

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI

MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI

O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI

IQTISODIYOT FAKULTETI

“Iqtisodiyot nazariyasi” fanidan

REFERAT

MAVZU. RAQOBAT VA NARXNING TASHKIL TOPISHI.

Qabul qildi: *.katta o‘qituvchi Rayxonov U*

Topshirdi: Erxonov S

Toshkent – 2014 y.

REJA:

1. Raqobatning mohiyati, shakllari va usullari.

2.Narxning mazmuni va uning vazifalari.

3.Narx turlari va ularning mazmuni.

4.O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga karshi konunchilik. Narx siyosati.

5. Raqobatli va monopollashgan bozorlarda narxlarning shakillanishi, uning taxlili va muammolari.

1. Raqobatning mohiyati, shakllari va usullari.

Raqobat bozor Iqtisodiyotini va umuman tovar xo'jaligining eng muhim belgisi, rivojlantirish usuli hisoblanadi.

Raqobatning Iqtisodiy mazmuni tushinib olish unga turli tomondan yondoshishni talab qiladi. Mustakil tovar ishlab chiqaruvchilar (korxonalar) raqobat tovarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxga sotish, umuman Iqtisodiyotda o'z mavkeyini mustaxkamlash uchun kurashdan iborat. Bunda ular kerakli ishlab chiqarish vositalarini, xom-ashyo va matyeriallar sotib olish, ishchi kuchini yonlash uchun ham kurashadi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat oxir-okibat iste'molchilar uchun kurashdir.

Resurslarni etkazib beruvchilar o'zlarining Iqtisodiy resurslarini (kapital, yer-suv, ishchi kuchi) yuqori baxolarda sotish uchun raqobat qiladilar. Ishlab chiqaruvchilar va resurslarni etkazib beruvchilar o'rtasidagi raqobat bozor munosabatlari rivojlangan, Iqtisodiyot to'lik erkinlashgan sharoitda yorqin namoyon bo'ladi.

Raqobat iste'molchilar o'rtasida ham yuz beradi: ular tovarlarni qulay va arzon narxda sotib olishga xarakat qiladilar, ya'ni xaridor xar bir sarflangan pul birligini evaziga ko'prok naflilikka ega bo'lishga xarakat qiladi. Arzon va sifatli tovarni tezrok sotib olish uchun kurashadi. SHunday qilib, raqobat ko'p kirrali Iqtisodiy xodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'ektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi.

Raqobat-bozor sub'ektlari Iqtisodiy manfaatlarining to'knashishidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'prok naflilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi. Bunda ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sarflangan xarajatlarni xar birligini evaziga ko'prok foyda olish uchun kurash boradi.

Mana shu foyda orkasidan kuvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya'ni qulay bozorlar uchun, arzon xom-ashyo, enyergiya va arzon ishchi kuchi manbaalari uchun ular orasida kurash boradi.

O'z navbatida xaridorlar ya'ni iste'molchilar sarflangan xar bir so'm xarajati evaziga ko'prok naflikka ega bo'lish uchun kurashadilar, ularni xar bir arzon va sifatli tovar xizmatlarga ega bo'lishga xarakat qiladi.

Ishlab chiqaruvchilarning faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor va mulk egasi sifatida erkin va mustakil bo'lishi raqobatning Iqtisodiy asosini tashkil etadi. Chunki har bir mulk egasini o'z manfaati bo'lib, ular shu manfaatga erishish uchun intiladi. Mulk egasining tovar ishlab chiqarish va barcha boshqa soxalardagi faoliyati shu manfaatga bo'y sindirilgan bo'ladi. Bu jihatdan karaganda raqobat erkin Iqtisodiy faoliyat kiluvchi sub'ektlar manfaatlarining to'knashuvidan iborat bo'lishini anik xarakterlaydi. Raqobat mavjud bo'lishining boshka sharti tovar pul munosabatlarini ma'lum darajada rivojlangan tizimida amal kilishidir.

Raqobatning asosiy soxasi bozor, chunki unda erkin Iqtisodiy sub'ektlarining aloxidalashgan manfaatlari to'knashadi.

Raqobat kurashini mazmuni to'g'risida to'larok tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko'rib chikish zarur. O'z mikiyosiga ko'ra raqobat eng avvalo ikki turga- tarmok ichidagi raqobatga va tarmoklar aro raqobatga bo'linadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmok ichidagi raqobatning to'rtta shakli aloxida ajratilib ko'rsatiladi. Bular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliyadir.

Erkin raqobat ikki darajada namoyon bo'ladi: tarmok ichida, ya'ni bir tovarlar ishlab chiqaruvchi korxona o'rtasidagi raqobat va tarmoklar aro, ya'ni turli tarmoklardagi korxonalar o'rtasidagi raqobat. Tarmoklar ichidagi raqobat ishlab chiqarish va sotishni kulayrok sharoitga ega bo'lishi, ko'shimcha foyda olish uchun bir tarmok korxonalar o'rtasida boradi. Xar bir tarmokda texnika bilan ta'minlanish darajasi va mehnat unumdoligi darajasi turlicha bo'lgan korxonalar borligi sababli shu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarni individual qiymati bir xil bo'lmaydi.

Tarmok ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshkacha aytganda, bozor qiymatini aniklaydi va belgilaydi. Bu qiymat odatda, o'rtacha sharoitda ishlab chiqarilgan va muayyan tarmok tovarlarning qiymatiga mos keladi, unumdorligi yukori bo'lgan korxonalar ko'shimcha foyda oladilar va aksincha,

texnika jixatdan nochor korxonalar esa o'zlarida ishlab chiqarilgan tovar qiymatini bir qismini yo'kotadilar va zarar ko'radilar.

Tarmoklararo raqobat turli tarmoklar korxonalar o'rtasidagi eng yukori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasiyukori tarmoklarga kapitallarning okib o'tishiga sabab bo'ladi. YAngi kapitallar ko'prok foyda keltiruvchi soxalarga intilib, ishlab chiqarishning kattalashishiga, taklif ko'payishiga olib keladi. SHu asosda, narxlar pasaya boshlaydi. SHuningdek, foyda normasi ham pasayadi. Kam foyda keltiruvchi tarmoklardan kapitalning chikib ketishi teskari natijaga olib keladi: bu yerda ishlab chiqarish narxi o'zgaradi, tovarlarga bo'lgan talab ular taklif kilishidan oshib ketadi, buning okibatida narxlar ko'tariladi, shu bilan birga foyda normasi oshadi. Natijada tarmoklararo raqobat ob'ektiv ravishda qandaydir dinamik muvozanatni keltirib chiqaradi. Bu muvozanat kapital kayerga sarflanganligidan kat'iy nazar, teng kapital uchun teng foyda olinishga intilishni ta'minlaydi. Demak, tarmoklararo raqobat kapital kaysi tarmokka solinmasin, xuddi shu tarmok foyda normalarini o'rtacha foyda normasiga " baravarlashtirdi"

Erkin raqobat sharoitida bir mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmokda juda ko'p sonli korxonalar mavjud bo'ladi. YUkori darajada tashkil kilingan bozorda kunlab sotuvchilar o'zlarini mahsulotlarini taklif kiladilar.

Erkin raqobatli bozorda aloxida korxonalar mahsulot narxi ustidan sezilarsiz nazorat amalga oshiradi. CHunki xar bir korxonada umumiy ishlab chiqarish xajmi uncha katta bo'lmaydi. SHu sababli aloxida korxonada ishlab chiqarishni ko'payishi yoki kamayishi taklifga, demak mahsulot baxosiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Erkin raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmokka erkin kirishi, tarmokda mavjud bo'lgan korxonalar esa uni erkin tashlab chikishi mumkin.

Xususan yangi korxonalarning paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorida mahsulotlarni sotishga xukukiy, texnologik, moliyaviy va boshka jiddiy Iqtisodiy to'siklar bo'lmaydi.

Monopoliyada tarmok bitta firmadan iborat bo'lishi sababli, u mavjud mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakka xukumronlik shakllanadi.

Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy. U mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va demak taklifning umumiy xajmi ustidan nazorat kiladi.

Monopoliyaning mavjud bo'lishi tarmokka kirish uchun to'siklarning mavjud bo'lishiga sabab bo'ladi. Iqtisodiy, texnik, xukukiy yoki boshka to'siklar yangi raqobatchilarning tarmokka kirishiga yo'l ko'ymaydi. Tarmokka kirish uchun tusiklar xar xil ko'rinishlarni oladi. Bularning asosiylari kuyidagilar:

A) Ishlab chiqarish mikesi keltirib chiqaradigan to'siklar, shu jumladan, moliyaviy to'siklar kun holatlarda shunchalik katta bo'ladiki bu tarmokka kirishini takiklash bilan barobar.

Masalan, yirik ishlab chiqaruvchi hisoblangan avtomobil sanoatiga kirish, yangi texnologiyaga asoslangan zarur uskunalarni sotib olishga juda katta pul-kapitali talab kiladi.

B) Tabiiy monologiyalar vujudga keltiradigan to'siklar. Buning mazmuni shundan iborat-ki, bir kancha tarmoklarda raqobat mavjud bo'lmaydi, uni amalga oshirish mumkin emas. Ijtimoiy foydalanishdagi bunday tarmok korxonalari tabiiymonopoliyalar deyiladi. Tabiiy monopoliyalarga elektr, gaz, suv ta'minoti va aloka korxonalari misol bo'la oladi. Davlat bunday monopoliyalar faoliyatini tartibga solishda o'z xukukini saklab koladi. Agar tarmoklar mulkchiligiga asoslangan bo'lsa, bundan ijtimoiy foydalanishdagi korxonalar tartibga solinadigan yoki davlat tomonidan tuzilgan monopoliyalar deyiladi.

V) Patent va litsenziyalar kabi konuniy to'siklar. Davlat patent va litsenziyalar byerib tarmokka kirish uchun konuniy to'siklar ham yaratadi. Patentlar tadkikotchiga mahsulotni to'lik nazorat kilish xukukini byeradi. Tarmokka kirish yoki faoliyat turi bilan shug'ullanishni davlat tomonidan litsenziya byerish yo'li bilan cheklanish mumkin. Masalan, mikyosida radio va televizion eshittirishlarga tegishli vazirik (maxkama) litsenziya byeradi.

G) Xom-ashyoning muxim turlariga, xususiyl mulkchilik monopolialar tomonidan potentsial raqobatchilar uchun samarali to'sik yaratish vositasi sifatida foydalanishi mumkin.

D) Girrom raqobat. Firmalar o'z rakiblarining tarmokka kirib kelishini tajovuzkorona va shafkatsiz bartaraf kilishi mumkin. Bank va resurslarni etkazib byeruvchilarni matyerial va kredit byerishdan voz kechirish etakchi mutaxasislarni ogdirib olish, baxoni keskin tushirish Girrom raqobatning oddiy usulidir.

Monopolistik raqobat erkin raqobat oligopoliya o'rtasida joylashishi sababli, ularning belgilarini ifoda etadi.

Oligopoliya tarmokda u kadar ko'p bo'lmagan korxonalarning mavjud bo'lishi va xukmronlik kilishidir. Bu oligopoliyaning eng muxim belgisidir. Kaysi tovarlar va xizmatlar bozorga nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar xukmronlik kilsa shu tarmok oligopolistik tarmok hisoblanadi.

Oligopolistik tarmok bir xil yoki tabakalashgan mahsulot ishlab chiqarishi mumkin. Ko'pchilik sanoat mahsulotlari: po'lat, alyuminiy, ko'rgoshin, temir va shu kabilar-fizik ma'noda bir turdagi mahsulotlar hisoblanadi va oligopoliya sharoitida ishlab chiqariladi. Iste'molchilik tovarlari: avtomobillar, yuvuvchi vositalar, sigaretlar, maishiy elektr buyumlari va shu kabilarni ishlab chiqaruvchi tarmoklar tabakalashgan oligopoliya hisoblanadi.

Oligopoliya sharoitida korxonalar o'rtasidagi raqobat bog'lik bo'ladi. Oligopolistik tarmokka xech kaysi firma o'zini baxo siyosatini mustakil o'zlashtirishga botina olmaydi.

Uncha ko'p bo'lmagan firmalarning umumiy o'zaro bog'liqlikda joylashishi yashirincha kelishishga kulaylik tugdiradi. YAshirincha kelishishi baxolarini kayd kiling, bozorni bo'lish yoki taksimlash va boshkacha yo'llar bilan o'zlari o'rtasidagi raqobatni cheklashdan iborat. YAshirincha kelishishni bir qator shakllarda bo'lishi mumkin. Uning eng oddiy shakliy kartel' bitimi hisoblanadi. Kartel' bitimiga kirgan firmalar narxlar va ishlab chiqarish xajmini kelishib oladi. Kelishilgan narxni ushlab turish mumkin bo'lgani uchun ishlab chiqarish xajmi tartibga solinishi bozorlarda bo'lingan bo'lishi zarur.

Narxlarni belgilashdagi raxnamolik yashirinchi kelishishida ham o'z o'rnini tutadigan norasmiy vosita hisoblanadi. Bunda tarmokdagi katta yoki ancha samarali firma narxni o'zgartirishi. Boshqa firmalar esa uning orkasidan ergashishi mumkin.

Oligopolistlar narxsiz raqobatga asosiy o'rin byeradi, chunki birinchidan, raqobatchilarga reklama va mahsulotni o'zgartirish ancha murakkab ikkinchidan oligopolistlar kamdan-kam xolda narxsiz raqobatni moliyalashtirish uchun etarli moliyaviy resurslarga ega bo'ladi.

Biz karab chikkan raqobatning to'rtta shaklining xar biri milliy Iqtisodiyotda aloxida-aloxida ya'ni sof xolda uchramaydi. Iqtisodiyot soxalarini batafsil o'rganish, cheksiz ko'p raqobatli vaziyatlar mavjudligi ikkita bir xil tarmokni topish kiyinligini ko'rsatadi.

SHu sababli erkin raqobatni bozorning xarakterli belgilari bilan erkin monopoliya, monopolistik raqobat va oligopoliyaning xususiyatlari o'rtasidagi farqlarni ko'rsatib byerish foydali. Bunday takkoslashni engillashtirish uchun bozorning keyingi uchta modelini bildirish uchun "takomillashmagan" yoki "nomukammal" raqobat degan umumiy nomdan foydalaniladi.

Bozor iqtisodiyotigao'tish bizga nisbatan ancha oldin boshlangan mamlakatlarda raqobat munosabalarini ancha murakkab va uzok davrni oladigan jarayon ekanligini ko'rsatadi.

Agar G'arb mamlakatlari Iqtisodiyotida raqobat bozor xo'jaligini ajralmas qismi (xususiyati) sifatida tabiy paydo bo'lsa, o'nlab yillar davomida ma'muriy buyrukbozlik tartibi xukmron bo'lgan va bozorni boshka belgilarini tan olmagan mamlakatlarda ko'p narsani joriy kilish va xatto Iqtisodiyotimizning xozirgi holatida raqobat munosabatlarini rivojlantirishning mavjud real imkoniyatlarini muxim rol o'ynaydi.

Birinchidan raqobatsiz Iqtisodietning samarali xarakat kila olmasligiga ishonch shakllanadi. Bu ishonch ta'sirida yakin vaqtlargacha Sobik ijtimoiyizmda nima "mumkin" nima "mumkin emas" aniklovchi g'oyani karashlar emirilmokda. Ikkinchidan respublikada raqobatni davlat tomonidan rag'batlantirish va tartibga

solishni keng rejali xarakatlari kuzatilmokda, bozor iqtisodiyotigao'tishda muxim kadamlar ko'yilmokda. Raqobat kurashini ikki usuli farklanadi: narx vositasidagi raqobat va narxsiz raqobat.

Narx vositasida raqobatlashuvida kurashish asosiy usuli ishlab chiqaruvchilarning o'z tovarlari narxlarini boshka ishlab chiqaruvchilarning shundan mahsulotlarinikiga nisbatan pasaytirish hisoblanadi.

Uning asosiy va eng ko'p ko'llaniladigan ko'rinishi-“narxlar jangi”deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar rakiblarini tarmokdan sikib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti yoki uzok muddat pasaytirib turadi. Bu usulni ko'llash uchun ishlab chiqaruvchi boshka rakiblariga karaganda unumdorlik texnologiyani kiritishi malakalirok ishchilarni yollash va ishlab chiqarishni yaxshirok tashkil kilishi kerak bo'ladi. Fakat shundagina uning tovarini indevidual qiymati bozor qiymatidan past bo'lib mazkur tovar narxini tushurish imkoniyatini byeradi.

Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri-demping narxlarni ko'llashdir. Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o'zlarining tovarlarini boshka mamlakatlarga ishchi bozordagi narxlardan, ayrim xollarda tannarxidan past bo'lgan narxlar bo'yicha chiqaradi.

Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, syervis xizmat ko'rsatish va ishlab chiqaruvchi firmaning obro'-e'tibori hisoblanadi. SHu orkali ular ichki bozorda narxlarning barkarorligiga erishish mamlakatning ortikcha mahsulotni yo'kotish yangi bozorlarga kirib olish va unda ularning Iqtisodiy mavkeyini mustaxkamlashga xarakat kiladi.

Tovar sifatini oshirish iste'molchilarga xizmat ko'rsatishini yaxshilash yo'li bilan sotiladigan tovar xajmini ko'paytirish mumkin. Ikkinchidan ular moliyaviy jixatdan kuchli bo'lganligi sababli mahsulotini yangilash ishlab chiqarishni kayta jixozlash va reklama zarur bo'lgan mablagini sarflay oladilar.

«2004 yil yakunlari buyicha mahsulot eksporti buyicha sezilarli natijalar kulga kiritildi uning xajmi 30 foizga oshdi shu bilan birga eksport tarkibi sift jixatidan uzgarib bormokda. Tayyor mahsulotlarning eksportdagi ulushi 52 foizga

usdi. Tashki savdo aylanmasida jami 1 mlrd. AKSH dollaridan ortik miqdordagi ijobiy sal'doga erishildi. ... 2004 yilda mamlakat Iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tarmok kulami hamda xajmi salmokli darajada usdi. Kichik biznes korxonalari soni utgan yildan 14 foizga ko'paydi. Xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga 425 mingdan ziyod yangi ish urinlari tashkil etildi bu 2003 yilga nisbatan 14 foiz ko'p demakdir. Kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ortdi va 2004 yilda 35,6 foizni tashkil etdi».

«2004yil ma'muriy isloxot jarayonida 20 ga yaqin davlat boshkaruvi organi kayta tashkil etildi va 40 mingdan ortik shtat birligi tugatildi yoki boshkaruv xodimlari soni 22 foizga qisqartirildi».

2. Narxning mazmuni va uning vazifalari.

Tovar qiymati va ularning nafliligi o'zlarini namoyon bo'lishini narxda topadi. Amaliy xayotda qiymat tovar ishlab chiqaruvchilarni naflilik esa iste'molchilarni rakbatlantiruvchi ularni xarakatga keltiruvchi kuch sifatida amal kiladi.

Tovarning bir biriga karama-karshi bo'lgan lekin doimo bir-birini takazo etadigan, birisiz ikkinchisi bo'lmaydigan ikki xususiyatga, ya'ni ma'lum bir naflilikka (iste'mol qiymatiga) va qiymatga ega ekanligi, tovar yoki xizmat shu ikki xususiyat birligidan iborat ekanligi o'kuvchiga oldingi mavzulardan ma'lumdir.

U yerda tovarning qiymati xar qanday sarflarni emas, balki mavjud sharoitda shu tovarni ijtimoiy zaruriy miqdorda va sifatda ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ijtimoiy zaruriy sarflarni ifoda etishni aytib o'tgan edik. Bunda iste'mol qiymat (naflik) qiymati o'zida olib yuruvchi moddiy asos ekanligini to'g'ri hisobga olmaslik natijasida narx mazmunini turli olimlar va okimlar tomonidan turlicha aniklanmokda va unga turlicha ta'rif byerilmokda.

Buning ustiga narxning darajasiga (uning baland yoki past bo'lishiga), uning o'zgarishiga xar xil omillar ta'sir kiladiki, bu ham masalani to'g'ri tushunishini bir oz chigallashtiradi.

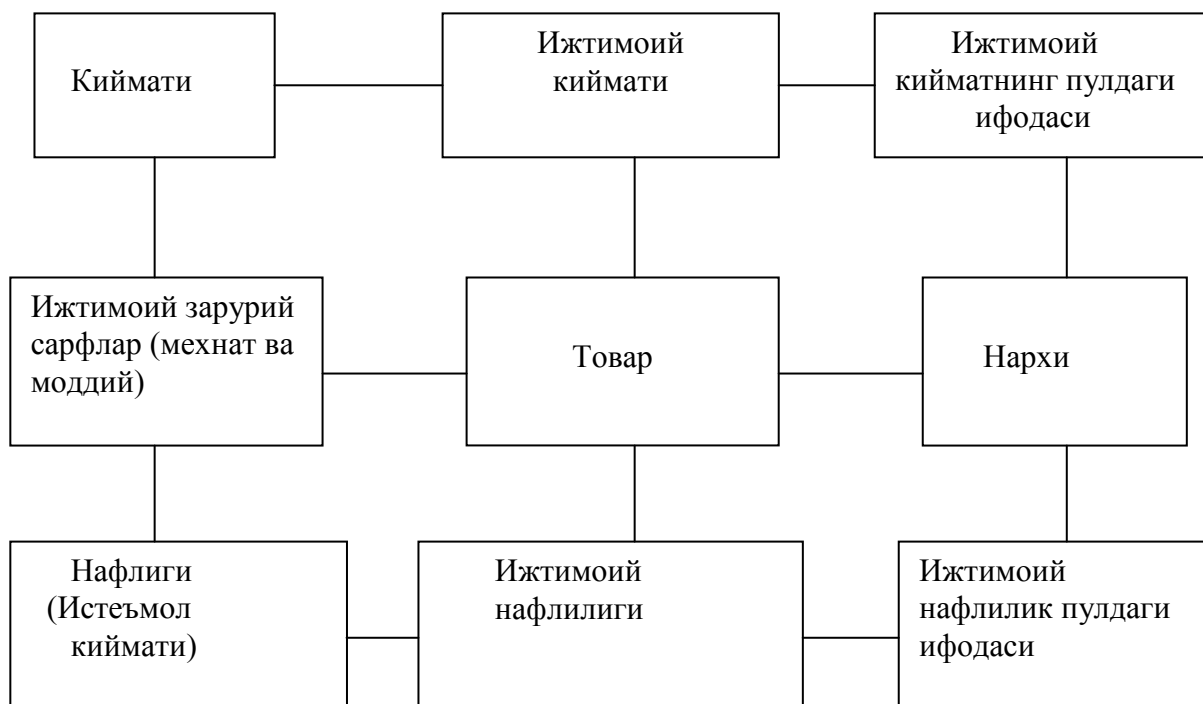
Masalan: klassik siyosiy Iqtisod maktabi vakillari g'oyalarida hamda oldingi siyosiy Iqtisod darsliklarda narxning asosiy qiymat tashkil kiladi deyilgan bo'lsa, marjinalizm yo'nalishidagi va davrdagi T. Samuel'son, Makkonell va S. Bryularning "Ekonomiks" darsliklarida tovar narxining asosini uning nafliligi tashkil kiladi deyiladi. Bunda keyin ko'shilgan tovar nafliligiga aloxida e'tibor byeriladi.

Uchinchi gurux olimlar esa narx navo talab va taklif asosida tashkil topadi. Ularning xar biri o'zlaricha turli dalillar topib, o'z g'oyalarini isbotlashga xarakat kiladilar.

Aloxida tovarlarga kilinadigan mehnat sarflari turlicha bo'lib, ulardan ayrimlar ijtimoiy mehnat sarfi sifatida to'la tan olinsa, boshkasi qisman tan olinadi, uchinchisi esa umuman tan olinmasligi mumkin. Bundan ko'rinib turibdiki, bozordagi mavjud narxlarga mehnat sarflari yoki qiymatini aynan o'zi deb karang noto'g'ridir chunki unga mehnat sarfidan boshka omillar ham ta'sir qilib natijada narx qiymatidan past yoki yukori bo'lishi mumkin. Jumladan, o'zgarib turuvchi talab va taklif ta'siri ostida biror tovarning bozor narxi tebranib uning qiymatidan u yoki bu tomonga farkanishi mumkin. Raqobat ham qiymat- narx nisbatiga xuddi talab va taklif kabi ta'sir ko'rsatadi. Bu yerda shuni ta'kidlash lozimki u yoki bu tovarni sotib olishda nafakat uning kancha turishini balki mazkur tovarning iste'mol xususiyatlari uzining extiyoji va didiga kanchalik mos kelishini ya'ni uning nafliligini xalk hisobga oladi. Tovarning xarid kilinishi uning aloxida olingan bir kishi uchun balki jamiyat uchun nafliligini va shu bilan birga ijtimoiy qiymatini ham tan olishni bildiradi. SHu sababli "ijtimoiy iste'mol qiymat" tushunchasini o'zi biror tovar (xizmat) ning jamiyat uchun nafliligi kadr-qiymatiga egaligini ko'rsatadi. SHu muloxazalardan kelib chikib aytish mumkinki narx o'zida fakatgina naflilik yoki sarfning birini emas, balki xar iikalasini bir vaqtda mavjudligini va ularning ma'lum miqdorini pul ko'rinishida ifoda etadi.

Tovardagi ikki xususiyat birdaniga tan olinmasa, u pulda ifodalanmasa oldi-sotdi sodir bo'lmaydi. CHunki tovarning qiymat tomonida sotuvchining manfaati yotadi. Tovar egasi o'z tovari uchun ketgan sarflarni koplab ma'lum darajada iloji

boricha ko'prok foyda olishni ta'minlashi mumkin bo'lgan qiymatni pul shaklida o'zlashtirishga intilsa, xaridor iloji boricha sarf kilayotgan pulining xar bir birligiga ko'prok naflilikka (iste'mol qiymatiga) ega bo'lishiga xarakat kiladi. Ularning almashinuvi, oldi-sotdi sodir bo'ladi. Bu holatni yaxshirok tasavvur kilish uchun biz kuyidagi chizmaga e'tiborni jalb etamiz.



1-chizma

Bu chizmadan tovarni narxi ma'lum bir Iqtisodiy jarayonni ifoda etuvchi mustakil ilmiy tushuncha ekanligini tovarni ikki xususiyatga asoslanishini ular bilan chambarchas bog'liqlikda o'zgarishini ko'rish mumkin. Bundan tashkari hozirgacha real xayotda turli-tuman tovarlar va xizmatlar nafliligini ularni o'zlashtirishni bir ko'rsatkichga keltirib hisoblashning pul ko'rinishidan boshka o'lchami Iqtisodiy fanlarda topilgan emas.

Bulardan xulosa qilib aytish mumkinki narx-real bozor Iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafliligining puldagi ifodasidir.

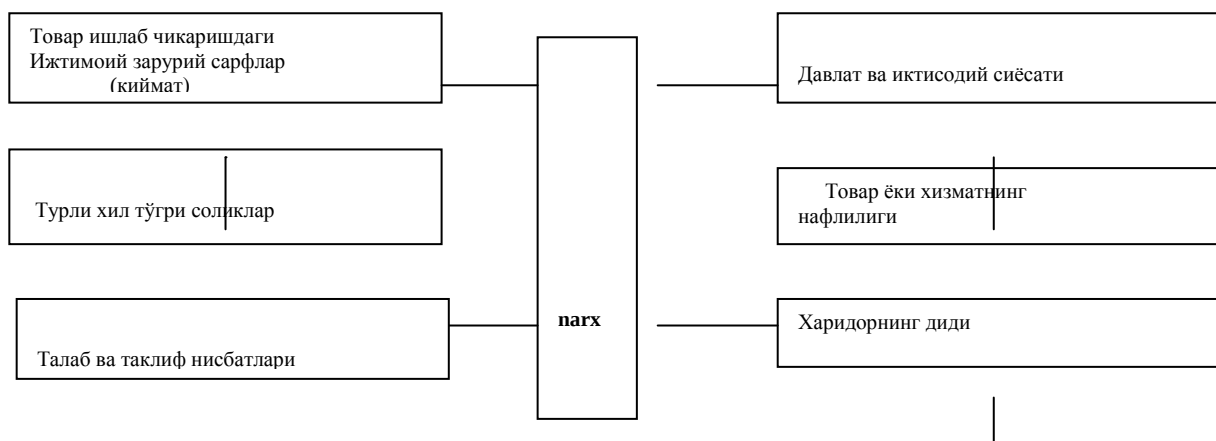
Bu yerda shuni yana bir bor ta'kidlash joizki, narxda aloxida olingan ishlab chiqaruvchilarning individual sarflari emas yoki aloxida olingan individual

shaxslarning psixologik jihatdan naflilikka bergan baxosi ham emas, balki jamiyat tomonidan tan olingan ijtimoiy sarflar va jamiyat uchun zarur bulmagan miqdorlar sifatda yaratilgan va tan olingan ijtimoiy naflilik (iste'mol qiymat) o'z ifodasini topadi. Tovarlar va xizmatlar uchun kilingan ijtimoiy sarflarini asosiy ravishda o'sishi yoki tovar va xizmatdagi sifat ko'rsatkichlarining o'sishi ushbu tovar narxining oshishiga olib keladi.

Masalan: mashinalarda ot kuchining oshishi, salonlarida, boshkaruv va tezligida bo'lgan uning narxining oshishiga sabab bo'ladi. Chunki shu o'zgarishlar bilan bir vaqtda unga sarflangan xarajatlar ham oshgan bo'ladi. Bunda ikki tomonlama o'zgarishlar narxlarning hamma tovarlar va xizmatlarga xosdir. Narx tovar va xizmatlardagi ikki xususiyatning puldagi ifodasi sifatida, ularning o'zgarish natijasida o'zgaradi.

Shuning uchun real xayotda turli tovarlar va xizmatlardagi ikki xil xususiyat o'zgarishlari ularning xajmi hisoblanadi ikki xil narx hisobga olinadi.

Narxning mazmuni to'larok tushinishda uning darajasiga ta'sir etuvchi omillarni bilish muxim ahamiyatga egadir. Bulardan asosiylari: qiymat yoki ishlab chiqarish sarflari: tovarning naflilik darajasi: mazkur tovarga talab nisbati: raqobat holati: davlatning Iqtisodiy holati va x.k. Bu omillar ichida tovar qiymati va nafliligi uning narxni belgilovchi asos bo'lib xizmat qiladi boshka omillar esa narxini ijtimoiy qiymat bilan ijtimoiy naflilik miqdori atrofida gox birinchisining gox ikkinchisining tebranishiga sabab bo'ladi. Masalan: talab va taklif nisbatini olaylik. Agar tovarlarning ayrim turiga talab va taklif nisbatidan baland ijtimoiy xizmat o'zgarmagan xolda narxning darajasi nisbatidan oshik bo'ladi yoki aksincha taklif talabga nisbatan ko'prok bo'lsa ijtimoiy qiymat o'zgarmagan xolda narxni darajasi unga nisbatan past bo'ladi.



2-chizma

Narx darajasiga boshka omillarning ta'siriga alohida to'xtalmasa ham bo'ladi. Chunki solik miqdori, narx darajasi shuncha yukori bulishi hammaga ayondir.

Narxning Iqtisodiy mazmuni uning vazifalari ko'rib chikilganda yanada yakkol namoyon bo'ladi.

1.Muozanatligni taminlash vazifasi. Bunda narx bozorda talab va taklifning xajmi tarkibiga ta'sir etish orkali ularni muozanat holatga keltiradi. Bozor narxi bu muozanatli narx bo'lib u birinchidan tavar sotilishini taminlaydi ikkinchidan bozorda tavarlar takchinligini yuzaga keltirmaydi.

2.Qiymatni hisobatga olish vazifasi . Narx qiymatini puldagi ifodasi deb ataymiz, chunki kilingan sarf xarajatlar va olingan natijalar (foyda yoki zarar) narxlar asosida hisob-kitob kilinadi. Ishlab chiqarish va uning natijalarining natural ko'rsatkichlari ham mavjud (tonna. kg. kvт-soat va xakazo). Bu ko'rsatkichlarni shu xolicha takoslab umumiy ko'rsatkichga keltirib bo'lmaydi. Barcha natural ko'rsatkichlarning umumiy o'lchovi ularning pulda ifodalangan narxidir. Hisob-kitob uchun joriy va kiyosiy narxlarda ko'llaniladi. Joriy narxlar amaldagi narxlar bo'lib, ular yordamida yil davomida ishlab chiqarish natijalari hisoblanadi. Kiyosiy narxlarda ma'lum yil asos qilib olishi (bazis) ishlab chiqarishning natijalari shu narxda hisoblanadi va boshka yillar bilan takkoslanadi. YAniy milliy mahsulot milliy daromad real ish haqi va shu kabi ko'rsatkichlar dinamikasi kiyosiy narxlarda hisoblanadi. Chunki joriy narxlar inflyatsiya tufayli o'zgarishi va real Iqtisodiy natijani ko'rsatmasligi mumkin.

3. Tartibga solish vazifasi. Bozor holati (kon'yungturasi) talab va taklif hamda ularning nisbatiga bog'liq. Talabni ortishi muayyan.

Tovarni ishlab chiqarishni kengaytirish, aksincha xol esa tovar ortikchaligini uni ishlab chiqarishni qisqartirish zarurligini bildiradi. Narx tovar ishlab chiqaruvchilar faoliyatiga ularning daromadlari orkali ta'sir ko'rsatadi. Muayyan ishlab chiqarish xarajatlari saklashgan xolda narx yukori bo'lsa, foyda miqdori ortadi narx tushsa foyda kamayadi va xatto ishlab chiqaruvchilar zarar ko'rishi ham mumkin. Bu ishlab chiqaruvchilar faoliyatiga ta'sir ko'rsatadi. Narx oshsa ishlab chiqarish kengayadi. Boshka kapital ham foyda yukori bo'lgan soxa va tarmoklarga okib kela boshlaydi. Xullas narx ishlab chiqarishni tartibga solib uni o'zgartirib turadi va rivojini ta'minlaydi.

4. Raqobat vositasi vazifasi. Narx raqobat kurashining eng muxim vositasi. Ishlab chiqaruvchilar o'z rakiblarini engish uchun narxni pasaytirish usulidan foydalanishlari mumkin. Demak narxni o'zgartirib turish usuli raqobatda keng ko'llaniladi.

5. Ijtimoiy ximoya vazifasi. Narx axolining kam daromad oluvchi ayrim katlamlarini ijtimoiy ximoya kilish vazifasini ham bajaradi. Narxni bu vazifasi tovar (xizmat) lar ijtimoiy logiyalashgan narxlar bo'yicha sotilganda bajariladi. Bunda ular davlat byudjeti va turli xayriya manbaalari moliyaviy ta'minlaydi.

Bozor iqtisodiyotigao'tish boskichida ijtimoiy ximoya vazifasini ulovchi narxlar axolining keng katlamlarini xayotiy zarur iste'molchilik tovarlari bilan minimal darajada ta'minlash maksadida ham ko'llaniladi. Masalan: bizning Respublikamizda 1991-1995 yilgacha un mahsulotlari, kand- shakar, go'sht, o'simlik moyi, choy, sovun kabi mahsulotlar dotatsiyalangan cheklangan miqdorda sotildi. Ularni logatsion va haqiqiy narxlari o'rtasidagi fark byudjet manbalari hisobiga koplav borildi. SHunday qilib, narx bozor munosabatlarini vositasi sifatida 1-biri bilan uzviy boglangan muxim vazifalarni bajaradi.

3. Narx turlari va ularning mazmuni.

Iqtisodiyotning turli soxalari va tarmoklardagi ishlab chiqarish va sotish sharoitlarining xilma-xilligi hamda bozor munosabatlarining rivojlanishi darajasidagi farqlar narx turlarini farklash zaruriyatini to'ldiradi. Iqtisodiyotda amal qilib turgan barcha narx turlari narx tizimini tashkil kiladi. Narxlar tizimida ularning ayrim turlarining Iqtisodiy mazmunini qisqacha karab chikamiz.

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 koplash hamda ularning ma'lum miqdorda foyda ko'rishini ta'minlashi zarur ulgurji narxlar tovar birjalari va savdo uylaridaham ko'llaniladi.

SHartnoma narxlar. Bu sotuvchi va xaridorning roziligi bilan belgilanadigan ular tomonidan tuzilgan shartnomada kayt kilingan narxlardir. SHartnoma narxlar odatda shartnoma bitimi amal qilib turgandavrda o'zgarmaydi. Mazkur narxlar ham milliy va ham xalkaro bozorda ko'llaniladi. U xalkaro bozorda ko'llanilganda tovar (xizmat) larning jaxon narxlariga yakin 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 boglovchi rolini o'ynaydi hamda ularning nisbatiga karab yukori yoki past bo'lishi mumkin.

Davlatning narxlarni tartibga solishlik faoliyati chegaralangan (limitlangan) va dotatsiyali narxlarni vujudga keltiradi. CHegaralangan narxlarda davlat narxlarining yukori va kuyi chegarasini yordamida davlat inflyatsiyani jilovlaydi, narxlarni nazorat kiladi. Dotatsiyalangan narx-bu davlat byudjeti hisobidan maxsus arzonlashtirilgan narxlardir. Bunday narxlardan kam daromadli oilalar, beva-bechoralar, ishsiz va nogironlarni xayotiy zarur ne'matlar bilan eng kam darajada ta'minlab turishda foydalaniladi.

Demping narx. Bozorda o'z mavkeini mustaxkamlash va rakiblarini sikib chiqarish uchun firmalar maxsus narxdan foydalanadiki, ular demping narx yoki

bozorga kirib olish narxi deb ataladi. Damping narxda rasmiy narxning bir qismidan kechib yuboriladi.

Sotish xajmini o'zgartirmasdan yukori foyda olishga erishish uchun firmalar nufuzli narxlardan foydalanadi. Bu narxni ko'llash uchun bozorda raqobat cheklangan bo'lib, monopol vaziyat mavjud bo'lishi zarur. Mazkur vaziyatda talab narxga bog'lik bo'lmaydi, shu sababli narxning ko'tarilishi tovar sotilishini keskin kamaytiradi. Bundan tashkari axolining yukori daromad oluvchi katlami xarid kiladigan nufuzli tovarlar ham mavjudki, ular nufuzli narxlarda sotiladi.

Rivojlangan mamlakatlarda yukori daromad oluvchi axoli katlami uchun dala xovliga ega bo'lish, mashxur kurortlarda dam olish, oxirgi nusxadagi kiyimlar kiyish, yangi modeldagi avtomashinada yurish- martabali yoki obro'talab iste'mol hisoblanadi. Martabali iste'mol nufuzli narxlarni yuzaga keltiradi. Ular odatdagi narxlardan ancha yukori bo'ladi. Nufuzli narxlarni kullashda tovarlarni ishlab chiqarish xarajatlari va rentabellik darajasi, bozordagi talab, uning o'zgarishiva bozordagi raqobatlashuv sharoiti hisobga olinadi. SHunga karab, ma'lum davrgacha o'zgarmaydigan kat'iy (standart) narxlar va o'zgaruvchan narxlar ko'llaniladi. SHunday tovarlar borki, iste'molchilar ularning narxi o'zgarmaligini afzal ko'radi. Masalan, kommunal xizmat, transport xizmati ta'riflari shunday narxlar jumlasiga kiradi.

Erkin bozor narxlari- bu talab va taklif asosida vujudga keladigan bozor narxlaridir. Madaniylashgan bozor sharoitlarini vujudga keltirishda erkin narxlar jamiyat va bozor munosabatlari barcha sub'ektlari manfaatlarini eng makbul tarzda uygunlashtirishga imkon byeradi.

Narx diapazoni narxlar oralikining puldagi ifodasidir. Narx diapazoni kuyi, o'rta va yukori narxlarni o'z ichiga oladi. Narx diapazoni kanchalik katta bo'lsa, tovar muomalasi shunchalik tez yuz byeradi, chunki talab bilan narx o'zaro boglanadi.

Bozor ko'lami hisobga olinganda xududiy (mintakaviy), milliy va xalkaro narxlar mavjud bo'ladi. Xududiy narx fakat ma'lum xududiy bozorga xos bo'lib, u shu xudud doirasidagi omillar ta'siridan hosil bo'ladi. Milliy bozor narxi bir

mamlakat doirasida amal kiluvchi va ularning xususiyatini aks ettiruvchi narxlardir. Milliy narx mamlakat doirasidagi ijtimoiy sarf-xarajatlarni, milliy bozordagi talab va taklifni, tovar nafliligini, uning kanchalik kadrilanishini hisobga oladi. Jaxon narxi muayyan tovarga baynalminal xarajatlarni, tovarning jaxon standarti talabiga mos kelish darajasini va xalkaro bozordagi talab va taklif nisbatini hisobga oladi.

Narx xilma-xil turlardan iborat bo'lsada, ular bir-biri bilan o'zaro boglangan, chunki ularda jamiyatdagi Iqtisodiy resurslarning ishlatilish samarasi o'z ifodasini topadi. Iqtisodiyot nazariyasida narx nisbati degan tushuncha bor, u narx poriteti deb ham yuritiladi. Iqtisodiyot va undagi jarayonlar bir-biriga bog'lik bo'lganidan narxlar bir-birini yuzaga chiqaradi. Masalan, ruda narxi metall narxiga, metall narxi mashina narxiga, mashina narxi kiyim narxiga kiradi, chunki bu narxlarning xar biri o'zidan keyingi mahsulot xarajatlarini shakllantiradi. Bozorga shunday o'ziga xos tovarlar chikadiki, ular ko'pchilik soxalarda ishlatiladigan eng muxim Iqtisodiy resurslar hisoblanadi. Bular metall, neft', ko'mir, gaz, yogoch, bo'gdoy, paxta kabi tovarlar bo'lib, ular narxining o'zgarishi butun narxlar nisbatini o'zgartiradi.

4. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va antimonopol konunchilik. Narx siyosati.

Raqobatning amal kilishi ma'lum shart-sharoitlar mavjud bo'lishini takozo kiladi. Bu shart-sharoitlar fakat bozor munosabatlari karar topgan muxitda bo'lishi mumkin. SHunday ekan, bozor Iqtisodiyotini yuzaga keltirish ayni vaqtda raqobatchilik muxitining shakllanishini bildiradi.

Bozor munosabatlari rivojlangan mamlmkatlarda raqobatchilik muxiti uzok davr davomida, o'z-o'zidan , evolyutsion yo'l bilan vujudga kelgan. Bu asta –sekin erkin raqobat muxitini keltirib chiqargan.

Iqtisodiyotda monopollashuv printsiplari kuchayib borishi bilan raqobat cheklanadi, shu sababli raqobatchilik muxitini vujudga keltirishda davlat ham katnashadi. Bu esa davlatning monopoliyalarga karshi siyosatida o'z aksini topadi.

Xar bir mamlakatdagi anik vaziyat, ya'ni Iqtisodiyotning monopollashuv darajasi uning miqyosi va xarakteriga qarab, bu siyosat erkin siyosat muxitini yangidan yaratish, uni saklab kolish zarur bo'lganda kaytadan tiklash, raqobat usullarini kaor toptirish kabilarga karatiladi. Masalan, AKSH da davltning xususiy monopoliolar faoliyatini cheklashga karktilgan tadbirlari 1980 ylda trestlarga karshi kabul kilingan konunda ("SHerman konuni") o'z ifodasini topadi. Monopoliyalarga karshi konunchilik va uni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan chora-tadbirlar boshka mamlakatlarda ham sharoit takozo etgan shaklarda amal kiladi.

Buyrukli Iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlarda, shu jumladan bizning respublikada soglom raqobatga shart-sharoit xozirlash, Iqtisodiy sub'ektlar mustakilligini kengaytirish orkali ularni raqobatchilikka jalb kilish Iqtisodiy isloxlarni amalga oshirishga karatilgan chora-tadbirlarning muxim jixatlari hisoblanadi.

O'zbekistonda davlatning raqobatchilik muxitini shakllantirishga karatilgan siyosatida xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshka shakllarini vujudga keltirish asosiy o'rin tutadi. Xususiylashtirish natijasida, birinchidan, mulk o'z egalari ko'liga topshirilsa, ikkinchidan, ko'p ukkladli Iqtisodiyot va raqobatchilik muxitini vujudga keltiradi.

SHunday qilib, O'zbekistonda raqobatchilik muxitini vujudga keltirishning asosiy yo'li, bu raqobatni inkor kiluvchi davlat monopoliyasidan nodavlat, turli xo'jalik shakllarining mavjudligiga asoslangan va iloji boricha erkin raqobatni takozo etuvchi bozor tizimiga o'tishdir. Bu yerda raqobatchilik munosabatlarini shakllantirish, avvalo, mustakil erkin tovar ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishini takazo kiladi, chunki raqobatning asosiy sharti aloxidalashgan, mulkiy ma'suliyat asosida o'z manfaatiga ega bo'lgan va tadbirkorlik taxlikasini zimmasiga oluvchi erkin xo'jalik sub'ektlarining mavjudligi, ularning bozor orkali aloka kilishidir.

O'zbekistonda raqobatchilik muxitini vujudga keltirish Prezidentimiz I. Karimovning ikkinchi chakirik O'zbekiston Respulikasi Oliy Majlisining birinchi sessiyasidagi ma'ruzasida ta'kidlanganidek, Iqtisodiyotni erkinlashtirish- bu

xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning erkinligi va Iqtisodiy mustakilligini oshirish, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo'lidagi mavjud to'siklarni bartaraf etishni anglatadi. SHuningdek Prezidentimizning Vazirlar Maxkamasida bo'lib o'tgan Majlislarda so'zlagan nutkida (2000 yil fevralida) biznesni erkinlashtirish, ularga Iqtisodiy mustakillik byerishning anik yo'nalishlari ko'rsatilgan.

SHu maksadda O'zbekistonda " Monopol faoliyatni chelash to'ridagi " gi konun (1992 yil, avgust) kuchga kiritildi hamda uning asosida raqobatchilikni rivojlantirishga karatilgan bir turkum me'yoriy xujjatlar ishlab chikiladi. Mazkur konunga ko'ra, bozorda ataylab takchilik hosil kilish narxlarni monopollashtirish, raqobatchilarning bozorga kirib borishiga to'skinlik kilish, raqobatning girrom usullarini ko'llash man etiladi. Konunni buzuvchilar rakibiga etkazgan zarani koplashlari, jarima to'lashlari, girromlik bilan olgan foydadan maxrum etishlari shart.

Monopoliyaga karshi faol choralarni amalga oshirish uchun Moliya vazirligi tizimida monopoliyadan chaqarish va raqobatni rivojlantirish bosh boshkarmasi tuzildi. Boshkarmaga ro'yxatga kiritilgan monopoliya mavkeidagi korxonalar mahsuloti bo'yicha narxlarni va rentabillikni tartibga solib turish xukuki byeradi.

Respublikada monopol mavkeiga ega bo'lgan korxonalarni davlat reestiriga kiritish uchun mezonlar belgilashda jaxon tajribasi hamda o'tish davrining o'ziga xos jixatlari hisobga olinadi.

5. Raqobatdosh va monopollashgan bozorlarda narxlarni shakllantirish, uning taxlili va muammolari.

Ma'lumki, narxni shakllanishida bozor asosiy o'rin tutadi. SHu o'rinda bozor to'g'risida so'z yuritsak, bozor o'zining Iqtisodiy mazmuniga ko'ra sotuvchi va xaridor o'rtasida ularning o'zaro manfaatlariga mos keluvchi vaziyatni vujudga keltiradigan hamda alokani ta'minlaydigan ijtimoiy-Iqtisodiy institut tushiniladi.

Xozirgi kunga kelib bozor tushunchasiga olimlarimiz turlicha munosabatda bo'lmokdalar.

Bozorda tovar pul munosabatlari va savdo sotik shart sharoitlarining olib borilishiga karab iste'mol buyumlar bozori, ishlab chiqarish vositalari bozori, intellektual tovarlar bozori, moliyaviy bozor va boshka bozorlarga bo'linadi. Ammo, yukorida aks ettirilgan bozorlar ochik va yopik turdagi bozorlarga bo'linadi.

SHu bilan birgalikda yukorida aks ettirilgan bozorlarda narxlar ulardagi vaziyatga karab shakllana boradi.

Bozor munosabatlariga o'tishi davrida bozorlarda raqobatchilik vaziyatlari yuzaga kelib ularda bir mukammal raqobat bo'lib shu o'rinda shunday vaziyatda narxni shakllanishi to'g'risida so'z yuritmokchimiz.

Mukammal raqobatning o'ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, unda xaridor va sotuvchilarning ko'pligi bilan birgalikda unda ro'y byeradigan ma'lumotlar, jumladan amalga oshirilayotgan bitimlar va savdoning natijalari to'g'risida anik ma'lumotlarga ega bo'lish mumkin bo'lib u ochik hisoblanadi.

Mukammal raqobatda sotuvchi mahsulotni belgilangan narxdan yukori narxda mahsulot sotishga xarakat kilganda xaridorlar boshka sotuvchilarga murojaat kiladilar. SHu bilan birgalikda arzon narxda sotib olishga xech kim xarakat kilmaydi, chunki belgilangan narxdagi mahsulotni sotib oluvchi talabgorlar ham katta foizni tashkil etadi.

Mukammal raqobat asosida faoliyat yuritayotgan bozorda taklif tegishli mahsulot ishlab chiqarishga asoslangan tadbirkor, firmalarning (xususiy) takliflarini mujassamlashuvi asosida amalga oshiriladi.

Bu yerda biz tomonimizdan mamlakatimizda monopollashgan bozorlarda narxlarning shakllanishi kay tarzda ekanligini taxlil etishni lozim topdik.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1997 yil 31 martidagi 165-sonli " Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida" gi O'zbekiston Respublikasi konunini amalga oshirish chora-tadbirlari haqidagi karori bilan tasdiklangan " Narxlar (tariflar) va shakllantirish va ularning ko'llanilishini nazorat kilish" tartibida belgilangan va boshkariladigan narxlar (tariflar) va ustamalarni shakllantirish vako'llashning to'g'riligi ustidan davlat

nazorati monopoliyaga karshi organ tomonidan amalga oshirilishi belgilab byerilgan.

O'zbekiston Respublikasi monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat ko'mitasi va uning joylardagi xududiy boshkarmalari (keyingi o'rinlarda "Ko'mita" deb yuritiladi) o'tkaziladigan tekshirishlarni barcha nazorat organlari kabi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1998 yil 27 noyabrdagi 496- sonli "xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni tekshirishni tashkil kilishni tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida" gi karoriga asosan tashkil kiladilar.

Ushbu karor bilan tasdiklangan "xo'jalik yurituvchi sub'ektlar moliya – xo'jalik faoliyatini tekshirish va taftish kilishni o'tkazish" tartibga ko'ra mulkchilik shaklidan kat'i nazar, xo'jalik yurituvchi va tadbirkorlik tuzilmalarining moliya-xo'jalik faoliyatini konunchilik me'yorlari Bilan belgilangan xukuklarga muvofik amalga oshiriladigan barcha tekshirishlar fakat nazorat organlari faoliyatini muvofiklashtiruvchi Respublika kengashi bilan kelishgan xolda xar yili u tasdiklaydigan xududlar bo'yicha tekshirish va taftish kilishning muvofiklashtiruvchi rejalari asosida o'tkaziladi.

Ushbu tartibga muvofik nazorat organi deb-xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyati ustidan davlat nazoratini konunchilikka muvofik, belgilangan vakolat doirasida amalga oshirishga vakil kilingan vazirliklar va idoralar hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat ko'mitasi va uning xududiy boshkarmalari xar hisobot yilining boshida yillik tekshirishlar reja –jadvalini tuzib, nazorat organlari faoliyatini muvofiklashtiruvchi Respublika kengashi bilan kelishgan xolda tasdiklab oladilar va shu reja-jadval asosida tekshirishlarni amalga oshiradilar.

Ko'mitaning bir necha yillik tajribasi taxlil kilinganda, tekshirishlarni imkoniyati boricha bir vaqtda bir tizimning tashkilotlarida o'tkazilishiga xarakat kilinganlagi aniklanadi.

Ko'mita tomonidan biron bir tizimda tekshirishlar o'tkazilmokchi bo'lsa, birinchi navbatda ushbu tizimning xususiyatidan kelib chikib tekshirish dasturi va

tegishli jadvallar tuzilib, ko'mita raxbariyati tomonidan tasdiklanib barcha xududiy boshkarmalarga tekshirishlarda raxbarlik kilish uchun jo'natiladi.

Tekshirish dasturida quyidagi masalalarning yoritilishi zarurligi ko'rsatiladi.

- Tekshirishning maksadi, ya'ni kaysi konunchiliklar talablariga rioya etilishi holatini tekshirish.
- Tekshirish bilan kamrab olinadigan davr.
- Tekshirilayotgan korxona va tashkilotlarning moliyaviy-Iqtisodiy ko'rsatkichlari.
- Korxona va tashkilotlarning ta'sis xujjatlari, nizomlari, mol etkazib beruvchilar bilan tuzgan shartnomalari va ularning bajarilishi, holati, yo'riknomalari, buyruklari, karorlari va ichki me'yoriy xujjatlari, umumiy yigilish bayonnomalarining amaldagi konunchiliklar talabiga mosligi.
- Buxgaltyeriya xujjatlari.

SHuningdek dasturda, monopol mahsulot(ish, xizmat) lar narxlari shakllanishining Iqtisodiy asoslanganligini aniklash lozimligi, bunda monopolist korxonalar Davlat reestriga kiritilgan korxona va tashkilotlar, kaysi bir mahsulot (ish, xizmat) turi bo'yicha respublika tovar bozorida monopolist bo'lsa, ushbu mahsulot (ish, xizmat) lari narx (tarif)larini oshishini deklaratsiya kilishlari shartligini nazarda tutish kerakligi, narxni deklaratsiya kilish bo'yicha matyeriallar tegishli moliya organlariga mahsulotning 50 foizidan kam bo'lmagan qismini sotiladigan iste'molchilar yoki bir nechta iste'molchilar bilan shartnomaviy (erkin) narxlar kelishilgandan 10 kun mobaynida takdim etilishi, agar xarajatlariga ta'sir kiluvchi birgina omil o'zgarsa, u xolda kolkulyatsiya takdim etilishiga yo'l ko'yilishi, tekshirish mobaynida ishlab chiqarilayotgan mahsulotning tannarxi va samaradorlik darajasini taxlil kilish va narx o'zgarishi sabablarini aniklash kerakligi ko'rsatilgan.

Ko'mitaning oldiga ko'yilgan asosiy vazifalardan biri monopol yukori monopol past narxlarni o'rnatilishiga yo'l ko'ymaslikdir. Ushbu vazifani bajarilishini, ko'mita yukorida keltirilganidek monopolist korxonalarning

o'zlarida tekshirishlar o'tkazish yoki ma'lumotlarni so'rab olish yo'li bilan taxlil qilish orqali amalga oshiradi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 31.03.1997 yildagi 165-karorining 20-bandiga asosan narxlar (tariflar) va ustamalarni hamda rentabellikning cheklangan darajasini shakllantirish va ko'llash tartibi buzilishiga quyidagilar kiradi:

- belgilangan va cheklangan narxlar va ustamalarni oshirish (ya'ni, narx boshkaruvi organi tomonidan tasdiklab berilgan narxlar va ustamalarni amalda oshirib ko'llash);

- moliya organlariga narxlar (tariflar) to'g'risida deklaratsiya takdim etish yoki rentabellik, ularning oshib ketishiga olib keluvchi ustamalarning cheklangan darajasini belgilash uchun ishonchsiz axborot takdim etish (ya'ni, xom-ashyo va materiallar narxini, eskirish qiymatini va boshkalarni asossiz oshirib ko'rsatish);

- mahsulot (tovarlar, xizmatlar) qiymatiga ularning narxlarida hisobga olingan amalda foydalanilmagan materiallar yoki ishlarning kiritilishi;

- narxlar (tariflar)ni kelishishda nazarda tutilgan (kabul kilingan) yoki konstruktiv nuksonlar tufayli (standartlashtirish organlarining xulosasi mavjud bo'lgan takdirda) tasdiklangan (belgilangan, tartibga solinadigan) mahsulotning texnologik parametrlariga rioya etmaslik;

- xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (tayyorlash) uchun nazarda tutilgan hamda narxlar (tariflar)ni shakllantirishda hisobga olinmagan xom-ashyo (komponentlar)ni almashtirish hisobiga foyda (daromad) olish,

O'zbekiston aloka va axborotlashtirish agentligi, "O'zbekiston temir yo'llari" Davlat aksionerlik temir yo'l kompaniyasi va "O'zbekiston xavoyo'llari" Milliy avia kompaniyasi (infratuzilma) soxasi xizmat turlari bo'yicha xarajatlar hisobining mavjud emasligi bilan xarakterlanadi. Xarajatlar hisobining "umumiy kuzon" uslubi va xizmat

birligiga tannarxning shartli aniklanishi hisobiga xizmatlarning haqiqiy foydaliligini aniklash imkoniyatini byermaydi.

Tariflarning shakllantirilishi amaldagi tariflarni o'sish tomoniga o'zgartirish uchun o'rtacha cheklangan koeffitsientlarni belgilab, keyinchalik xizmat turlari bo'yicha difyarentsiatsiya qilish yo'li bilan amalga oshiriladi. Xizmat turlari bo'yicha xarajatlar hisobining tarmoklar bo'yicha me'yoriy asosi yo'kligi sababli ushbu holat kelib chikkan.

SHunday qilib, aloka soxasida univyersal xizmat turlari, temir yo'l va xavo yo'llarida tashish xizmatlari narx (tarif)lari tartibga solinadi. Temir yo'l va xavo yo'llarida tashish jarayonlariga xizmat ko'rsatish ishlari va aloka xizmatining boshka turlariga erkin narx shakllantirishi ko'llaniladi.

Xozirgi davrda respublikada korxona ishlab chiqarish muayyan mahsulotla bozorini shu turdagi mahsulotni 35 % dan ortik bo'lsa bu korxona monopolistik korxona sifatida Davlat reestriga kiritilgan Ozik ovkat tovarlari guruxi uchun bunday mezon 20 % deb belgilangan.

Respublikada monopoliyalar ro'yxatiga kirgan korxona (tarmok)larini bozordagi mavkeini tartibga solishda davlat bir qator usullardan foydalaniladi. Bu usullardan ikkitasini ajratib ko'rsatish lozim.

1. Monopoliya mavkeidagi korxonalar mahsulotlariga narxlarning eng yukori darajasi yoki rentabellikning chegarasini belgilab ko'yish.
2. O'z monopol mavkeini suiste'mol kilgan monopoliyastik birlashmalarni bo'lib tashlash yoki maydalashtirish. Bu usul Vazirlar Maxdamasining (1994 yil 18 iyuldagi 366 sonli) karori bilan tasdikdangan «Ob'ektlarning xo'jalik yurituvchi jamiyatlar va shirkatlar tarkibidan chikish tartibi to'g'risidagi Nizom» asosida amalga oshiriladi. Respublikada fakat t 1994-1996 yillar davomida monopol

mavkeidagi aktsiyadorlik jamiyatlari, ijara va boshka jamoa korxonalar tarkibidan 14972 ob'ekt chiqarilib, mustakil korxonalarga aylantirilgan.

«2004 yilda mamlakat Iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tarmok kulami hamda xajmi salmokli darajada usdi. Kichik biznes korxonalari soni utgan yilda 14foizga ko'paydi. Kat'iy pul-kredit siyosatini utkazish natijasida isloxat yillari davomida birinchi marta inflyatsiya darajasi eng past –3,7 foiz bulishga erishdik Bu axolining real daromadlari o'sishiga ham uz ta'sirini ko'rsatdi-2004yilda bu ko'rsatkich 15 foizga usdi.»

O'zbekiston Respublikasining «Iste'molchilarning xukukdarini ximoya kilish to'g'risida» (1996 yil aprel') konuni asosida girrom raqobatli shu jumladan, respublika bozorlariga belgilangan talablarga javob byermaydigan tovarlarni chiqarishga yo'l ko'ymaslik mexanizmini yaratishga ham e'tibor byeriladi.

Tabiiy monopoliyalarni davlat yo'li balan tartibga solish xar mahsulot va xizmatlarga narxlar va tariflar darajasini shuningdek taklif etiladigan tovar va xizmatlar turiga doir asosiy ko'rsatkichlarni belgilashni o'z ichiga oladi.

Buyrukbozlikga asoslangan Iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotigao'tish barcha mamlakatlarda davlatni narx soxasidagi siyosatini kuyi jixatdan narxlarni erkinlashtirish milliy bozor narxlarini jaxon bozor narxlariga yakinlashtirishga karatiladi.

Narxlarni erkinlashtirish xom ashyo bilan mahsulot ayrim turlarini narxlari narx bilan axoli va korxona daromadlari o'rtasida mutanosiblikkga erishishga qanday yondashishi bilan farkdanadi. SHu yondoshuvlarga asos qilib narxlar erkinlashtiriladi. Narxlarning erkinlashtirishning keyingi boskichi 1993 yil ulgurji narxlar davlat tomonidan tartibga solindi.

1994 yil oktyabr' - noyabrda xalk iste'mol mollarining asosiy turlari erkinlashtirildi

- Ish haqi miqdorlarining oshirilishi amalda ishlab chiqarish natural xajmlari oshirilishi bilan boglangan xolda amalga oshirilmayapdi.
 - «Umumiy kazon» (kotlovoy) va mahsulot birligi tannarxining shartli aniklanishi usullarining mavjudligi ularning real tannarxi va natijada real narx darajasini aniklash imkoniyatini byermayapdi.
 - Mahsulot (ish, xizmat)lar tannarxida idoraviy ijtimoiy soxa ob'ektlarini saklash xarajatlari salmogining ko'pligi ham narxlarning oshib ketishiga ta'sir kilmokda.

Biz tomonimizdan mazkur ma'ruzada ilgor pedagogik texnologiyalarning keng kamrovi usullaridan foydalangan xolda amalga oshiriladi. Jumladan slaydlar, "Miyaga karshi kurash" (mozgovaya ataka), test, savol-javob, turli ishchi-o'yinlar (delovie igri) kabi usullardan foydalaniladi

Utgan yilning dekabr' oyida Uzbekistonda bo'lgan Xalkaro valyuta fondi missiyasi 2004 yilda mamlakatimizda Iqtisodiy isloxlarni amalga oshirish yulidagi sa'y-xarakatimizga yukori baxo byerdi. Xususan,missiya uz memorandumida 2004yil Uzbekiston uchun tub Iqtisodiy o'zgarishlar jarayoning muxim burilish davri bo'lganini kayd etdi.

. «2004 yil Iqtisodiyotimizni to'g'ridan-to'g'ri xorijiy invetstitsiyalarni jalb etish keskin –ya'ni 1,5 barobar ko'paydi. Ayniksa neft',gaz,tukimachilik sanoatida ularning ulishi yanada salmokli buldi...ichki mahsulot ilk bor 7,7foiz usdi. Iqtisodiyotning deyarli barcha tarmok va soxalari jadal va izchil rivojlanmokda – sanoat ishlab chiqarish xajmi 9,4 foizga ,iste'mol mollari ishlab chiqarish 13,4 foizga jumladan,sanoat tovarlarini ishlab chiqarish 18,6 foizga oshdi».

Adabiyotlar.

1. Karimov I.A. O'zbekiston buyuk kelajak sari. T., O'zbekiston, 1998 y.
2. Karimov I.A. «Xalkimiz jipsligi –tinchlik va tarakkiyot garovi.» T., O'zbekiston, 1998y. T- 9 b.
3. Karimov I.A. XXI asrga intilmokda. T., O'zbekiston, 1999 y. 16 - 37 b.b.
4. Karimov I.A . Ozod va obod Vatan,erkin va farovon xayot –pirovard maksadimiz. T.; «Uzbekiston». 2000.
5. Karimov I. A. Bizning bosh maksadimiz –jamiyatni demokratlashtirish va yangilash,mamlakatni modyernizatsiya va islox kilishdir. T.: «Uzbekiston»,2005.-96b.
6. Istoriya ekonomicheskix ucheniy. Uchebnoe posobie. Pod red. V. Avtonomovoy i dr. M: Infra 1998 g
7. Ekonomicheskaya teoriya, uchebnik, pod red. Prof. Gryaznovoy, prof. CHEchelovoy –M.: Izd. «Ekzamen», 2004 – str.592
8. Borisov E.F. Ekonomicheskaya teoriya, Uchebnik, M.: TK Velbi, Izdatel'stvo Prospekt, 2005 –544 s.
9. Kulikov L.M. Ekonomicheskaya teoriya .uchebnik M.: TK Velbi, Izdatel'stvo Prospekt, 2005 – 432 s.
- 10.Kurs ekonomicheskoy teorii . Avtor .kool.pod. red. Prof. M.N. CHepurina. Uchebnik :-INFRA- M. 2004.
- 11.T.T. Djumakulov, Z.G. Safarova. Ispol'zovanie trudov I.Karimova v prepodovanii ekonomicheskoy teorii i ego vklad v ee razvitie Uchebnoe posobie. – T.: Izd-vo med lit-ri im. Abu Ali Ibn Sino, 2002. – 232 s.
- 12.Ekonomika. Osnovi teorii.Uchebnoe posobie Kutorjevskiy G.A M.:ZAO izd-vo Ekonomika. 2004g
- 13.Neoinstitutsional'naya teoriya.Uchebnoe posobie. Brendelyova E.A M: TEIS 2003g.
- 14.Veki ekonomicheskoy misli. Ekonomicheskoe blagosostoyanie i obıestvenniy vibor. Tom.4. SPb., 2004g.

15. Makkonell K., Bryu S. «Ekonomiks» M.: - 2002
16. Obshchaya ekonomicheskaya teoriya. Uchebnik M,: 1995 g.
17. O'lmasov A., SHarifxo'jaev M., Iqtisodiyot nazariyasi. T, Mehnat, 1996 y.
18. SH.SH. SHodmonov, G.D. Baubekova Pedagogicheskoe masterystvo i innovatsii v prepodovanii ekonomicheskoy teorii. Metodicheskoe posobie. T.: «YAngi asr avlodi» 2004 – 164 s.
19. SH.SH.SHodmonov , R.Alimov, T.Juraev . «Iqtisodiyot nazariyasi»,-T., «Moliya» nashriyoti,2002.
20. A. Qodirov. Iqtisodiyot nazariyasi, - T.: 2002
21. T. Juraev. Iqtisodiyot nazariyasi kurgazmali kullannmalar va test savollari 1 qism. T.: «Fan va texnologiya» 2004 –187 b.
22. D.Tojiboeva. Iqtisodiyot nazariyasi, -T.: 2002.
23. Ioxin V.YA. Ekonomicheskaya teoriya, uchebnik M.: Ekonomist, 2005 – str. 861