

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI ALOQA, AXBOROTLASHTIRISH
VA TELEKOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARI DAVLAT
QO'MITASI**

**TOSHKENT AXBOROT TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI NUKUS
FILIALI**

KOMPYUTER INJINIRINGI FAKULTETI

KASBIY TA'LIMI YO'NALISHI

IQTISODIYOT NAZARIYASI FANIDAN

MUSTAQIL ISHI

Mavzu: Bozor iqtisodiyotning avzalliklari va kamchiliklari

**Topshirdi:
Qabul qildi:**

**Qoshqarov A.
Zakimov A.**

NUKUS 2014

REJA:

KIRISH

- 1. BOZOR TUSHUNCHASI VA BOZORNING VAZIFALARI**
- 2. BOZORNING IQTISODIY MAQSADLARI VA VAZIFALARI.**
- 3. BOZORNING TURLARI VA SHAKLLARI**
- 4. XULOSA**
- 5. FOYDALANGAN ADABIYOTLAR**

KIRISH

Bozor mexanizmi davlat tomonidan tartibga solishsiz ishlay olmaydi. Davlatning tartibga solishsiz normal bozorning bo'lishi mumkin emas. Bu davlatning xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyatiga bozor mexanizmining ishlashi uchun normal sharoitlar ta'minlash, iqtisodiy va ijtimoiy muammolarni hal qilish maqsadida ta'siridir. Iqtisodiyotning davlat tomonidan tartibga solinishi o'z ichiga turli: byudjet-soliq, pul-kredit, ma'muriy shakllarni oladi. Ma'muriy tartibga solish, masalan, majburan kartellashtirish, korxonalarni ochish uchun ruxsat olish va hokazo kabi choralar yordamida amalga oshiriladi. Byudjet-soliq shaklida tartibga solish byudjetining daromad va xarajat qismlarini tenglashtirishni ko'zda tutadi. Tanqislik bilan moliyalashtirish inflyatsiya jarayonlarini kichraytiradi, ularga turtki va zamin bo'ladi. Shuning uchun davlat byudjetni muvozanatlashtirishga intiladilar, pul-kredit shaklida tartibga solish foiz stavkalarini o'zgartirishni, «ochiq bozor»dagi amallar (operatsiyalar)ni, majburiy bank zaxiralarining me'yorlarini o'zgartirishni o'z ichiga oladi.

Xo'jalik yuritishning bozor tizimiga xos bo'lgan rag'batlar va tamoyillarning samaradorligini ijobiy baholagan holda unga xos bo'lgan salbiy tomonlarni ham inkor etib bo'lmaydi, ular iqtisodni nomo'tadil rivojlanishi tendensiyalari (inflyatsiya, ishsizlik, o'sish sur'atlarining pasayishi), daromadlarning taqsimlanishidagi tengsizlikning kuchayishiga olib keluvchi tendensiyalarni yuzaga keltiruvchi, ijtimoiy ne'matlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan sohalarni rivojlantirish imkoniyatlarini cheklovchi bozor qonunlarining amal qilishning oqibatlaridir.

Shuning uchun hozirgi zamon bozor tizimi uchun iqtisodiy rivojlanishga davlatning aralashishi zarurdir. Buning miqyosi va shakllari har bir mamlakatda turlicha variantlardadir. Ammo bozor iqtisodiyotida davlatning iqtisodiy vazifalarini kengaytirish uchun obyektiv chegaralar mavjuddir. Bozor mexanizmining harakatlarini to'g'rilab, uning salbiy tomonlarini yumshatib turar ekan davlat bozor narxlarini shakllantirishning asoslarini va erkin raqobatni buzilmasligi kerak.

BOZOR TUSHUNCHASI VA BOZORNING VAZIFALARI

Zamonaviy bozor xo'jaligi

Ishlab chiqarish va xo'jalik yuritishning ijtimoiy shakllarining rivojlanishi tadriji (evolyutsiyasi) asosida butun jamiyatning va alohida olingan har bir individning talab va ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan ijtimoiylashtirilgan tovar ishlab chiqarishning faoliyat yuritishi bo'lgan Zamonaviy bozor tizimining vujudga kelishiga olib keldi.

Bozor xo'jaligi – iqtisodiyotni tashkil qilishning tovar ishlab chiqarishga asoslangan, ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi o'zaro harakatini Bozor vositasida ta'minlovchi ijtimoiy shaklidir.

Bozor – tovar va pul muomalalarining o'zaro qat'iy harakatlari asosida vujudga keluvchi Iqtisodiy munosabatlarning tizimidir.

Bozorning klassik modeli quyidagi xususiyatlar bilan ta'minlanadi:

- nima ishlab chiqarish, nimaga va qanday sotishni o'zlari mustaqil tovar ishlab chiquvchilarning ko'pligi;
- kimdan mahsulot sotib olishni o'zlari mustaqil hal qiluvchi mustaqil iste'molchilarning ko'pligi;
- qiymat bo'yicha zamonaviy almashinuv;
- talab va taklif asosida narxlarning stixiyali belgilanishi;
- qayta ishlab chiqarish jarayonlarining stixiyali ravishda tartibga solinishi;
- erkin raqobat, kapitalning «erkin qayta qo'yilishi».

Hozirgi zamon sharoitlarida bozor o'zini-o'zi tartibga solishdan tartibga solinuvchiga aylanadi, bu esa bozor xo'jaligining subyekt-obyekt tuzilmasining murakkablashishiga olib keladi.

Bozor xo'jaligining subyekt-obyekt tuzilmasi, bu - bozor subyektlari o'rtasidagi munosabatlar tizimi bo'lib, ularning maqsadlarini, turli tomonlarga yo'naltirilib, yo'l-yo'lakay muqobil kelishiluvchi iqtisodiy manfaatlarini, bozor aloqalarining Turli-tuman obyektlari harakatlanishining holati hamda tashkil qilish shakllari va o'zaro bog'liq harakatlarini aks ettiradi.

Bozor xo'jaligini subyekti.

Uy-xo'jaligi – bu bir yoki bir necha kishilik tarkibidagi iqtisodiy birlikdir. U:

- inson kapitalining ishlab chiqarilishi va qayta ishlab chiqarilishini ta'minlaydi;
- o'zi mustaqil qaror qabul qiladi;
- ishlab chiqarish omillaridan qaysi biriga egalik qiladi;
- o'z talab va ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga intiladi.

Korxona – shunday iqtisodiy birlikki, u:

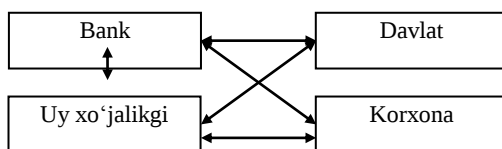
- ishlab chiqarish omillarini sotish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish uchun ishlatadi;
- maksimal foyda olishga intiladi;
- o'zi mustaqil ravishda qaror qabul qiladi.

Bank – bozorning normal faoliyat yuritishi uchun zarur bo'lgan pul massasining harakatini tartibga soluvchi moliya-kredit muassasasidir.

Davlat – huquqiy, siyosiy hokimiyatni zarur hollarda ijtimoiy aloqalarga erishish uchun bozor subyektlari ustidan nazoratni ta'minlovchi hukumat muassasalari timsolida taqdim etiladi.

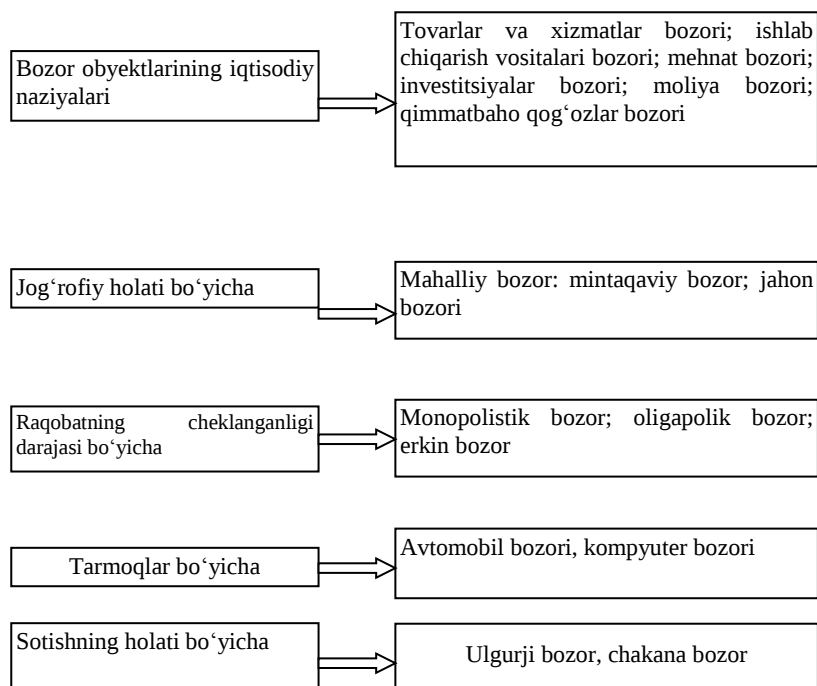
Bozor munosabatlari tizimida «ishlab chiqaruvchi –iste'molchi» aloqasi asosiylaridan biri hisoblanadi.

Bozor xo'jaligi subyektlarining o'zaro harakatining umumiy modeli:

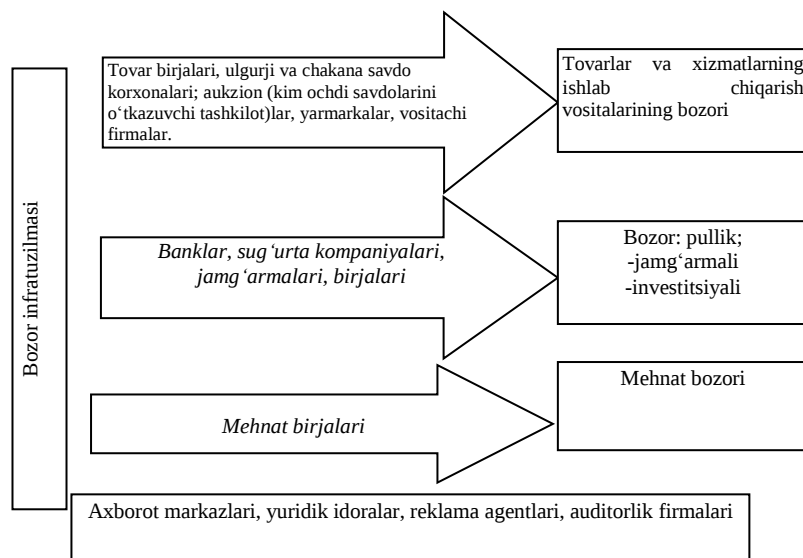


Bozor xo'jalik obyektlari: tovarlar va xizmatlar, ishlab chiqarish omillari (mehnat, yer, ishlab chiqarish vositalari), pul, kapital, qimmatbaho qog'ozlar, davlat tomonidan beriladigan imtiyozlar va subsidiyalar, ijtimoiy to'lovlar va preferentsiyalardir.

Bozor tuzilmasining tasnifi:



Bozor iqtisodiyotining infratuzilmasi – bu alohida bozorlar doirasida harakat qiluvchi va uning normal ishlashini ta'minlash uchun ma'lum bir vazifalarni bajaruvchi, o'zaro bog'liq institutlarining yig'indisidir.



Bozorning afzalliklari:

- resurslarning samarali taqsimlanishi;
- moslanuvchanlik, o'zgaruvchi sharoitlarga yuqori darajada moslashish;
- ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarning tanlash va harakat erkinliklari;
- ilmiy-texnik taraqqiyot yutuqlarini maksimal darajada ishlatish;
- xilma-xil talablarni qondirish, tovarlar va xizmatlar sifatini oshirish salohiyati.

Bozorning salbiy tomonlari:

- qayta tiklanmaydigan resurslarning saqlanishiga yordam bermaydi;
- qabul qilinayotgan qarorlarning potensial salbiy oqibatlarini ko'pchilik holatlarda hisobga olmaydi, inkor etadi;
- tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish uchun rag'batlar yaratilmaydi;
- to'liq bandlikni va narxlarning mo'tadil darajada bo'lishini kafolatlamaydi;
- fandagi tadqiqotlarning ta'sirchan asoslanishini ta'minlamaydi;
- tegishli rezession va inflyatsiya jarayonlari bilan birga rivojlanishi nomo'tadil bo'ladi.

Bozor mexanizmi – bu resurslarni shakllantirish va taqsimlash mexanizmi, sotuvchilar va xaridorlarning narxlar sifatini ishlab chiqarish hajmi hamda uning tuzilmasini belgilash bo'yicha o'zaro harakatlari, hamkorliklari mexanizmidir.

Bozor mexanizmi murakkab tizim bo'lib, u subyektlardan (sotuvchilar, xaridorlar vositachilar, davlat va mahalliy hokimiyat organlari huquqni himoya qilish idoralari); obyektlar (tovarlar va resurs bozorining turli xillari, kapitalning qimmatbaho qog'ozlar, bilimlar, texnologiyalar, yer, uy-joylar bozori)dan subyektlar o'rtasidagi aloqalar (korporatsiya, raqobat)dan, narx mexanizmi, narxlarni shakllantirish mexanizmi va iqtisodiy resurslarni taqsimlash)dan, iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar, davlat qabul qilayotgan qarorlar haqidagi axborotdan, kelishilgan qarorlarni qabul qilish vositalari (muzokaralar, kontraktlar, sotsiologik tadqiqotlar)dan iborat bo'ladi.

Bozor mexanizmining masalasi, o'zi sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) va xaridorlar (iste'molchilar) o'rtasidagi munosabatlardir. Aynan ular tovarlarning savdo-xarid jarayonini amalga oshiradilar. Bunda ular bu ishni bevosita bir-birlari bilan o'tkazishlari yoki bilvosita, uchinchi shaxslar (vositachilar) orqali amalga oshirishlari mumkin. Bu halqacha ishlab chiqaruvchidan to pirovard xaridorgacha qancha uzaytirilishidan qat'i nazar, u bozor mexanizmining o'zini bekor qila

olmaydi. Aksincha, bu ish uni ancha murakkabroq, chalkashroq, tovarning narxini esa ancha balandroq qiladi. Biroq bu jarayonda so'nggi qarorni, hal qiluvchi so'zni Ishlab chiqaruvchi va iste'molchi qabul qiladi va aytadi. Agar ularga vositachilar bilan savdo-xarid bo'yicha oldindan kelishib olinib, tegishli shartnoma, kontrakt tuzib olishlari mumkin. Shartnoma bo'yicha sotuvchi kelishilgan tovarni belgilangan muddatda jo'natish, xaridor esa uning uchun oldindan belgilangan narxda haq to'lab sotib olish majburiyatlarini olishadi.

Bozorning Iqtisodiy maqsadlari va vazifalari.

Bozor – ijtimoiy ishlab chiqarishni shunday tashkil qilishini, unda tovarlarni ishlab chiqaruvchilar xaridorlarning ehtiyojlaridan kelib chiqib **nimani** qachon va qaysi miqdorda hamda qaysi tovarlarni ishlab chiqarish, bu tovarlarni **qanday qilib** ishlab chiqarish (qaysi resurslardan va qaysi texnologiyalar yordamida), **kim uchun**, iste'molchi kimligidan qat'iy nazar, tovar shaxsiy iste'mol uchunmi yoki daromad olish uchun ishlab chiqarilishini o'zlari hal qiladilar.

Bozorning ishi deyilganda bozorning majburiyati, vazifasi, roli nazarda tutiladi. Bozorning bu majburiyatlari jamiyatning iqtisodiy maqsadlaridan kelib chiqadi.

Bu maqsadlar quyidagilardan tashkil topadi:

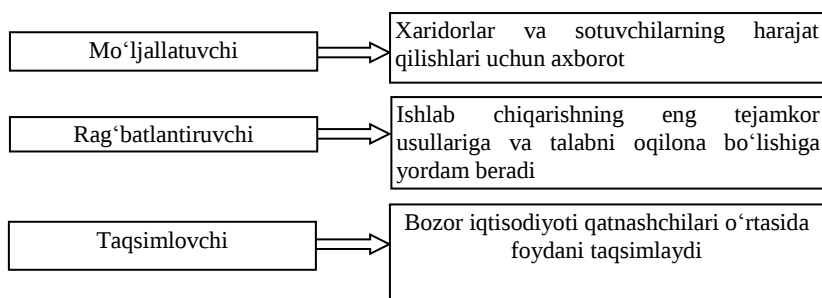
- iqtisodiy o'sishni ta'minlash, har bir odamning talablarini katta miqdor va hajmdagi, sifatli tovarlar ishlab chiqarish hamda xizmat ko'rsatish vositasida qoldirish;
- iqtisodiyotning samaradorligi yoki mavjud resurslardan minimal xarajatlar qilib, maksimal samara (foyda) olish;
- xo'jalik subyektlari: ishlab chiqaruvchilar, tadbirkorlar, xodimlarning iqtisodiy erkinligi va ishlashni xohlovchi va bunga qobillarning hammasini to'liq bandligi;
- narxlar va baholar, ularning umumiy darajasini sezilarli darajada ko'tarilmagan yoki tushirilmagan, ya'ni inflyatsiyasiz va deflyatsiyasiz optimal darajasi;
- jamiyatning ishlovchi va ishlamovchi a'zolari (ishlashga qobiliyati yo'q, kasal, qariyalar) o'rtasida daromadlarning adolatli taqsimlanishidir.

Bozorning normal ishlashi va jamiyat uning oldiga qo'ygan iqtisodiy maqsadlarni real amalga oshirish uchun bir qator shart-sharoitlarni ta'minlash zarur. Bular:

1. Bozor, tovar-bozor munosabatlari faqat xususiylashtirilgan mulk asosidagina, tovar ishlab chiqaruvchi, ishlab chiqarish vositalarining egasi bo'lib, o'z mehnati natijalarini erkin tasarruf eta olgandagina amalga oshirilishi mumkin.
2. Ijtimoiy ishlab chiqarishda barcha ishtirokchilarning ishlab chiqarish va tijorat sohalarida erkinligi zarurdir.
3. Qat'iy va avtoriter valyutaning mavjud bo'lishi.
4. Kredit va moliya munosabatlarining aniq yo'lga qo'yilgan va ishlab turgan tizimi.
5. Ishlab chiqaruvchilar va boshqaruv xodimlarining bozor munosabatlariga tashkiliy ravishda va ishonchli qo'shilib ketish mahorati.

Bozor iqtisodiyotida narxning vazifasi.

Bozor iqtisodiyotida narxlar quyidagi vazifalarni bajarishadi:



Taqsimlash vazifasi – eng muhimdir. U shundan iboratki, narxlar tovarlarning sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi taqsimlanishiga ta'sir qiladi. Uy-joy uchun ijara haqining baland bo'lishi uylarda yashovchilarni kambag'allashtirsa, uy egalarini boyitadi, shuning uchun narxlarning bu vazifasi turli xildagi tartibga soluvchi mezonlarning ta'siriga eng ko'p tushishiga ajablanarli xol emas.

Narxlar iqtisodiyotda boshqa vazifani ham bajaradilar. Narxlar iste'mol talabini mo'l-ko'l bo'lgan tovarlarga yo'naltirib, uni o'ta tanqiq tovarlardan uzoqlashtirib turadilar. Agar, aytaylik, yoqilg'ining bir turining zaxiralari tugayotgan, shu bilan bir vaqtda mahsulotning ikkinchi turi hali keragidan ortiqcha bo'lsa, ikkinchisiga qaraganda birinchisining narxining oshishini kutish lozim bo'ladi. Bu firmalarni va yakka tartibdagi iste'molchilarni yetishmayotgan yoqilg'i turidagi zaxirasi yetarli bo'lgan yoqilg'iga o'tishiga majbur qiladi. Yirik firmalar o'z uskunalarini qayta qurib oladilar, yangidan qurilgan uylarning isitish tizimi arzon yoqilg'ini ishlatishga mo'ljallantiriladi.

Narxlar taqsimlash vazifasini bajara borar ekanlar, resurslardan samarali foydalanishga erishish imkonini beradilar, tanqis resurslarini ularga eng katta talab mavjud bo'lgan soha va tarmoqlarga yo'naltiradilar.

Tanqis resurslar qimmatlashganida, bozorda ulardan eng katta foyda hisobiga ishлата oladiganlarga qolishadi.

Tanqis xom ashyo, materialning o'rniga uning o'rnini bosuvchi arzonrog'ini ishлата olish imkoniga ega bo'lgan katta firmalar va ayrim shaxslar (individlari) bu materiallarni ishlatishga tanqis resursning narxi haddan tashqari baland bo'lib ketganda o'tadilar. Yoqilg'ining boshqa turlarini ishlatish imkoniga ega bo'lmaganlar esa narxlarning qanchalik o'sganligiga qaramay o'sha, eski yoqilg'idan foydalanishni davom ettiraveradilar.

Ba'zida narxlarning oshishi butun jamiyatga foydali bo'lishi ham mumkin. Agar, masalan, mamlakatga tabiiy gazning yetmay qolishi xavf solib turgan bo'lsa, uning narxini ko'tarish zarur, bu potensial iqtisodiy zararni kamaytirish imkonini beradi deb hisoblaydilar. Albatta, bir qator hollarda narxlarning o'sishiga yo'l qo'ymaslik maqsadga muvofiqdir.

Narxlarni tartibga solish.

Ma'lumki, rivojlangan bozor iqtisodiyotida ishlab chiqaruvchi o'z faoliyatining maqsadga muvofiq yo'nalishlari haqidagi hamma axborotni tovarlar, xizmatlar, resurslarga bo'lgan narxlarning tizimi orqali oladi. Bunga «marketing» deb nom olgan Bozor strategiyasi va davlatning tegishli ravishda mo'ljallantirilgan

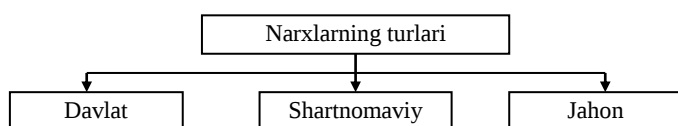
harakatlari yordam beradi. Davlat o'z zimmasiga pul muomalasini to'g'ri tashkil qilish, bozorning iqtisodiyotining salbiy samaralari uchun tavon to'lash, bunday natijalarni bartaraf etish yoki ularga yo'l qo'ymaslik uchun ma'suliyatni o'z zimmasiga oladi.

Bozor xo'jaligida aniq korxona yoki firma mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining hisob-kitobiga shu mahsulotning bozordagi raqobat natijasida qo'yiladigan narxi qarama-qarshi turadi. Ularning keyingisi sotuvchi va xaridor o'rtasidagi erishilgan kelishuv (kompromiss) bo'lgan **talab va taklifning nisbatining** narxda aks ettirilishiga olib keladi.

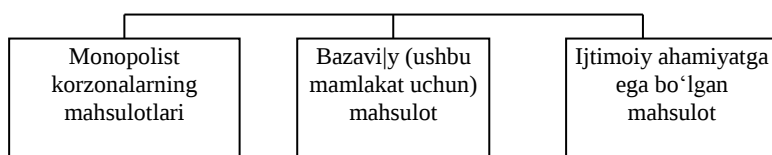
Shunday tarzda hosil bo'ladigan mexanizmning amal qilishi ancha takomillashgan: jamiyatning talablari zaruriy izchillik bilan qondiriladi. Shunga qaramay ta'rifi keltirilgan mexanizm ayrim kamchiliklarga ham ega, ulardan eng muhimi vaqti-vaqti bilan tovarlarni ortiqcha ishlab chiqarishining vujudga kelishidir. Umuman olganda, albatta, bozor mexanizmining imkoniyatlari cheklangan emas. U hamma talablarni emas, balki so'rov orqali ifodalangan talablarnigina qondirish imkonini beradi. Bunda, eng avvalo, jamoaviy foydalaniladigan tovarlar va xizmatlar yoki yana «ijtimoiy jamoaviy» tovarlar deb ataluvchi – milliy mudofaa, davlat boshqaruvi yagona energetika tizimi, jamoat tartibini saqlash va boshqalar tushib qoladi. So'ngra, bozor tizimi insonga munosib hayot, ishlashni xohlovchi va bunga qobil bo'lganlarga mehnat qilish huquqini ta'minlovchi farovonlikni ma'lum standartlarda amalga oshirishni kafolatlamaydi. Yirik investitsiya loyihalarini amalga oshirishda, tarixiy va milliy omillar bilan bog'liq bo'lgan mintaqaviy muammolarni hal qilishda bozor mexanizmi hamma vaqt ham samarali bo'lavermaydi.

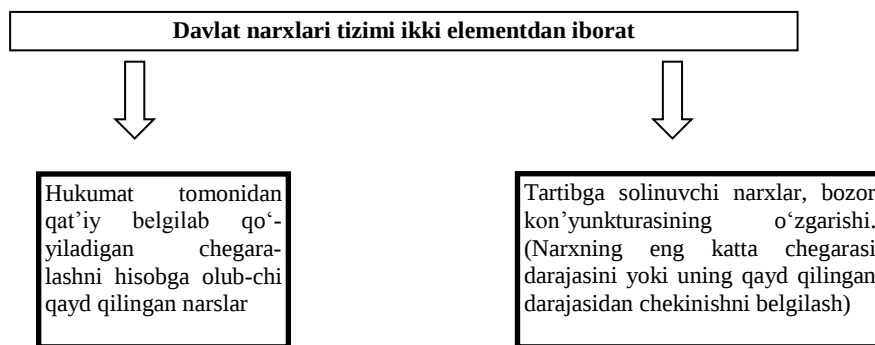
Shunisi ham ravshanki, bozor ijobiy natija bera olmaydigan joyda davlatning aralashishi talab qilinadi.

Hozirgi zamon iqtisodiyotidagi narxlar tizimi juda murakkab, lekin detallashtirilishdan qochilsa, uning asosiy uchta turini keltirish mumkin.



Bozor iqtisodiyoti davrida davlat narxlari belgilanishi mumkin bo'lgan mahsulotlar.





Shartnomaviy narxlar – bu sotuvchi va xaridorning kelishuvi bilan belgilanadi, ya'ni faqat ushbu tovarga bo'lgan talab va taklifni hisobga oluvchi narxlaridir. Shartnomaviy narxlarning solishtirma og'irligi ushbu mamlakat iqtisodiyotining, «bozoriylashganlik» darajasini belgilab boradi.

Jahon baholari mintaqaning o'ziga xosligini, sharoitlarini va tijorat bitishuvlari vaqtini aks ettirib, xalqaro savdoda qo'llaniladi. Shuning uchun jahon narxlarining hisob-kitobi eng yirik eksport-import amallari bazasida (asosida) o'tkaziladi.

Narxlar darajasi – mamlakatda ishlab chiqarilgan va ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'langan narxlarning o'rtacha (bosiq) kattaligidir.

Narxlarning darajasi indeks shaklida ifodalanadi. *Indeks esa mazkur davrdagi tovar va xizmatlarning ma'lum to'plami narxlar yig'indisining bazis davridagi aynan shu (yoki o'xshash) guruh tovarlari va xizmatlar narxlarining yig'indisi o'rtasidagi nisbati* sifatida ta'riflanadi.

Narxlarning darajasini o'lchash zarurati bu ko'rsatkichning dinamikasi (inflyatsiya jarayonlari)ning muhimligi bilan izohlanadi. Bundan tashqari, ishlab chiqarishning turli yillardagi qiymat hajmi (YaMM)ni solishtirish faqat pul birligini mo'tadilligi saqlangan hollardagina mumkin bo'ladi. Bu esa amalda erkinlikni juda qiyin bo'lgan natijadir. YaMM ning dinamikasini narxlar o'zgarishining ta'siridan soqit qilishga aynan narxlarning indeksi yordam beradi.

BOZORNING TURLARI VA SHAKLLARI

Bozorning eng eski shakli – **an'anaviy bozor** – bu sotuvchilar va xaridorlar bitishuvlarni amalga oshiruvchi joydir. Bizning ko'pchilik shaharlarimizda oldi-sotdi amalga oshiriladigan maydonlar va binolar haligacha mavjuddir.

Biroq hozirgi dunyoda bozor juda ko'p shakllarga ega. Bozorni xaridorlar va sotuvchilarga bitishuvlarni baholarni belgilash va almashinuvni o'tkazish mumkin bo'lgan tarzda tuzish imkonini beruvchi har qanday tuzilma sifatida ta'riflash afzalroqdir.

Oldingi vaqtlarda ko'pchilik bozorlar mahalliy bo'lgan. Odamlar asosan o'zlarini-o'zlari ta'minlaganlar, boshqalardan esa juda kam narsa sotib olganlar.

Bugungi kunda **ichki** (milliy, bir davlat doirasidagi) va **tashqi bozorni** farqlash kerak bo'ladi.

Transport va aloqaning takomillashuvi, shuningdek, reklamadan foydalanish bir tomondan, jahon iqtisodiyotining ayrim mamlakatlarda ishlab chiqarilayotgan tovarlarga o'sib borayotgan talab ikkinchi tomondan, ko'plab tovarlar uchun baynalmilal bozorlarning tuzilishiga olib keldi.

Hozirgi zamon iqtisodiy tizimda jahon bozorlari shakllangan. Turli mamlakatlarning etakchi ishlab chiqaruvchilarining nomlari butun dunyoga yaxshi ma'lum. Kauchuk, neft, bug'doy, qand, kofe va choy kabi xom-ashyolar ko'p yillardan buyon aynan shu bozorlarda sotilmoqda.

Ishlab chiqarishning – nima Ishlab chiqarish kerak? Qanday ishlab chiqarish kerak? Kim uchun ishlab chiqarish kerak? kabi asosiy muammolari talab va taklif mexanizmi orqali hal qilinadi.

Ishlab chiqarilgan yoki taklif etilayotgan tovarning har bir turi boshqa bozorlardan ishlab chiqarish omillari bilan farqlanuvchi o'z bozorida sotiladi.

Ishlab chiqarish omillari bo'yicha quyidagilarni ajratish qabul qilingan:

- Mehnat bozori (bozor munosabatlari sharoitida ish kuchi tovarga aylanadi).
- Er bozori (agar er tovar hisoblangan taqdirda).
- Pul kapitali bozori.
- Ko'chmas mulk bozori.
- Xom ashyo bozori va hokazolar.

Ishlab chiqaruvchilar soni o'rtasidagi nisbat va ular orasidagi raqobatning mavjumligi va iste'molchilarning soniga bog'liq ravishda bozorlarning quyidagi modellarini farq qiladilar:

1. **Polipoliya** (takomillashgan raqobat) – bir xil tovarning o'ziga sotuvchi va xaridorlar sonining kattaligi. Qaysidir sotuvchining tovarga qo'ygan narxdagi o'zgarishlari boshqa sotuvchilar orasida emas, faqat xaridorlar o'rtasidagina tegishli javob (reaksiya)ni vujudga keltiradi.

Muhim o'ziga xos tomonlari. Bozor har kim uchun ochiq. Bozorda hamma harakatlar ochiq ravshan amalga oshiriladi, amallarni bajarish jarayoni hech kimdan sir tutilmaydi. Narx -berilgan kattalik bo'lib, har bir sotuvchi va xaridor mahsulotning narxi, miqdori, xarajatlar va bozordagi talab haqida to'liq va haqqoniy axborotga ega bo'ladilar.

Biroq real mavjud bo'lgan bozorlarning birortasi sanab o'tilgan xususiyatlar bilan ajralib turmaydi. Shuning uchun takomillashgan raqobat sxemasi asosan nazariy ahamiyatga ega. Shundoq bo'lsa-da, u o'ziga qaraganda ancha realroq bo'lgan bozorlar tuzilmasini tushunish uchun kalitdir. Uning qiymati, ahamiyati ham aynan shundadir.

2. **Monopoliya** – bitta sotuvchi ko'p xaridorlarga qarshi tursa-da, bunda shu sotuvchining o'zi mahsulotning yagona ishlab chiqaruvchisidir.

Muhim o'ziga xos xususiyatlari: monopolist bozor hokimiyatga ega bo'ladi, narxlarni, bozorga mahsulot yetkazib berilishini nazorat qiladi. Bozorga kirish yo'lida monopolist tomonidan raqobatchilar uchun kelib chiqishi tabiiy yoki notabiiy bo'lgan to'siqlar qo'yiladi.

3. **Oligopoliya** – nisbatan uncha katta miqdorda (o'n nafar atrofida) bo'lmagan sotuvchilar tovarlar va xizmatlar bozorida hukmronlik qiladilar.

Muhim o'ziga xos xususiyatlari: sotuvchilarning unchalik ko'p emasligi ularning narxlarni belgilash, bozorlarni bo'lish va taqsimlashda monopolistik kelishuvlar olishlariga qo'l keladi. Oligopoliyalar turdosh bo'lganidek differensiyalangan tovarlarni ham ishlab chiqarish mumkin. Turdoshlik xom ashyo va ruda, neft, po'lat, sement va hokazolarni yarim fabrikatlari bozorida, differensiyalash iste'mol tovarlari bozorida ko'proq uchraydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, taqdim etilgan modellardan birortasi iqtisodiyotda sof holda uchramaydi. Ammo uchalasi har biri o'z darajasida, zamonaviy bozorlarga xosdirlar.

Bozorni tashkil qilish shakllari bo'yicha mustaqil asosni belgilovchi va rol o'ynovchi xo'jalik yuritish jihatdan mustaqil tashkilotlarni ko'rsatish lozimdir. Bularga:

1. Birjalar – umumiy bozorni segmentlari sifatida ochiq oldi-sotdi yo'li bilan talab va taklifni muvozanatlashtirish. Tovarlar va xom-ashyo resurslari bozorini tartibga solish, unifikatsiyalash (bir xillashtirish), bozorni rivojlantirish va iqtisodiy indikatorlar (bozorlarda turli Iqtisodiy ko'rsatkich va hokazolarning ko'tarilishi yoki pasayishi) funksiyalarini rag'batlantirish vazifalarini bajaradilar.

2. Auksionlar – (lotincha *auctio* – ommaviy savdodan) – individual faqat o'zigagina xos bo'lgan xususiyatlarga va qiymatga ega bo'lgan tovarlarni sotish demakdir. Sotuvchi eng katta foyda olish uchun savdoda qatnashayotgan xaridorlarning raqobatidan foydalanadi.

3. Ko'rgazmalar – reklama faoliyatini yo'lga qo'yish potentsial iste'molchilarga yangi mahsulot uni qo'llash sohalari va sotib olish imkoniyatlari haqida axborot berish, ishlab chiqaruvchilar o'rtasida xo'jalik aloqalarini oqilona yo'lga qo'yishga yordam beruvchi tijorat axborotini almashish uchun o'tkaziladi.

4. Yarmarkalar – ma'lum bir davr oralig'ida, vositachilar, tashkilotlar vakillari ishtirokida, manfaatdor aniq sotuvchilar va xaridorlarning bu yerda taqdim etilgan tovarlarga kontraktlar va bitishuvlar tuzishlari uchun o'tkaziladigan tadbirlardan iboratdir.

Narx va bozor Baho va qiymat nima?

Iqtisodda, «qiymat», aynan almashinuvdagi qiymat so'zi alohida ma'noga ega. Boshqacha qilib aytganda, narsa, buyumning qiymati uni almashtirish mumkin bo'lgan predmetlar orqali ifodalanadi.

Pulda ifodalangan baho (narx) almashish qiymatining o'lchovidir. U ushbu buyum boshqalarga nisbatan qancha turishini ko'rsatadi.

Biz sotib oladigan ko'pchilik tovarlarning narxini **bozor omillari**, ya'ni talab va taklif belgilaydi. **Taklif – bu odamlarning tovarlarni sotishga chiqarishga tayyorgarligi va imkoniyati, talab esa – bu odamlarning ushbu tovarlarni sotib olishga tayyorligi va imkoniyatlari.**

Talab.

Iqtisodiyotda «talab» so'zi tovar yoki xizmatni xarid qilish, qo'lga kiritish istagi, shuningdek, ular uchun haq to'lashga tayyorgarlik va imkoniyat ma'nosini bildiradi. Boshqacha qilib aytganda, tovar yoki xizmatning taklifi faqat ularga talab bo'lgan paytdagina mavjud bo'ladi.

Talab – bu mahsulotning iste'molchilar ma'lum bir narxlarda, vaqtning ma'lum bir davrida sotib olishga tayyor bo'lgan miqdoridir.

Narx va xaridorlar miqdori o'rtasida bog'liqlik borligini payqash qiyin emas, ya'ni tovarning narxi qancha past bo'lsa, u shuncha ko'p miqdorda sotib olinishi mumkin. Bu bog'liqlikni iqtisodiyot nazariyasida **talab qonuni** deb ataydilar.

Tajriba uncha katta bo'lmagan istisnolardan tashqari hollarda talabning hajmi narx pasayganda oshishini ko'rsatmoqda. Odatda, bu «**talab qonuni**» sifatida

bunday shakllanadi: **boshqa sharoitlar bir xil bo'lganida past narxlarda talab hajmi** yuqori narxlardagiga qaraganda ko'proq bo'ladi.

«Boshqa sharoitlar teng, bir xil bo'lganda» – bu qoidaning muhim qismidir. Biz bir qadar ishonch bilan tovarning narxi tushganida unga bo'lgan talab ko'proq bo'ladi, deb ta'riflashimiz mumkin, lekin biz bunda boshqa omillarning o'zgarmay qolishiga yo'l qo'ygan holdagina yuqoridagi fikrni tasdiqlashimiz mumkin. Agar tovarning narxi tushib boraversa, iste'molchilarning daromadlari, ularning didlari yoki boshqa tovarlarning narxlari ham o'zgarib borsa, narxi pasaytirishning oqibatlari nimaga olib kelishini oldindan aytish qiyin bo'lib qoladi.

Talab qiyshiq chizig'ining shakli.

Talabning qiyshiq chizig'i – nuqtalari xaridor ma'lum vaqt davomida tovarlarning turlicha miqdorini qaysi narxlarda sotib olishlari mumkinligini ko'rsatuvchi qiyshiq chiziqdir.

Nimaga talabning qiyshiq chizig'i pastga chapdan o'ngga qarab yo'naltirilgan? Nima uchun odamlar tovarlarni uning narxi tushganida ko'proq oladilar va nega bahosi oshganida kamroq xarid qiladilar? Talabning qiyshiq chizig'i nega bunday shaklga ega ekanligini bir nechta izohi bor. Biz narxning o'zgarishining ikkita natijasi bilan bog'liq bo'lgan oddiy izohni ko'rib chiqamiz.

Agar ushbu tovarning narxi tushayotgan bo'lsa, iste'molchilarning daromadlari va boshqa tovarlarning baholari esa o'zgarmay qolayotgan bo'lsa, unda iste'molchilarning turmush darajasi ko'tariladi: demak, endi ushbu tovarni boshqa tovarlar hisobiga emas, aynan uning narxi pasaygani sababli ko'proq sotib olish mumkin.

Biz qaysidir buyumni sotib olayotganimizda ularning qaysi birini tanlashimizga to'g'ri keladi, chunki ko'pchilik tovarlarning ularga yaqin bo'lgan, ularning o'rnini bosa oladigan o'zaro raqobatlashadigan tovarlar bor. Shuning uchun, tovarning narxi pasayganida, uning o'rnini bosuvchi tovar narxlari bilan solishtirganda, ancha jozibador ko'rinadi. Mazkur tovarga talab hajmi iste'molchilar bu tovarlarning o'rnini bosuvchilarning narxlari nisbatan qimmat bo'lib qolgani uchun o'rin bosuvchi tovarlarni olmay qo'yganliklari sababli oshib ketadi.

Tovar narxining ko'tarilishi teskari natijalarga olib keladi.

Taklif.

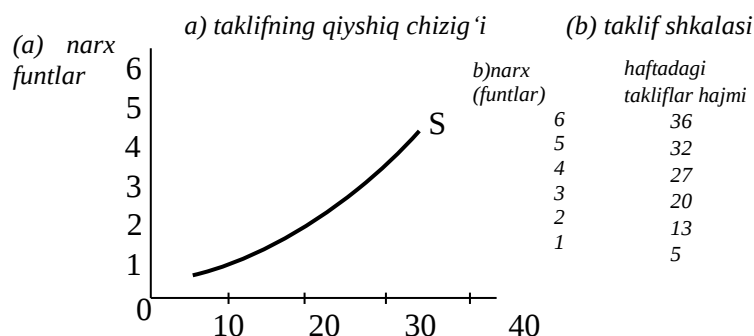
Taklifning hajmi (kattaligi) tovarning mavjud zaxirasi haqida dalolat bermaydi: **bunda sotishga taklif qilinishi mumkin bo'lgan tovarning miqdori nazarda tutiladi.**

Taklif ma'lum bir narx bo'yicha, ma'lum bir vaqt davomida sotish uchun taqdim etiladigan tovarning miqdori sifatida ta'riflanadi.

Narx va taqdim qilinayotgan mahsulotning miqdori o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri bog'lanish bor, ya'ni tovarning narxi qanchalik past bo'lsa, u shuncha ko'p miqdorda ishlab chiqariladi va sotishga taklif qilinadi va aksincha.

Sotishga chiqarilgan tovarning miqdori xaridor to'lashga tayyor bo'lgan narxlarga bog'liqdir. Fermerlar bozor narxlarini past deb hisoblaganlarida, ba'zan ular sabzavot, mevalarni bozorda sotmasdan yerga ko'mib tashlaydilar. Bunday hollarda ishlab chiqarilgan sabzavot va mevalar taklifning bir qismi bo'lmaydilar, chunki ular sotishga taqdim etilmagan bo'ladilar.

Iqtisodiyotning yana bitta qonuni bunday deydi: **baholar yuqori bo'lganda taklifning hajmi (kattaligi) narxlar past bo'lgandagiga qaraganda kattaroq bo'ladi.**



Taklifning qiyshiq chizig'i.

Taklifning qiyshiq chizig'i – sotuvchilar turli narsalar va ma'lum vaqt ichida sotishga taklif qiladigan tovarlar va xizmatlarning miqdorini ko'rsatuvchi qiyshiq chiziqdır.

Taklifning qiyshiq chizig'ini shakli firmalarning maksimal darajada foyda olishga intilishlari bilan aniqlanadi. Bunday talqin (izoh) taklifning qiyshiq chizig'i nima uchun chetdan o'nga qarab tepaga yo'naltirilganligi, ya'ni nima uchun firmalar ko'proq mahsulotlarni yuqoriroq narxlarda taklif qilishga tayyor ekanliklarini tushunishga yordam beradi.

Agar ushbu tovarga talab oshsa, u ancha kam topiladigan bo'ladi va uning narxi ham ko'tariladi. Taklifning hajmi (kattaligi) oshadi, chunki o'sib borayotgan foyda ishlab chiqarishning o'sishini rag'batlantiradi. Ancha baland bo'lgan narxlar va foyda bu tarmoqqa boshqa firmalarni ham jalb etadi.

Talab pasayganda tovarning narxi tushadi, bu esa bozorda mavjud bo'lgan narxda bunday tovarlar keragidan ortiqcha miqdorda borligini bildiradi. Narxlar pasayganda ishlab chiqarish kamroq foyda keltiradigan bo'lib qoladi, shuning uchun firma bu tovarni chiqarishni qisqartiradi va bu mahsulotni taklif qilish kamayadi. Narxning tushishi shunga olib kelishi mumkinki, kamroq samara bilan ishlayotgan firmalar bu tarmoqdan ketishga majbur bo'lishadi.

Bozor narxi (muvozanat bahosi).

Agar biz talab va taklifning qiyshiq chiziqlarini bitta diagrammaga yig'sak, ular bozor narxi yoki muvozanat bahosini ifodalovchi bitta nuqtadagina kesishishini ko'ramiz. Demak, shu narxdagina talabning kapitali taklifning kattaligiga teng bo'ladi.

Muvozanat yoki bozor narxi asta-sekin o'rnatiladi. Agar oldi-sotdi bozor bahosi emas, boshqa narxlarda tovarning ortiqchaligi yoki yetishmasligi ro'y beradi, bu esa narxlarning o'zgarishiga olib keladi va bu narxlar muvozanat darajasida to'xtamagunicha davom etaveradi.

Бозор иқтисодиёти

АФЗАЛЛИГИ

- ☐ Ҳусусий мулкчилик;
- ☐ Ҳусусий тадбиркорлик;
- ☐ Товар ва хизматлар истеъмолчиларнинг истагидан келиб чиққан ҳолда яратилади;
- ☐ Рақобат муҳитининг мавжудлиги;
- ☐ Товар ва хизматларнинг хилма-хиллиги;
- ☐ Индивидуализм ғояси;
- ☐ Маҳсулот танқислиги кузатилмайди;
- ☐ Иқтисодий ислохотлар;
- ☐ Товар ишлаб чиқарувчи иқтисодий эркин бўлади;
- ☐ Бозорда нимага талаб ошиб борса, шу нарсани ишлаб чиқариш фойдали бўлади;
- ☐ Монополизмни инкор этади;
- ☐ Жамият аъзолари ўз даромадларига кўра табақаланади;
- ☐ Инвестициявий фаоллик;
- ☐ Новаторлик қобилиятини рўёобга чиқаради;
- ☐ Шахсий ташаббускорликни ривожлантиради;
- ☐ Манфаатдорлик;
- ☐ Оилавий бизнес(бизнес орқали бирданига бойиб кетиш мумкин ёки акси);
- ☐ Боқимандачилик кайфиятининг барҳам топиши;
- ☐ Маҳсулот ишлаб чиқарувчининг зўравонлигига барҳам берилади;
- ☐ Инсонни илм-фан ва техниканинг сўнгги ютуқларини жорий этадиган, касб маҳоратини муносиб баҳолайдиган қилади.

КАМЧИЛИГИ

- ☐ аҳолининг моддий таъминот жиҳатидан кескин табақалашуви;
- ☐ бозор иқтисодиётида давлат назоратининг йўқлиги (иқтисодий инқироз);
- ☐ ишсизлик даражасининг юқорилиги;
- ☐ инфляция (пулнинг қадрсизланиши);
- ☐ кўпгина корхоналарнинг синиши ва ишбилармонларнинг хонавайрон бўлиши;
- ☐ ҳуқуққа зид ҳатти-ҳаракатлар;
- ☐ жинойтларнинг ўсиши;
- ☐ ўғрилик;
- ☐ порахўрлик;
- ☐ муттаҳамлик;
- ☐ таъмагирлик;
- ☐ қариндош-уруғчилик;
- ☐ иқтисодий ва молиявий инқироз;
- ☐ яширин иқтисоднинг мавжудлиги;
- ☐ ўтиш даврида пул массасининг ҳаммада ҳам йўқлиги

XULOSA

Xulosa o'rinida shuni aytib o'tishimiz mumkinki Bozorning eng eski shakli – **an'anaviy bozor** – bu sotuvchilar va xaridorlar bitishuvlarni amalga oshiruvchi joydir. Bizning ko'pchilik shaharlarimizda oldi-sotdi amalga oshiriladigan maydonlar va binolar haligacha mavjuddir.

Biroq hozirgi dunyoda bozor juda ko'p shakllarga ega. Bozorni xaridorlar va sotuvchilarga bitishuvlarni baholarni belgilash va almashinuvni o'tkazish mumkin bo'lgan tarzda tuzish imkonini beruvchi har qanday tuzilma sifatida ta'riflash afzalroqdir.

Oldingi vaqtlarda ko'pchilik bozorlar mahalliy bo'lgan. Odamlar asosan o'zlarini-o'zlari ta'minlaganlar, boshqalardan esa juda kam narsa sotib olganlar.

Bugungi kunda **ichki** (milliy, bir davlat doirasidagi) va **tashqi bozorni** farqlash kerak bo'ladi.

Transport va aloqaning takomillashuvi, shuningdek, reklamadan foydalanish bir tomondan, jahon iqtisodiyotining ayrim mamlakatlarda ishlab chiqarilayotgan tovarlarga o'sib borayotgan talab ikkinchi tomondan, ko'plab tovarlar uchun baynalmilal bozorlarning tuzilishiga olib keldi.

Hozirgi zamon iqtisodiy tizimda jahon bozorlari shakllangan. Turli mamlakatlarning etakchi ishlab chiqaruvchilarining nomlari butun dunyoga yaxshi ma'lum. Kauchuk, neft, bug'doy, qand, kofe va choy kabi xom-ashyolar ko'p yillardan buyon aynan shu bozorlarda sotilmoqda.

Ishlab chiqarishning – nima ishlab chiqarish kerak? Qanday ishlab chiqarish kerak? Kim uchun ishlab chiqarish kerak? kabi asosiy muammolari talab va taklif mexanizmi orqali hal qilinadi.

Ishlab chiqarilgan yoki taklif etilayotgan tovarning har bir turi boshqa bozorlardan ishlab chiqarish omillari bilan farqlanuvchi o'z bozorida sotiladi.

Foydalangan adabiyotlar:

1. Anufriyev, A.I., Fattaxov A.A. «Strategiirazvitii optovo`x ro`nkov» T, 2002, TGEU.
2. Chjen. V A. Mirzaaxmedov E «Ro`nochno`ye infrastukturo` Uzbekistana», T, 1996
3. Chjen V.A «Xususiylashtirish asoslari» T, 1996
4. Rasulov M «Bozor iqtisodiyoti asoslari», T, Uzbekiston, 1999
5. www.ziynet.uz