

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**НАМАНГАН
МУҲАНДИСЛИК-ПЕДАГОГИКА ИНСТИТУТИ**

Технология факультети

Ижтимоий фанлар кафедраси

«Иқтисодиёт назарияси» фанидан

**Мавзу: Товар-пул муносабатларининг ривожланиши
бозориқтисодиётининг шаклланиши ва
амал қилишининг асосидир.**

Р е ф е р а т

Бажарди:

1-МЖ-13 гуруҳ талабаси
Б. Холмирзаев

Қабул қилди:

доц. А.Соҳадалиев

Наманган-2014 йил.

Товар-пул муносабатларининг ривожланиши бозор иқтисодиётининг шаклланиши ва амал қилишининг асосидир.

Режа

1. Натурал ва товар хўжалигининг моҳияти.
2. Товар ишлаб чиқаришнинг юзага келиш ва ривожланиш сабаблари.
3. Товар ва унинг хусусиятлари.
4. Товар қийматининг миқдори ва уни белгиловчи омиллар.
5. Меҳнат унумдорлиги ва интенсивлигини товар қийматига таъсири.
6. Товар айирбошлаш шакллариининг ривожланиши ва пулнинг келиб чиқиш сабаблари.
7. Пулнинг моҳияти ва вазифалари.

1. Натурал хўжалик-хўжалик юритишнинг дастлабки шаклларида бири бўлиб, бунда ишлаб чиқариш ишлаб чиқарувчининг уз эҳтиёжини қондиришга қаратилади. Натурал хўжалик жуда қадим замонларда вужудга келган. Ижтимоий меҳнат тақсимоти, айирбошлаш ва хусусий мулк вужудга келгунга қадар ҳукмронлик қилган. Кулдорлик ва феодализм даврида айирбошлаш ва товар пул муносабатлари ривожланишига қарамай, натурал хўжалик ҳукмрон хўжалик тури эди. Илгари шахсий қарамликнинг ҳар қандай системаси асосида, кулликда ҳам крепостнойликда ҳам натурал хўжалик ҳукмронлик қилганлиги кўрсатиб утилган эди.

Натурал хўжалик бозор иқтисодиётига қадар ижтимоий ишлаб чиқаришнинг асосий шакли бўлиб келган. У асосан иқтисодий жиҳатдан мустақил бўлган қадимги шарқ мамлакатларида ҳукмрон бўлган. Хитойда “конфукичилик”, Хииндистонда “аркашастра” асосчилари натурал хўжалик гоёсини еклаб чиқишган. Қадимги Юнонистонда натурал хўжалигини мустақамлаш учун хўжаликни ривожлантириш гоёсини Платон, Аристотель олға сурганлар.

Платон узининг “Сиёсат ва давлат” асарида натурал кулдорлик хўжалигини асослаб, жамиятдаги ҳар қандай душманликни келтириб чиқарадиган ягона манба - пул деб ҳисоблайди ва натурал хўжаликни ҳимоя қилади. Платон фикрича натурал хўжалик жамият аъзолари уртасидаги иқтисодий табақаланишга чек қўяди.

Натурал хўжаликнинг йрик назариячиси Аристотель уни мустақамлаш билан биргаликда товар хўжалигини ривожлантириш керак, лекин бунда товар ишлаб чиқариб сотишдан лдмақсад уз эҳтиёжини қондиришдир деб ҳисоблайди. Юундан қурилиб туриблики, қадимги замонларда натурал хўжалик билан биргаликда унинг замирида товар дхўжалиги ривожланган.

Урта асрларда ҳам натурал хўжалик иқтисодиётда тула ҳукмронлик қилган. Натурал хўжаликда деҳқон ер эгасига қарам бўлади. Деҳқонлар зироат, чорвачилик маҳсулотларини етиштириб, уларни қайта ишлаб тайер маҳсулотлар олганлар. Хунармандлар меҳнат қуроллари ишлаб

чиқарган, курувчи бино курган, тикувчи кийим тиккан, лекин хаммаси уз меҳнат маҳсулларини асосан бир-бирларига натурал шаклда айирбошлаганлар. Мулк эгалари уз ер ва ишлаб чиқариш воситаларини вақтинча фойдаланишга берганда бунинг учун натурал шаклда ҳақ олганлар. Ишлаб чиқарувчилар хусусий мулк эгаларига тобора қарам бўлиб борганлар. Натурал хўжалик деҳқонларнинг мустақил жамоасида ҳам вужудга келган. Бу жамоа уз эҳтиёжлари учун керак бўлган ҳамма нарсаларни ўзи ишлаб чиқариб айирбошлаш нималигини билмаган. Жамоа ичида меҳнат ихтисослашиб, унга ҳар-хил ҳунарга эга бўлган оилалар бирлашган.

Натурал хўжалик шароитида ҳар бир йирик мулкдорнинг ўзига алоҳида хўжалиги бўлган. Унинг қуп сонли оиласи ва хизматларнинг эҳтиёжлари хўжаликда яратилган маҳсулотлар ҳисобидан қондирилган. Бу шароитда деҳқончиликни ҳунармандчилик тўлдирган. Шу йул билан мулкдорлар ўзларини турли-туман маҳсулотлар билан таъминлаганлар. Бу ерда яратилган маҳсулот шу ернинг ўзида ишлаб чиқариш омилига айланиб, ишлаб чиқариш ўзгалар ишотирикисиз янгиланади.

Майда деҳқон хўжалиги ҳам натурал характерда бўлган. Деҳқонлар қишлоқ хўжалиги билангина эмас, балки ўзлари ишлаб чиқарган хом ашёни қайта ишлаш, йигирувчилик, тукувчилик, кийим, пойафзал, хўжалик асбоб - ускуналар тайерлаш ва бошқалар билан шуғулланганлар, бошқалар билан онда-сонда алоқа қилинган. Тирикчилик учун гоят зарур бўлган оз сонли маҳсулотларнигина сотиб олиш орқали истеъмол этилган.

Натурал хўжалик барча иқтисодий жараёнларни тор доира билан чеклайди. Иш кучи ва моддий ресурслар муайян ҳужаликка жуда қаттиқ бириктириб қўйилади ва қучиб юришдан марху мбўлади. Натурал хўжалик иқтисодий ўсиш йулларини дхам тусиб қуяди. Унинг худди шу хусусиятлари қишлоқ жамоаларининг минг йиллар давомида барқарор, ўзгармай қилишини таъминлайди. Ишлаб чиқариш тула-туқис қул меҳнатиға таянади, меҳнат қуроллари ва ишлаб чиқариш технологияси асрлар оша ўзгармай қолади. Қул меҳнати ҳукмронлиги меҳнат меҳнатқидан юқсак қилим, маҳорат ва малақани талаб қилмайди. Ишлаб чиқариш моддий омили ривож топмаганиға мувофиқ равишда ўднинг шахсий - инсоний омили ҳам ўта паст даражада сақланади. Меҳнат ўнумдорлиги деярли ўсмайди. Ишлаб чиқаришнинг қенгайиши икки оқил ҳисобидан бўлади. Улардан биринқиси оддий меҳнат сарфининг қупайиши, яъни қул меҳнати сарфи ҳисобиға орқиб боради. Иккинқиси табиий оқил, яъни табиат инъом этган ресурсларни қўпроқ ишлатиш, уларни яхшироқ қўллаш орқали маҳсулот қупайтирилади.

Натурал хўжаликка ҳос белги бу иқтисодий авторқизм, яъни ўзини таъминлаб, бошқалар билан қамдан-қам алоқаға қиришишқидир. Шу сабабли ў ташқи дуне таъсиридан ҳоли бўлади, ўни ўзқариб, бошқа илгор хўжаликка айланиши гоят сўст боради.

Ўз-ўзини маҳсулот билан таъминлаш истеъмол сарф - ҳаражатларини тежайди, шу сабабли натурал хўжалиқнинг сарқитлари, нисбатан ривожланган иқтисодиётда ҳам сақланади. Натурал истеъмол ҳозирқа

кишлоқда ҳам мавжуд. Хусусан деҳқонлар томорка хўжалигида, ишчи хизматчилар дала ховлисида етиштирилган маҳсулотларнинг бир қисми хўжаликнинг узида истеъмол этилади, бунинг узига хос қулайлиги бор, чунки истеъмолчи ўз маҳсулоти сифатига ўзи қарил бўла олади. Ўз маҳсулотини ўзи истеъмол этиши, йирик ишлаб чиқаришда ҳам қисман сакланади. Ўзини ишончли равишда ҳам ашё, материаллар ва эҳтиёт қисмлар билан қанда қилмай таъминлаш учун йирик фирма ва хўжаликлар олдин сотиб олинган маҳсулотни ўзи учун ишлаб чиқара бошлайди ва бевосита ўзи истеъмол қилади. Натижада маҳсулот товар маҳсулоти ва натурал маҳсулотга ажралади. Аммо натурал маҳсулотнинг ҳиссаси катта бўлмайди, у ишлаб чиқаришнинг характерини белгиламайди. Натурал ишлаб чиқаришнинг айрим нафли жиҳатлари қанчалик узоқ сакланмасин, бари-бир унинг урнига товар ишлаб чиқариш келади. Яратилган моддий нёматлар таркибида натурал маҳсулот ҳиссаси муттасил камайгани ҳолда товар маҳсулоти ҳиссаси ортиб боради, пировард натижада товар маҳсулотининг умумий ва танҳо шаклига айланади. Бу бозор иқтисоди пайдо бўлишини билдиради. Бозор иқтисоди табиатан натурал хўжалигини эмас, балки товар ишлаб чиқаришни тақозо этади.

Товар хўжалиги натурал хўжаликдан фарқли ўлароқ, ижтимоий меҳнат тақсимотини, маҳсулот ишлаб чиқарувчилар билан истеъмол қилувчиларнинг бозор орқали, товарларни олиш-сотиш орқали алоқа қилишини тақозо этади. Демак айирбошланадиган маҳсулот товар бўлади. Лекин бу маҳсулот фақат шунинг учун товар бўладики, бу буюм, бу маҳсулот орқали икки киши ёки икки жамоа ўртасида муносабат бошланади, бунда ишлаб чиқарувчи билан истеъмолчи бир шахс бўлмай қолади.

2. Товар ишлаб чиқариш жуда қадим замонларда, ибтидоий жамоа тузумининг емирилиш давридаёқ пайдо бўлган. Чунки шу даврда товар хўжалигининг вужудга келиши учун зарур бўлган шартлар, яъни биринчидан, ижтимоий меҳнат тақсимоти ва иккинчидан ишлаб чиқарувчиларнинг алоҳидалашуви юз берди.

Меҳнат тақсимоти-бунда меҳнат турлари ихтисослашади, илгари бир неча хил маҳсулот ишлаб чиқарувчилар кейинчалик маҳсулотни айрим турини ишлаб чиқаришга мослашадилар. Шундай шароитда эҳтиёжни қондириш учун ўз маҳсулотини айирбошлаш зарур бўлади. Айирбошлаш учун эса маҳсулот бозорга чиқарилади ва сотилади. Меҳнат тақсимоти меҳнат унумдорлигини оширади. Демак айирбошлаш нафақат зарур, балки фойдали ҳам бўлади.

Ишлаб чиқарувчиларнинг бир-биридан алоҳидалашиб, мустақил фаолият юритишида ишлаб чиқарувчи мулкдор бўлиши зарур. У ишлаб чиқариш омиллари ёки яратилган маҳсулотнинг эгаси бўлиши керак. Маҳсулотни ўз билганича тасарруф этиши уни эркин айирбошлаш ҳуқуқини беради, чунки ўзганинг маҳсулотини айирбошлаш мумкин эмас.

Мулкдорлар ўртасида товар айирбошлаш юз берганда мулк эгаси манфаатлари қўзланади. Ишлаб чиқариш ривожланиши билан айрим маҳсулот эмас, барча маҳсулот айирбошлаш учун яратилади, яъни бозор

учун товар ишлаб чиқариш умумий характерга эга бўлади. Товар ишлаб чиқариш ва айирбошлаш бундай шароитда бир марта бўладиган тасодифий ҳодиса эмас, балки миллиард марта такрорланадиган узлуксиз жараёнга айланади.

Маҳсулотни товар шаклида ишлаб чиқариш - бу ижтимоий ишлаб чиқаришнинг муайян тузилиши бўлиб, бунда кишилар ўртасида иқтисодий муносабатлар бозор орқали, уларнинг меҳнати маҳсулотларини олди-сотди қилиш орқали намоён бўлади. Товарни сотишдан мақсад унинг ўрнига бошқа товарни сотиб олиб эҳтиёжни қондиришдир. Бу шахсий эҳтиёж бўладими ёки ишлаб чиқариш эҳтиёжи бўладими, фарқи йўқ албатта. Ишлаб чиқарувчи киши бир вақтда истеъмолчи ҳам бўлади. У бир томондан сотувчи бўлса бошқа томондан харидордир. Кишиларнинг меҳнати бозор орқали жами меҳнатнинг бир қисми эканлигини ифодалайди. Бозордаги алоқалар аслида бу меҳнатни ижтимоий эътироф қилишнинг бевосита эмас, балки билвосита йўли, яъни товарни бозорда, олди-сотди этиш йўли билан меҳнатнинг эътироф этилишидир.

Товар ишлаб чиқариш умуминсоний иқтисодий ҳодиса, у ҳамма ерда мавжуд. Меҳнат маҳсули товарга, ишлаб чиқарувчи эса товар ишлаб чиқарувчига айланиши ҳамма жамиятлар учун муқаррар ҳодисадир.

Президентимиз И.Каримов ўзининг «Ўзбекистон-бозор муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли» асарида мустақилликнинг дастлабки йилларида биздаги товар ишлаб чиқаришнинг аҳволини таҳлил этади:

«Бизнинг маҳсулотларни истеъмол қилувчилар Ўрта Осиёдан анча йироқда бўлгани ҳолда ички эҳтиёжларимизга асосан келтириладиган товарлар ҳисобига қондирилади. Республика нефть ва бошқа энергетика манбалари билан ўзини - ўзи таъминлаш бўйича катта имкониятларга эга бўла туриб, 10 млн тоннадан зиёд нефтни четдан олади. Қора металл, ёғоч-тахта ва ёғоч материаллар, кўмир, кимё ва машинасозлик саноатининг тайёр маҳсулотлари катта ҳажмларда ташиб келтирилади.

3. Товар меҳнат маҳсули бўлиб, у кишининг бирон-бир эҳтиёжини қондиради ва айирбошлаш мақсадида яратилади. Демак, айирбошлаш, сотиш мақсадида ишлаб чиқарилган меҳнат маҳсулига товар дейилади. Товарнинг маҳсулотдан фарқи шундаки, у ишлаб чиқарувчини эмас, балки бошқа кишининг бирон-бир эҳтиёжини қондиради.

Хуллас ишлаб чиқарилган меҳнат маҳсулининг товарга айланиши учун у кишиларнинг бирон бир эҳтиёжини қондириши лозим. Акс ҳолда уни ҳеч ким сотиб олмайди, баъзи товарлар кишиларнинг бевосита шахсий эҳтиёжини қондиради (масалан: озиқ -овқат, кийим-кечак ва бошқалар), баъзи товарлар эса кишиларнинг шахсий эҳтиёжини бевосита қондирмайди. Лекин улар ишлаб чиқариш эҳтиёжи учун ишлатилади. (Масалан: машиналар, станоклар, асбоб-ускуналар, хом ашё, ёқилғи ва бошқалар).

Шундай қилиб товарнинг икки хил хоссаси бўлиб: биринчидан, у кишининг қандайдир эҳтиёжини қондиради, иккинчидан, у бошқа буюмга

айирбошланади. Бошқача қилиб айтганда, товар истеъмол қийматига ва алмашув қийматига эгадир.

Буюмнинг истеъмол қиймати шундан иборатки, у кишилар учун фойдалидир. Юқорида таъкидлаганимиздек, у ё шахсий истеъмол буюми сифатида, ёхуд ишлаб чиқариш воситаси сифатида кишиларнинг бирон - бир эҳтиёжини қондиради. Ишлаб чиқариш истеъмол қиймати яратади. Меҳнат маҳсулининг истеъмол қиймати ижтимоий муносабатларни бевосита акс эттирмайди, аммо у тарихий характерга эгадир, чунки унинг роли ва аҳамияти ижтимоий шароитларнинг ўзгаришига қараб ўзгариб туради.

Агар ишлаб чиқарувчи маҳсулотни ўзи учун ҳосил қилса, у ҳолда маҳсулот истеъмол қиймати ишлаб чиқарувчининг ўзи учун бўлади. Агар меҳнатнинг ижтимоий бўлиниши туфайли маҳсулот ишлаб чиқарувчининг ўз истеъмоли учун эмас, балки бошқа шахснинг истеъмоли учун яратилса, у ижтимоий истеъмол қийматга, бошқалар учун истеъмол қийматга айланади. Товар ишлаб чиқариш жараёнида истеъмол қиймат ишлаб чиқарувчининг эмас, балки шу товарни сотиб олувчи шахсларнинг эҳтиёжини қондирмоғи лозим. Бинобарин, товар ишлаб чиқариш жараёнида ижтимоий истеъмол қиймат яратилмоғи лозим. Аммо ҳар қандай истеъмол қийматига эга бўлган ҳамма моддий неъматлар товар ҳисобланмайди.

Масалан, тоғларда ёввойи ҳолда ўсадиган мевалар, чашма сувлари ҳам кишиларнинг у ёки бу эҳтиёжини қондиради, аммо улар товар эмас.

У ёки бу предметнинг товарга айланиши учун унга меҳнат сарфланиши ва бозор учун, айирбошлаш ва сотиш учун ишлаб чиқарилиши лозим. Демак, товарнинг истеъмол қийматининг тарихий хусусияти унда алмашув қийматининг мавжудлигидир.

Буюмларнинг истеъмол қиймати, уларнинг кишилар учун фойдалилиги фан ва техника тараққиёти билан тарихан маълум бўлиб боради. Масалан, темирнинг фойдалилиги одамлар рудадан темир эритишни ва ундан меҳнат куроллари ва предметлари ишлаб чиқаришни ўрганиб олганларидан кейин маълум бўлди. Фан ва техника тараққиёти янада ривожлана борган сари, фан ва техника ютуқлари ишлаб чиқаришга жорий қилина борган сари, темир ва бошқа металлларнинг қўлланишининг тобора янги имкониятлари уларнинг жамият учун янгидан - янги хоссалари маълум бўлиб бормоқда.

Демак, истеъмол қийматига эга бўлган предметнинг товарга айланиши учун у истеъмол қийматига эга бўлиши билан бирга, алмашув қийматига ҳам эга бўлиши лозим. Иқтисодиёт назарияси истеъмол қийматини тарихий категория сифатида, ижтимоий муносабатлар билан боғлаган ҳолда ўрганади. Кишилиқ жамиятининг бойлиги доимо истеъмол қийматлар йиғиндисидан иборат бўлиб келган. Лекин маълум бир ижтимоий шароитга келиб алмашув қийматига ҳам эга бўлади. Буғдой доимо буғдой, лекин маълум бир ижтимоий шароитга келиб, алмашув қийматига ҳам эга бўлади. Агар А товар Б товарга баробар (бир жуфт этик бир пуд буғдойга) деб олинса, бу иккала товарни бир-бирларига баробарлаштираётган қандайдир бир нарса, ҳар иккала товарга хос бўлган ана шу умумийлик бўлиши керак.

Баъзи бир иқтисодчилар ҳар қандай айирбошлаш асосида талаб ва таклиф этади деб, таъкидлайдилар. Инглиз иқтисодчиси Д.Манмонд фикрича, талаб ва таклиф оралигида ягона нарх дастаги мавжуд қиймат деб аталади. Унинг таъкидлашича, агарда бозорда айирбошланадиган буғдой таклифи талабдан кўп бўлса, унда буғдойнинг алмашув қиймати камаяди. 1 кг буғдойни айирбошлаш учун 0.5 м дан камроқ газлама керак. Агар буғдойга талаб кўп бўлса аксинча, буғдойнинг алмашиш қиймати ошади, унда 1 кг буғдойга 0.5 м. эмас 0.75 м. Ва ундан ортиқ газлама берадилар.

Талаб ва таклиф ҳақиқатан айирбошлаш мутаносиблигига таъсир кўрсатади, лекин товарнинг алмашув қийматини яратмайди. Фараз қилайлик, талаб ва таклиф бир - бирига мос келди. Бундай ҳолатда алмашув мутаносиблиги нима асосида ўрнатилади? Нима учун 1 кг буғдой 0.5 м газламага айирбошланади? Нега бошқача миқдор бўлмайди? Бу саволга талаб ва таклиф назарияси жавоб беролмайди.

Бошқа бир назариётчилар товарларни айирбошлаш мутаносиблигини уларнинг нафлиги билан боғлайдилар. Жумладан, Австрия иқтисодчиси Е.Бем-Баверк фикрича буюмнинг нархи, бу буюмнинг фойдалилиги билан белгиланиши керак.

Лекин ҳаётда буюмларнинг фойдалилиги товарларни айирбошлаш учун асос бўлолмайди. Агар товарлар фойдалилигига қараб айирбошланса, унда инсон эҳтиёжи учун керакли бўлган: нон, гўшт, сут ва бошқалар ҳамма товарларга қараганди қиммат бўлиши керак, улар нафли бўлганидан кўпгина товарларга айирбошланиши керак. Бироқ бизга маълумки, шундай товарлар борки, сут ва нон каби зарур эмас, лекин улар жуда қиммат туради. Товарларнинг фойдалилиги билан алмашув қиймати ўртасида боғлиқлик бор, ammo бу ягона сабаб эмас.

Товарларни тенглаштириш учун асос-уларни ишлаб чиқариш учун сарфланган меҳнатдир. Товарларни тенглаштириш ҳамда айирбошлаш учун турли товарларга бир хил миқдорда меҳнат сарф қилиниши керак. Юқоридаги мисолимизда 1 кг буғдой 0.5 м. газламага тенглашади. Сабаб 1 кг буғдойни етиштириш учун кетган меҳнат 0.5 м газламага кетган меҳнатга тенг. Товарда гавдаланган меҳнат унинг қийматини вужудга келтиради. Албатта бу ерда жами ишлаб чиқариш босқичида сарфланган меҳнатнинг ҳаммаси назарда тутиляпти.

Ҳар қандай товарнинг истеъмол қийматини, унинг фойдалилигини сезиш ёки билиш мумкин. Лекин товар қийматида моддийликнинг заррачаси ҳам бўлмайди, уни сезиш қийин. Истеъмол қиймати товарларнинг ҳар-хил табиий хусусиятларини ифода этади. Қиймат эса ижтимоий -иқтисодий хусусиятларни ифода этади.

Қиймат меҳнатнинг маҳсули бўлиб, товарнинг ички хусусиятларини ифода этади. Товар ўзида истеъмол қиймати ва қийматни ифода этади, лекин улар ўзини алмашув қиймати орқали ифодалядилар.

Товар қийматининг манба эканлигини биринчи бўлиб инглиз иқтисодчиси В.Петти исботлаганди. Қийматнинг ҳажми бевосита унга

сарфланган меҳнатнинг миқдори билан белгиланади. Демак меҳнат сарфи канча кам бўлса, товар қиймати шунча пасаяди ёки аксинча.

Меҳнат сарфлари ва қийматини бир-бирига аралаштириш асло мумкин эмас. Ҳамма қиймат ҳам қийматни яратмайди. Мисол учун натурал хўжалик шароитида меҳнат сарфлаш орқали маҳсулот яратилган, лекин ишлаб чиқарувчиларнинг ўзлари истеъмол қилмаган. У даврда меҳнат сарфланганлигига қарамай, маҳсулот товарга айланмаган ва қийматга эга бўлмаган. Бинобарин фақат товар яратилганда меҳнат сарфи қийматни билдиради. Товар буюм шаклида бўлса-да, унинг қийматини буюмлар муносабати деб унга моддий тус бериш нотўғри. Қиймат товар ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги иқтисодий муносабатни билдиради.

Қиймат тарихий категория бўлиб, товар ишлаб чиқаришни вужудга келиши билан боғлиқ, чунки у фақат товарнинг хусусиятидир. Товар хўжалигининг классик назариясига кўра товарнинг иккиёқлама хусусиятли бўлиши (истеъмол қиймати ва қиймат) сабаби товар ишлаб чиқарувчи меҳнатининг икки томонлилигидадир.

Меҳнат жараёнида товар ишлаб чиқарувчи истеъмол қиймати ва қиймат яратади. Бу ҳолат товар ишлаб чиқарувчининг меҳнати икки томонлама характерга эгалигидан келиб чиқади. Бир томондан у кишиларнинг бирон бир эҳтиёжини қондирадиган буюмлар яратиладиган меҳнатдир. Муайян фойдали меҳнат, ижтимоий шароитдан қатъий назар кишиларнинг яшаб туриши учун абадий табиий заруриятдир. Иккинчи томондан, ҳар бир товар ишлаб чиқарувчининг меҳнати конкрет формалардан қатъий назар бутун ижтимоий меҳнатнинг бир зарраси, умуман одам иш кучининг сарфланишидир. Меҳнатнинг биринчи тури аниқ меҳнат, иккинчи тури абстракт меҳнат деб аталади. Аниқ меҳнат-муайян фойдали формада сарфланадиган меҳнат-муайян истеъмол қиймат (кўмир, металл, ғалла ва х.к. лар) яратади. Истеъмол қийматлар ҳар хил бўлганидек, аниқ меҳнат ҳам турлича бўлади. Шунинг назарда тутмоқ керакки, аниқ меҳнат ишлаб чиқарилаётган истеъмол қийматларнинг, моддий бойликнинг бирдан-бир манбаи эмас. Киши табиатда мавжуд моддий нарсанигина қайта ишлайди. Истеъмол қиймати икки элементнинг-табиат нарсаларини ва меҳнатнинг қўшилиш натижасидир.

Меҳнатнинг аниқ шаклидан қатъий назар, киши энергиясининг (мускуллари, мияси, асаблари ва ҳоказоларнинг) сарфидир, жами умуминсоний ижтимоий меҳнат сарфининг заррасидир. Шунингдек, абстракт меҳнат товар ишлаб чиқаришнинг характерли хусусиятидир. У товар ишлаб чиқарувчилар муносабатини ифодалайди ва шунинг учун тарихий категориядир. Равшанки, натурал хўжалик шароитида кишилар меҳнатида қандайдир умумийлик бўлган. Бироқ натурал хўжаликдаги меҳнатнинг бу умумий томони алмашув жараёнида буюмларни тенглаштириш йўли билан эмас, балки билвосита намоён бўлган.

5. Абстракт меҳнат категорияси меҳнатнинг турли хилларини айирбошлаш, уларнинг конкрет шаклларида мавхумлашиш воситасида объектив тенглаштириш жараёнини ифодалайди. Шунингдек бу категория

объектив воқеликни товар ишлаб чиқарувчиларнинг меҳнатига хос бўлган умумийликни ифодалайди. Демак абстракт меҳнат умуминсоний меҳнат бўлиб, унинг ижтимоий характери товар айирбошлаш жараёнида кўринади. Қиймат эса товарда мужассамлашган абстракт меҳнатдир. Абстракт меҳнат муайян ишлаб чиқариш муносабатларини ифодалайди. Шундай қилиб қиймат буюмларнинг хоссаси эмас, балки товар ишлаб чиқарувчиларнинг ишлаб чиқариш муносабатларининг ифодасидир.

Товар ишлаб чиқарувчи меҳнатнинг икки томонлама характерга эга бўлади. Хулоса шуки, ижтимоий қийматнинг ёки неъматнинг қийматга эга бўлишининг сабаби фақат шуки, унда кишининг мавҳум меҳнати буюмлашган ёки моддийлашган бўлади.

Товарда мужассамлашган меҳнатнинг икки ёқлама характерини таҳлил қилар эканмиз, унинг қийматини қандай ўлчамоқ керак деган саволга жавоб бериш лозим. Назариётчиларнинг фикрига кўра, товар қийматининг миқдори уни ишлаб чиқариш учун керак бўлган ижтимоий зарур меҳнатнинг миқдори билан белгиланади ва иш вақти билан ўлчанади. Бундан шу нарса тушунарли бўладики, қийматни белгиловчи меҳнатнинг миқдори қилиб фақат ижтимоий зарур меҳнатгина олиниши мумкин. Чунки у-меҳнат миқдори-жами ижтимоий меҳнатнинг бир қисми бўлган айрим товар ишлаб чиқарувчилар меҳнатини ифода этувчи абстракт меҳнатга тегишлидир. Индивидуал меҳнат фақат ижтимоий зарур меҳнат сифатидагина жами ижтимоий меҳнатга қўшилиши, унинг бир қисми бўлиши мумкин. Ижтимоий зарурий меҳнат категорияси абстракт меҳнат категориясидан келиб чиқади.

Товарнинг ижтимоий қиймати уни ишлаб чиқариш учун талаб қилинадиган ижтимоий зарур вақт билан белгиланадиган қийматдир. Ижтимоий зарур иш вақти - муайян ижтимоий нормал ишлаб чиқариш шароитида ва муайян жамиятдаги меҳнат малакаси ва интенсивлигининг даражаси ўртача бўлган шароитда бирон - бир товар тайёрлаш учун сарфланадиган вақтдир. Масалан: битта столни ишлаб чиқариш учун 10 соатли иш вақти керак бўлса, стол қиймати 10 соатлик иш вақтига тенгдир. Лекин ҳар бир стол ясовчининг индивидуал иш вақти унинг ишлаш шароитлари, меҳнат қуролларининг даражаси, ишловчининг моҳирлиги, меҳнатнинг интенсивлигига боғлиқ бўлган ҳолда турлича бўлади. Шунинг учун ҳам ҳар-хилдаги сифатга эга бўлган столни тайёрлаш учун бир дурадгор 8 соат, иккинчиси 10 соат, учинчиси 12 соат вақт сарфлайди. Товар қийматининг миқдори айрим товар ишлаб чиқарувчи томонидан сарф қилинган индивидуал иш вақти билан эмас, балки ижтимоий зарур иш вақти билан белгиланади. Бу ерда ижтимоий зарурий иш вақти 10 соатга тенг. Демак ижтимоий зарур иш вақти ишлаб чиқарувчи кучлар ва меҳнат унумдорлигининг ўсиши билан камайиши ҳисобига ўзгариб туради. Меҳнат унумдорлиги вақт бирлиги ичида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар сони ёки ҳар бир маҳсулотни яратиш учун кетган вақт миқдори билан ўлчанади. Меҳнат унумдорлигининг ўзгариши товар бирлиги, қийматининг ўзгаришига сабаб бўлади. Меҳнат унумдорлигининг ўсиши билан товар бирлигининг қиймати камаяди.

Меҳнатнинг унумдорлик кучи турли шароитлар билан яъни 1)ишчи маҳоратининг ўртача даражаси билан, 2)фаннинг тараққиёт даражаси ва унинг технология жиҳатидан тадбиқ қилиниш даражаси билан, 3)ишлаб чиқариш воситаларининг кўлами ва самарадорлиги билан, 4)табiiй шароитлар билан белгиланади. Санаб ўтилган омиллар жамиятнинг ишлаб чиқарувчи кучлари бўлиб, охиргисидан (табiiй шароитлардан) бошқа хаммаси ўзгарувчи миқдорлардир, улар турли даврларда турлича бўлади ва ҳатто бир даврнинг ўзида ҳам ҳар хил мамлакатларда тараққиётнинг турли босқичларида туради.

Меҳнат унумдорлиги иш вақти бирлигида ишлаб чиқариладиган оздир-кўпдир истеъмол қийматларда ифодаланганлиги сабабли, у меҳнатнинг конкрет томонлари билан боғлиқдир, аниқ меҳнатга тааллуқлидир.

Демак аниқ меҳнат маҳсулот яратишнинг гоҳ анча бой гоҳ анча кам манбаи бўлиши мумкин. Абстракт меҳнат (мураккаблиги ва интенсивлиги жиҳатидан бир хил бўлган меҳнат) эса вақт бирлигида айна бир хил қиймат ҳосил қилади. Масалан: 8 соатли иш вақтида 100 метр ўрнига 200 метр газлама чиқарилса, у ҳолда шу 200 метр газламанинг қиймати ўша 8 соатлик меҳнат билан ўлчанади, ваҳоланки бунда меҳнат унумдорлиги икки ҳисса ошади, ҳар бир метр газламанинг қиймати эса шунга яраша камаяди.

Меҳнат кўпроқ интенсив ва камроқ интенсив бўлиши мумкин. Меҳнат интенсивлиги деганда вақт бирлигида иш кучининг сарфланиши тушунилади. Кўпроқ интенсив меҳнат тенг вақт ичида камроқ интенсив меҳнатга қараганда кўпроқ қиймат ҳосил қилади. Масалан, юқорида тилга олиб ўтилган газламани ишлаб чиқаришнинг ўсиши меҳнат интенсивлигининг ўртача интенсивликка қараганда 2 барабар ошиши билан боғлиқ бўлса, у ҳолда 8 соатлик меҳнат амалда 16 соатлик меҳнатга тенг бўлади, ҳар бир метр газламанинг қиймати эса аввалгича қола беради. Шундай қилиб, товарнинг қиймат миқдори шу товарда мужасссамлашган меҳнат миқдорига нисбатан тўғри пропорционал равишда ва шу меҳнатнинг унумдорлик кучига нисбатан тесқари пропорционал равишда ўзгариб туради.

6. Алмашув ўзининг ҳозирги замон шаклига етиб келгунча бир қанча босқичларни босиб ўтган. Алмашувнинг биринчи даврларида, у тасодиқий характерга эга бўлиб, бир маҳсулот тўғридан-тўғри иккинчи маҳсулотга алмашган. Масалан 20 метр чит 1 қоп ғаллага. Буни қийматнинг оддий еки тасодиқий шакли деб аталади. Қийматнинг оддий шаклида 20 метр чит ўз қийматини 1 қоп ғаллада ифодалаяпти. /алла читнинг қийматини ўзида акс эттиряпти. Актив роль ўйнаётган товарни (читни) қийматнинг нисбий шакли, пассив роль ўйнаётган товарни (ғалла) эса қийматнинг эквивалент (тенг қийматли) шакли дейилади.

Меҳнат тақсимоти ва товар ишлаб чиқаришнинг ўсиши алмашинадиган товарлар сонини кўпайтиради, қийматнинг тўла ёки кенгайтирилган шакли келиб чиқди, алмашиш жамиятда доимий тус олди.

Энди актив роль ўйновчи товар қиймати бир неча товарларнинг истеъмол қиймати билан ифодаланиши мумкин бўлади, яъни 1 қўйни 10 қоп

ғаллага, ёки 20 метр читга ёки 2 болтага ёки 3 гр олтинга каби. Қийматнинг кенгайтирилган шакли аста-секин қийматнинг умумий шаклига айланади. Ҳамма товарлар ўз қийматларини бир товарда акс эттира бошлайдилар. Бунда барча товарлар актив роль ўйнаб, ўз қийматларини улар орасидан ажралиб чиққан ва пассив роль ўйновчи бир товарнинг қийматида ифодаладиган бўлиб қолади.

Шу йўсинда умумий эквивалент келиб чиқади ва бу ролни ўйновчи товарнинг асосий вазифаси одамларнинг шахсий эҳтиёжини эмас, ижтимоий алмашув эҳтиёжини қондиришдан иборат бўлиб қолади. Умумий эквивалент ролини биринчи вақтларда ҳар ернинг ўз шароитига қараб ўша ерда товар сифатидан кўп учрайдиган нарсалар ўйнаган (ҳайвон, тери, мўйна, туз, балиқ ва бошқалар) шу йўсинда қийматнинг пул шакли келиб чиқди. Умумий эквивалентдан иборат бўлган вазифани олтин эгаллади. Олтин пулга айланди.

Пул ролини тарихда бошқа металллар ҳам (бронза, мис, темир, кумуш) ўйнаган. Лекин олтин ўзининг хусусиятларига кўра, яъни (бир жинсли, бўлинувчанлиги, яхши сақланиши, ўзида кўпроқ ижтимоий меҳнатни мужассамлаштириши, нодирлиги) пул ролини ўйнашга энг қулай бўлиб чиқди.

Пул-бу шундай махсус товарки, у ҳамма бошқа товарлар учун умумий эквивалент вазифасини бажаради. Ҳамма бошқа товарлар сингари пул ҳам қиймат, ҳам истеъмол қийматиغا эга. Бу маънода у бошқа оддий товарлардан фарқ қилмайди.

Пул товар ишлаб чиқариш ва айирбошлаш жараёнида кишилар ўртасидаги ижтимоий муносабатни ифода этади. Шу сабабли товар-пул муносабатлари пайдо бўлади.

Пул вазифасини турли халқларда турли хил товарлар, масалан қадимги Юнонистон, Римда, араб ва хинд қабилаларида чорва бажарган.

Лотинлар пулни «Ресиния» деб атаганлар, лотин тилида «ресия»-чорва деган маънони билдиради. Капитал сўзи ҳам пул сингари «чорва» сўзи билан боғлиқ. Чорва мол бошига қараб ҳисобланган ва «капитал» сўзи лотинча «капит»-бош сўзидан олинган.

Тинч океан ва Африка халқларида қимматли чиғаноқлар пул вазифасини бажарган. Марказий Африкада фил суяги, Қадимги Мисрда буғдой, Хитойда туз, Мўғулистонда чой айирбошлаш жараёнида пул вазифасини бажарган. Қимматбаҳо металллар қадим замондан бери пул вазифасини ўтаб келган. Милоддан олдинги 3 мингинчи йилларда Шумер давлатида асал ва кумуш пул вазифасини ўтаган. Кумуш пуллар милоддан олдинги 2 мингинчи йиллари Осиё мамлакатларида кенг тарқалган. Рубель деган пул XII-XIII асрларда пайдо бўлиб кумушни бўлиш, бўлакларга ажратиш (рубить) деган маънони беради.

Майда савдонинг ривожини майда пулларни зарур қилиб қўйган. Майда пулнинг ватани қадимги Лидия давлати ҳисобланади. Бу мамлакатда танга пуллар милоддан аввал VII асрда вужудга келган. Бироз кейин Юнонистоннинг Эгина шаҳрида танга ишлаб чиқариш бошланди. Қадимги

Римда танга ишлаб чиқариладиган жой юнонлар монет деб атаган ибодатхона бўлган. Бу ердан «монет» сузи келиб чиққан. Муомалага нодир металллар, яъни олтин ва кумуш пуллар чиқарилган.

Ҳар бир мамлакатнинг ўз пул бирлиги бўлади. Ҳозир доллар, динар, рубль, лира, рупий, фунт, марка, сўм, танга каби пуллар мавжуд.

Пул номларининг номланиши тарихан шаклланган, пул юқорида таъкидлаганимиздек айирбошлаш жараёнидан алоҳида ажралиб чиққан товар. Эквивалент ролини ўйнаши учун авваламбор ўзи қимматга эга бўлиши керак. Шунинг учун маълум миқдордаги олтин ёки кумуш пул айирбошланаётган товар қийматига мувофиқ бўлиши керак. Шунинг учун кўп тангаларнинг номи оғирлиги ва ҳажмидан келиб чиқади. Англиянинг фунт стерлинги фунт оғирлигидаги кумуш маъносини билдиради. Италиянинг лираси ҳам «либра» сўзидан келиб чиққан, бу сўз римликларнинг оғирлик бирлигида ишлатилган. Қадимги Римда кумуш динар деган танга ҳам бўлган, у 10 фунт асалга тенг бўлган. Динар лотин тилида «ун» деган маънони билдиради.

Моҳиятан пул ижтимоий меҳнат ва қийматни билдиради. Пул учун ижтимоий меҳнат қайси соҳада сарфланганлиги ва қиймат қаерда яратилганлиги фарқсиздир. Кимнинг пули бўлса, у ижтимоий меҳнатнинг тегишли қисмини ўзи истаган (натурал) товар шаклида олиш ҳуқуқига бевосита эга бўлади. Пулнинг қудратлилиги ҳам шундан келиб чиқади. Унинг моҳияти шундай ибора билан ифодаланади: «Индивид ўз ижтимоий ҳокимиятини, ўзининг жамият билан алоқаси каби, ўз чўнтагида олиб юради».

Товар ва пулнинг алоҳидалашуви оқибатида товарнинг ички зиддияти-истеъмол қиймати билан қиймат ўртасидаги зиддият ҳал этилади. Агар товар пулга сотилса, бу билан унинг қийматга эга эканлиги ҳам исботланган бўлади. Пул товар хўжалиги маҳсули экан, хўжалик ривожланиши билан пулда ҳам ўзгариш содир бўлади. Пул иқтисодиётнинг муҳим қуролига айланади. Пул пайдо бўлиши билан пулга доир иқтисодий муносабатлар келиб чиқди. Пул муомаласини уюштириш, пулларни айирбошлаш, уларни сақлаш, тақсимлаш, бўш пулни қарзга бериш, яъни уни сотиш, пул воситасида молияни ташкил этиш каби иқтисодий алоқалар вужудга келди.

7. Юқорида таъкидлаганимиздек, пул ҳам товар бўлиб, бошқа товарлар сингари қийматга ва истеъмол қийматига эга. Лекин пул алоҳида товар бўлиб, унинг моҳияти ва хусусиятлари у бажарадиган вазифаларда яққол ифодаланади.

1. Пул - қиймат ўлчовидир. Пул воситаси билан аввал барча товарлар қиймати ўлчанади ва ҳисобга олинади. Товар қийматини бевосита иш вақти билан белгилаб бўлмайди ва шунинг учун ҳам товарлар қийматини фақатгина пулга тенглаштириш йўли билан ифодалаш мумкин. Товар қийматининг пул билан ифодаланишига баҳо дейилади. Қийматни ўлчашни осонлаштириш учун пул бирлиги бир неча майда бўлакчаларга бўлинади. Пул бирлиги ўз бўлакчалари билан баҳолар масштаби ҳисобланади.

2. Пул - муомала воситаси. Бу вазифани пул реал равишда бажаради.

Пулнинг алмашув воситаси вазифаси асосида тўлиқ қийматга эга бўлмаган тангалар ҳамда қоғоз пуллар, яъни ҳақиқий пул-олтиннинг муомаладаги элчилари келиб чиқади. Танга ва қоғоз пуллар давлат томонидан мажбурий курс, ҳақиқий олтин пулнинг номинал белгиси сифатида чиқарилди. Биринчи марта қоғоз пул Хитойда XII асрда 1690-йилда АҚШда, сўнгра 1789 йилда Францияда, Екатерина II даврида Россияда чиқарилди. Зарур миқдорга қараганда кўпроқ қоғоз пулнинг муомалага чиқарилиши уларнинг кадрсизланишига, инфляцияга олиб келади.

3. Пул - жамғариш ёки хазина тўплаш воситаси ролини ўйнайди. Бунда тўлиқ қийматга эга бўлган ва ўз қийматини йўқотмайдиган реал пуллар тўпланади. Жамғариш фақат пул шаклидагина эмас, олтиндан ишланган ҳар-хил нарсалар ёки қимматбаҳо материаллар шаклида ҳам ташкил топиши мумкин.

4. Пул - тўлов воситаси. Товар алмашинувининг тараққий этиши билан товарни маълум муддатга қарзга сотиш ҳам объектив равишда келиб чиқади. Товар эгаси ўз товарини иккинчи кишига маълум муддатдан кейин камини тўлаш шарти билан қарзга сотади. Белгиланган муддат ичида қарзни қайтиб бераётганда пул тўлов воситаси ролини бажаради.

Валюта дейилганда кенг маънода, ҳар бир мамлакатнинг миллий пул бирлиги тушунилади. Ҳар қандай мустақил давлат ўз миллий воситасига - пул бирлигига эга бўлиши лозим. Ҳар бир давлат ўз валютасини конвертирлашувига, яъни бошқа валюталар билан эркин алмаша олишига эришмоғи керак. Бунинг учун миллий пул бирликлари етарли миқдорда товар захиралари билан таъминланган, мамлакат иқтисодиёти мустаҳкам, бақувват, барқарор ривожланаётган бўлиши керак.

Валюта тор маънода конвертирлашган миллий пул бирлигидир. Бундай валюталар жумласига доллар, евро каби пул бирликлари киради. Бу пул бирликлари ўз мамлакатада товарлар билан таъминланган бўлгани учун халқаро даражада ҳам эркин алмаша олади. Иқтисодиёти юксалган ҳар бир мамлакат валютаси ана шундай трансмиллий қувват касб этиши мумкин.

Ҳар қандай мамлакатнинг мустақиллик белгиларидан бири - уз миллий валютасига эга бўлишдир. Бироқ миллий валютани чиқариш инқилобий жараён бўлиб, унга ҳар томонлама тайёргарлик кўриш керак. «Миллий валюта - деб ёзади И. Каримов - миллий ифтихор, давлат мустақиллигининг рамзи, суверен давлатга хос белгидир. Бу республикага тегишли умумий бойлик ва мулкдир. 1994 йил 1 июлдан Ўзбекистон Республикаси ҳудудида тўла қимматли миллий валюта - ягона қонуний тўлов воситаси бўлган сўмнинг муомалага киритилиши ҳақиқатан ҳам инқилобий ҳодиса бўлди. Бу бутун иқтисодиёт ислоҳотида сифат жиҳатидан янги босқич бошланганидан дарак беради. Биз бирор кишининг иродасига боғлиқ бўлмаган, Ўзбекистон халқининг манфаатларига молияли, пул-кредит сиёсатини амалга оширишнинг аниқ механизмига эга бўлди»¹

Мустақил Ўзбекистоннинг ўз миллий валютасининг муомалага чиқариш бош мақсад эмас, унинг чиқарилиши объектив заруратдир. Президентимиз И. Каримов кўрсатдики, «Бугунги энг муҳим вазифа -

валютамизни бақувват, дунёда обрўли валютага айлантиришдир. Сўмнинг барқарорлигини таъминлаш ва кадрлаш -умуммиллий вазифа. Республикамиздаги барча фуқароларнинг фаровонлиги ана шу вазифанинг ҳал этилишига боғлиқ».² Шунинг учун ўтказилаётган иқтисодий ислохотларнинг ҳозирги босқичида устивор вазифалардан бири ҳам «сўмни яна ҳам мустаҳкамлашдан иборат» деб баҳоланмоқда. Сўмни мустаҳкамлаш деган сузнинг маъноси -унинг конвертациясига, қатъий валюталарга эркин алмашина оладиган бўлишига эришиш демакдир. «Қачон миллий валюта кучли ва обрўли бўлса, иқтисодиёт шундагина мустаҳкам бўлади »

Қиймат қонуни товар ишлаб чиқаришнинг объектив иқтисодий қонунидир. Маҳсулотлар товар сифатида ишлаб чиқариладиган шароитда ижтимоий меҳнат сарфлари муқаррар равишда қиймат формасига киради. Товарлар ишлаб чиқариш уларни ишлаб чиқариш учун сарфланган ижтимоий меҳнат миқдориغا мувофиқ, яъни товарларни ишлаб чиқариш учун ижтимоий зарур бўлган иш вақтига мувофиқ айирбошлашни зарур қилиб қўяди. Товарлар ижтимоий қийматга мувофиқ айирбошланганда муайян товар ишлаб чиқариш учун индивидуал меҳнат сарфлари ижтимоий зарур меҳнат сарфидан кам бўлиб чиққан товар ишлаб чиқарувчилар ютадилар, бу сарфлар ижтимоий зарур меҳнат сарфидан кўп бўлган ишлаб чиқарувчилар эса ютқазадилар. Қиймат қонунининг моҳияти товарларни улардаги ижтимоий қийматга мувофиқ айирбошлаш заруратидан иборатдир. Бу ҳол товар ишлаб чиқарувчиларнинг товарларни ишлаб чиқариш сарфлари ижтимоий зарурий сарфлардан ошиб кетишига йўл қўймасликка мажбур этади.

Қиймат қонунининг тартибга солиб турувчи механизми рақобат кураши натижасида бозор баҳоларининг стихияли равишда тебраниб туришидан, уларнинг ижтимоий қийматдан фарқ қилиб туришидан иборат.

Талаб билан таклиф тенг бўлган тақдирдагина, яъни муайян товарлар ишлаб чиқариш тўловга лаёқатли талабга мувофиқ келгандагина баҳо товарнинг қийматига мувофиқ келади. Агар бундай тенглик бўлмаса, товарларнинг баҳоси унинг қийматидан фарқ қилади. Баҳонинг қийматдан фарқ қилиши мувофиқ равишда талаб билан таклиф нисбатининг ўзгаришига ва шу тариқа меҳнат ва ишлаб чиқариш воситаларини турли тармоқлар уртасида қайта тақсимлашга таъсир этади. Бозор баҳосини қиймат даражасидан паст бўлиши товар ишлаб чиқаришнинг қисқаришига сабаб бўлади.

Баҳоларнинг қиймат атрофида тебраниб туришининг боиси муомала доирасидаги, бозордаги стихияли тебранишларгина эмас, балки ишлаб соҳасидаги ўзгаришлар ҳамдир. Меҳнат унумдорлигининг ўзгариши маҳсулот бирлиги қийматининг миқдоридаги ўзгаришларни белгилаб беради, баҳолар тебраниши орқали меҳнатнинг ишлаб чиқариш тармоқлари ўртасида қайта тақсимланишига сабаб бўлади.

Шундай қилиб, товарлар баҳосининг улар қийматидан фарқ қилиши товар ишлаб чиқарувчиларнинг хоҳиши билан содир бўлмайди, балки объектив қиймат қонунининг кучи таъсирида бўлади.

Ишлаб чиқариш воситаларига хусусий мулкчилик шароитида баҳоларнинг қиймат теварагида стихияли тебраниб туриши қиймат қонуни амал қилишининг бирдан - бир мумкин бўлган формасидир ва ижтимоий ишлаб чиқаришни бошқаришнинг бирдан-бир мумкин бўлган механизмидир.

Қиймат қонунини ўз ҳаракати давомида қуйидаги функцияларни бажаради:

- а) қиймат қонуни товар ишлаб чиқарувчиларни табақалаштириб боради;
- б) қиймат қонунини рағбатлантирувчи функцияни бажариб берар экан ҳар бир товар ишлаб чиқарувчининг индивидуал иш вақтини қисқартиришга чорлайди;
- в) қиймат қонуни ресурсларни тармоқлар уртасида қайта тақсимлайди;
- г) меҳнат унумдорлигини оширишга таъсир этади.

Юқоридагиларнинг таъсирида йирик товар ишлаб чиқариш учун шароит вужудга келади. У меҳнат унумдорлигини ошириш ва товарлар қийматини камайитириш учун имконият яратади.

Қиймат қонуни ишлаб чиқарувчи кучларни ривожлантиришга рағбатлантиради, бу ижтимоий меҳнатнинг кам сарфланишига сабаб бўлади.