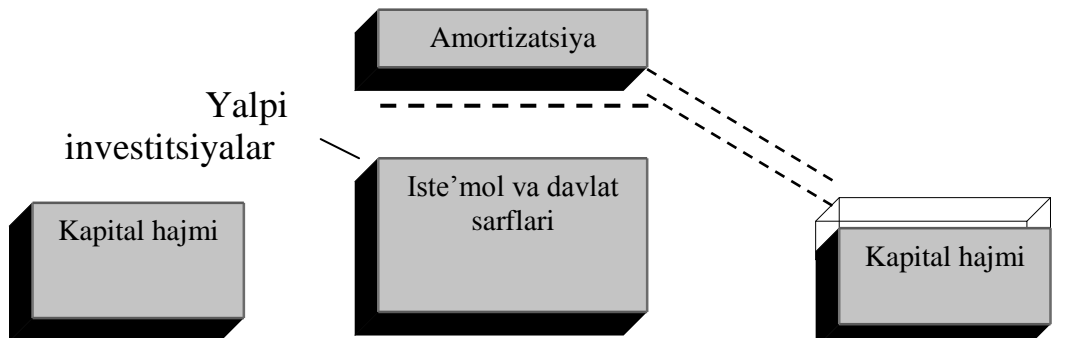
Yalpi investitsiyalar joriy yil davomida iste'mol qilingan asosiy kapitalni qoplashga mo'ljallangan (amortizatsiya) hamda iqtisodiyotdagi kapital hajmiga har qanday sof qo'shimchalardan iborat barcha investitsion tovarlarni ishlab chiqarishni o'z ichiga oladi. Sof investitsiyalar esa joriy yil davomida qo'shimcha ravishda jalb qilingan investitsion tovarlardan iborat.



Yil boshiga YaMMning yillik hajmi Yil oxiriga
a) o'sib boruvchi iqtisodiyot



Yil boshiga YaMMning yillik hajmi Yil oxiriga
b) turg'un iqtisodiyot



Yil boshiga YaMMning yillik hajmi Yil oxiriga
v) qisqarayotgan iqtisodiyot

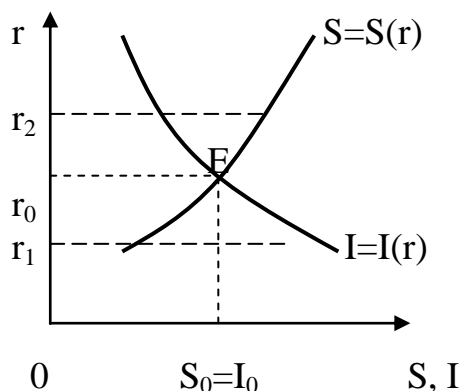
Yalpi investitsiya hamda amortizatsiya nisbati o'zgarishining iqtisodiyotga ta'siri.

Yalpi investitsiyalarning iste'mol qilingan kapitalni qoplash fondi hajmidan ham oz bo'lishi yil oxirida kapital miqdorining qisqarishiga va, buning oqibatida, iqtisodiyot ko'rsatkichlarining pasayib ketishiga olib keladi.

4. Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash muammolari

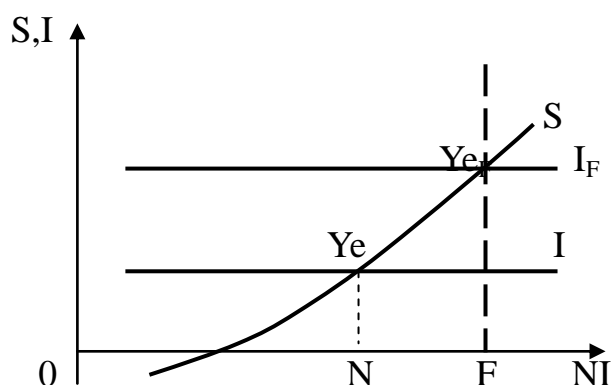
Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi makroiqtisodiy muvozanatga erishish barqaror iqtisodiy o'sishning sharti hisoblanadi. Biroq, bu muvozanatga erishish doimo oson kechavermaydi. Bunga sabab investitsiya darajasi hamda jamg'arma darajasining boshqa-boshqa jarayon va holatlarga bog'liqligi hisoblanadi.

Klassik iqtisodchilar nuqtai nazaridagi eng markaziy holat – bu ular tomonidan foiz stavkasining ham investitsiyaning, ham jamg'armaning funksiyasi sifatida qaralishi hisoblanadi (6-chizma).



Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatning klassik modeli.

Keynschilarning investitsiya va jamg'arma o'rtasidagi muvozanat modeli o'z tuzilishiga ko'ra klassik modeldan farq qiladi. Bunda eng markaziy nuqta – J.M.Keyns tomonidan jamg'arma foiz stavkasining emas, balki daromadning funksiyasi deb qaralishi hisoblanadi: $S = S(Y)$. Investitsiya esa, klassik modeldagi singari, foiz stavkasining funksiyasi deb olinadi: $I = I(r)$. Ya'ni, keynscha konsepsiyaning asosida jamg'arish va investitsiya darajalarining boshqa-boshqa omillar ta'sirida o'zgarishi yotadi. Keynscha modelning mohiyatini 7-chizma orqali izohlash mumkin.



Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatning keynscha modeli.

Investitsiya va jamg'arma darajalari muvozanatining klassik va keynscha modellari o'rtasidagi farq quyidagilar orqali namoyon bo'ladi: **birinchidan**, klassik modelda bu muvozanat ro'y berishi uchun iqtisodiyotning doimiy ravishda to'la bandlik holatida bo'lishi taqozo etiladi. Keynscha modelda esa, yuqorida ko'rib chiqilganidek, bu muvozanatga to'la bandlik bo'lmagan holatda ham erishish mumkin; **ikkinchidan**, klassik modelda narx mexanizmi juda harakatchan bo'ladi. Keynscha modelda narxning bunday moslashuvchanligi inkor etiladi; **uchinchidan**, yuqorida ta'kidlanganidek, klassik modelda jamg'arma foiz stavkasining funksiyasi sifatida, keynscha modelda esa daromad funksiyasi sifatida qaraladi.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar:

1. Iste'mol, jamg'arma va investitsiyalarning iqtisodiy mazmunini qisqacha ta'riflang.
2. Iste'mol va jamg'armaning miqdorini aniqlovchi asosiy omillarini sanab ko'rsating.
3. Iste'mol va jamg'arma funksiyalarining grafikdagi tasvirini chizib, ularga shartli raqamlar qo'llagan holda tushuntiring.
4. Manfiy va musbat (ijobiy) jamg'arma nima va ularning grafikdagi joylashishi qanday bo'ladi?
5. Jamg'arish normasi qanday aniqlanadi? Unga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
6. Iste'molga va jamg'armaga o'rtacha moyillik deganda nimani tushunasiz? Iste'mol va jamg'armaga qo'shilgan moyillik qanday aniqlanadi?
7. Investitsiyalarga sarflarning darajasini qanday omillar belgilab beradi? Ularning qisqacha tavsifini bering.
8. Yalpi investitsiya va amortizasiya nisbati o'zgarishining iqtisodiyotga ta'siri qanday?
9. Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatning klassik modelining mohiyatini tushuntirib bering.
10. Jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi muvozanatning keynscha modelining mohiyatini hamda klassik modeldan farqini tushuntirib bering.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: “O‘zbekiston”, 2014.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Aholini ish bilan ta’minlash to‘g‘risidagi Qonuni”. (yangi tahrirda). –T.: 1998.
3. O‘zbekiston Respublikasining Ta’lim to‘g‘risida Qonuni. //“Xalq so‘zi”, 1997. 30-avgust soni.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-son Farmoni. //Xalq so‘zi. 28 (6722), 08.02.2017.
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Mehnat faoliyatini amalga oshirish uchun chet ellarga ketayotgan O‘zbekiston Respublikasi fuqarolarini hisobga olishni takomillashtirish to‘g‘risida”gi 97- sonli Qarori, 2007-yil 15-may.
6. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari. –T.: «O‘zbekiston», 2009. -528 b.
7. Karimov I.A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. T.: “O‘zbekiston”, 2010. - 269-b.
8. Karimov I.A. O‘zbekiston Mustaqillikka erishish ostonasida. –T.: “O‘zbekiston”, 2011. -269 b.
9. Karimov I.A. Ona yurtimiz baxtu iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir. – T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2015. – B. 304.
10. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. –T.: «O‘zbekiston», 2016. – 56 b.
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning mamlakatimizni 2016-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017-yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma‘ruzasi // Xalq so‘zi gazetasi, 2017-yil 16-yanvar, №11 (6705).
12. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –T.: «O‘zbekiston», 2017. – 104 b.
13. O‘lmasov A., Vahobov. A. Iqtisodiyot nazariyasi. –T.: “Iqtisod-Moliya”, 2014.
13. Shodmonov Sh. va boshqalar. Iqtisodiyot nazariyasi. –T.: “Iqtisod-Moliya”, 2014.480-b.
14. Abdurahmonov Q.X. Mehnat iqtisodiyoti va sotsiologiyasi. Darslik. –T.: «Fan va texnologiya», 2012, -388 b.
15. Vaxabov A.V., Tadjibayeva D.A., Xajibakiyev Sh.X. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. – Toshkent: “Baktria press”, 2015. – 584 b.
16. Современная экономическая теория: проблемы разработки и преподавания/ Под.ред Хубиева К.А –М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002.
17. Shodmonov Sh., G‘ofurov U.N Iqtisodiyot nazariyasi. T. Iqtisod-Moliya. 2010. 228 b.
18. Фишер С. Экономика. Пер. с англ. со 2-го изд. / С.Фишер, Р.Дорнбруш, Р.Шмалензи. - М.: «Дело ЛТД», 1993. - С. 289, 286.

- 19.G‘afurov U.V. Iqtisodiy tizimlar transformatsiyalashuv jarayonlari nazariyasi. – T.: “Fan va texnologiya”, 2013. – 184 b.
- 20.Shayusupova N.T., Arabov N.U., Nasimov D.A. Ijtimoiy siyosat va ijtimoiy himoya. (O‘quv qo‘llanma). “Iqtisodiyot”, 308 b.
- 21.Abdurahmonov O. Mehnat bozorini boshqarishda ta’lim tizimining o‘rni // Bozor, pul va kredit. – T.: 2004. №12. 51-52-b.
22. Aslanova D.X., Ergashev R.E. O‘zbekistondagi mehnat bozorining xususiyatlari // Aholining turmush darajasini ko‘tarish hamda ijtimoiy himoyasini kuchaytirish yo‘llari va vositalari (ilmiy-amaliy konferensiya materiallari). – Samarqand, 2002. 54-57-b.
- 23.Boltaboeva L. Demografik muhitning ish bilan bandlik darajasiga ta’siri. // O‘zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. –T.: 2000. №8. 42-43 b.

Internet saytlari

[http:// www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)

<http://www.cer.uz>

<http://www.economics.com>

MUNDARIJA

Kirish.....	3
1-mavzu: Iqtisodiyot nazariyasi fanining predmeti va bilish usullari.....	4
2-mavzu: Ishlab chiqarish jarayoni va uning natijalari mulkchilik munosabatlari.....	13
3- mavzu. Mulkchilik munosabatlari.....	21
4-mavzu: Tovar-pul munosabatlari rivojlanishi bozor iqtisodiyoti shakllanishi va amal qilishining asosidir.....	29
5-mavzu: Bozor iqtisodiyotining mazmuni va amal qilishi.....	38
6-mavzu: Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davri va uning O‘zbekistondagi xususiyatlari.....	52
7-mavzu: Talab va taklif nazariyasi. Bozor muvozanati.....	63
8-mavzu: Raqobat va monopoliya.....	80
9-mavzu: Narxning mohiyati va shakllanish xususiyatlari.....	93
10-mavzu: Tadbirkorlik faoliyati. Tadbirkorlik kapitali va uning aylanishi.....	105
11-mavzu: Agrar munosabatlar va agrobiznes.....	119
12-mavzu: Milliy iqtisodiyot va uning makroiqtisodiy o‘lchamlari. Yalpi milliy mahsulot va uning harakat shakllari.....	127
13-mavzu: Iste’mol, jamg‘arma va investitsiyalar.....	136
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.....	146

Boboqulov Baxronqul Mamatqulovich

IQTISODIY NAZARIYA

Муҳаррир

Мусаҳҳих

Техник муҳаррир

Г.Раҳимова

М. Рўзибоев

Б.Эгамбердиев

ISBN 978-9943-4247-7-7

2008 йил 19-июн 68-буйруқ.

2017 йил 25-апрелда ноширлик бўлимига қабул қилинди.

2017 йил 23-майда оригинал-макетдан босишга рухсат этилди.

Бичими 60x84/ 1,16. «Times New Roman» гарнитураси. Офсет қозоғи.

Шартли босма табағи 9,5. Наширёт ҳисоб табағи 8,5.

Адади 25 нусха. 94 -буйрутма.

СамДУ босмахонасида чоп этилди.

140104, Самарқанд ш., Университет хиёбони, 15.

