



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT SHARQSHUNOSLIK INSTITUTI**

**MIKRO MAKRO IQTISODIYOT
FANIDAN
MA’RUZALAR MATNI**

TOSHKENT – 2013

O'quv-uslubiy majmua namunaviy dastur va ta'lim yo'nalishining o'quv rejasi asosida ishlab chiqilgan va "Iqtisodiy nazariya" kafedrasining 2012 - yil 28 avgustdagi majlisi-sonli bayonnomasi bilan, hamda Xorijiy mamlakatlar iqtisodiyoti va mamalakatshunoslik fakulteti Ilmiy-uslubiy kengashining 20.....-yildagi - sonli majlisi bayonnomasi bilan nashrga tavsiya etilgan.

Tuzuvchilar:

Xolmatov N.B - Toshkent davlat sharqshunoslik instituti
"Iqtisodiy nazariya" kafedrası dotsenti, i.f.n.
Imomova N.A. - Toshkent davlat sharqshunoslik instituti
"Iqtisodiy nazariya" kafedrası o'qituvchisi

Taqrizchilar:

Haqberdiyev Q.Q. - Toshkent davlat sharqshunoslik instituti,
"Iqtisodiy nazariya" kafedrası dotsenti, i.f.n.

Xabibullayev I. - Toshkent Moliya instituti "Statistika" kafedrası
professori, t.f.d.

Fanning o'quv-uslubiy majmuasi Toshkent davlat sharqshunoslik instituti O'quv-uslubiy kengashida ko'rib chiqilgan va tasdiqlangan. (201... yil "....."dagi "....." - sonli bayonnomasi).

KIRISH

O'zbekistonda iqtisodiyotni erkinlashtirish, modernizatsiya qilish va milliy iqtisodiyotning jahon xo'jaligiga oqilona va samarali integratsiyalashuvi bosqichida bozor qonuniyatlariga asoslangan milliy xo'jalik bosqichma-bosqich shakllanib bormoqda, uning tarkibi, xususan, tarmoq va hududiy tuzilishi brogan sari takomillashtirilmoqda. Shuningdek, bozor transformatsiyasi jarayonlarida milliy iqtisodiyot amal qilishi va rivojlanishida o'ziga xos tendensiya va qonuniyatlar yuzaga chiqmoqda.

Mamlakatimizda mavjud moddiy, iqtisodiy, intellektual resurslardan oqilona foydalanish, cheklangan zahiralardan yuqori samara olish, jfhon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davrida aholi turmush darajasining pasayib ketishining oldini olish va muttasil oshirib borish, inqirozning salbiy oqibatlarini yumshatish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar ko'rilmoqda, tegishli islohotlar olib borilmoqda. Xususan, 2011-2015 yillarga mo'ljallangan Oliy o'quv yurtlarini rivojlantirish dasturi amalga oshirilmoqda. Bu dasturning amaliy ahamiyatiga e'tibor qaratib, Prezidentimiz Islom Karimov "Dasturdan ko'zlangan asosiy maqsad – oliy ta'lim muassasalarining moddiy-texnik bazasini yanada mustahkamlash, ularni zamonaviy o'quv, laboratoriya va ilmiy uskunalar bilan jihozlash, pirovardida o'quv dasturlarini takomillashtirish, tobora kuchayib borayotgan zamon talablariga javob beradigan kadrlarni tayyorlashda sifat jihatidan yangicha yondoshuvlarni hayotga tatbiq etishdan iboratdir", deb ta'kidladilar¹. Ushbu fikrlarga asoslangan holda aytish o'rinliki, talabalarga ta'lim va tarbiya berish jarayonida ham yangicha yondoshuvlar ishlab chiqish, mavjud o'quv adabiyotlari tarkibini va mazmunini takomillashtirib borish davr talabiga aylanmoqda.

"Mikromakroiqtisodiyot" fanini o'qitish ta'lim texnologiyasi, o'qituvchidan talab qilinadigan puxta ilmiy-nazariy bilimga ega bo'lish va pedagogik-tarbiyaviy malakani kuchaytirib borish mas'uliyatini pasaytirmaydi, balki, talabalarga mavzularning asosiy materiallarini qisqa va tushunarli tilda etkazib berishga, bilim, ma'lumot va axborotlarni qiyoslash, guruhlash, ta'riflash orqali talabalarning iqtisodiy idrok va tafakkur jarayonini jadallashtirishga xizmat qiladi. Albatta, "Mikromakroiqtisodiyot" fanini chuqur o'zlashtirish, fanning asosiy masalalarini talabalarga tushuntirish uchun 16-18 ta ma'ruza mashg'uloti etarli hisoblanmaydi, 18 ta seminar mashgulotlarida mavzularning ko'p qirralarini qamrab olish qiyin kechadi. Shu munosabat bilan mazkur ta'lim texnologiyalari fan predmetining muhim jihatlarini sodda shaklda muammoli tarzda etkazishga yo'nalgan bo'lib, talabalarni iqtisodiy bilimlarni puxta egallashga rag'batlantiradi.

Bunday sharoitda bozor mexanizmi amal qilishi, tadbirkorlik sub'ektlarining hatti-harakatlari, uy, korxona va davlat xo'jaligining faoliyati xususiyatlari, davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo'nalishlari, makroiqtisodiy vaziyat va uning barqarorligini ta'minlash muammolarini ilmiy-nazariy o'rganish, bu borada

¹ Karimov I. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan O'zR Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruza, 2011 yil 21 yanv./I.A.Karimov.-T.: O'zbekiston, 2011.- 37- bet.

iqtisodiy tafakkurni kengaytirish hamda mukammallashtirish, talabalarda tegishli darajada amaliy ko'nikmalarni ham shakllantirishga erishish lozim. Shu bilan birga "Mikromakroiqtisodiyot" fani predmetini chuqur o'rganish, bozor iqtisodiyotining nazariy asoslari, qonuniyatlaridan xabardor bo'lish, nazariy yondoshuvlarning amaliy jihatlarini ilg'ab olish, makroiqtisodiy jarayonlarning global va lokal masalalarini tushunish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi va ushbu fanni o'rganishning dolzarbligini ko'rsatadi. Shu ma'noda ushbu fanning ob'ekti kengayadi, predmeti toraymaydi.

Fanni o'qitishdan maqsad talabalarda bozor iqtisodiyotdagi asosiy jarayonlarni, quyi tizimdagi korxona, firma, tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatining muhim jihatlarini bo'yicha nazariy bilim, malaka va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat. Shundan kelib chiqqan holda fanning vazifasi sifatida talabalarga ishlab chiqarish, taqsimot, almashuv va iste'mol jarayonida iqtisodiy sub'ektlarning bozorga xos xatti-harakatlarini, ular orasidagi munosabatlarni o'rgatish belgilangan.

"Mikromakroiqtisodiyot" o'quv fanini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida bakalavr milliy iqtisodiyot amal qilishining mikro parametrlarini, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va uy xo'jaligi faoliyatining tamoyillarini, shart-sharoitlarini va omillarini bilib olishi, ma'ruza materiallarini o'zlashtirish va chuqur tahlil qila olish asosida milliy iqtisodiyotga oid nazariy materiallarga tayangan holda amaliy va ilmiy faoliyatni mustaqil tashkil etish, O'zbekistondagi islohotlar strategiyasining ustuvor yo'nalishlari, uning natijasi, milliy iqtisodiyotning asosiy, tub muammolari, korxonalar va uy xo'jaligi uchun maqsadga muvofiq faoliyat yo'nalishlarini tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi hamda milliy iqtisodiyotning amal qilishi, korxonalarning boshqarilishi va bozor islohotlarini chuqurlashtirish va bozor munosabatlarini takomillashtirish bilan bog'liq ilmiy va amaliy faoliyatni mustaqil tashkil etish malakalariga ega bo'lishi nazarda tutiladi.

"Mikromakroiqtisodiyot" umumiy iqtisodiy fan bo'lishi bilan birga amaliy iqtisodiyot sohalaridagi barcha muammolarni o'rganadi, milliy iqtisodiyot rivojlanishining shart-sharoitlari va omillarini tadqiq etadi, bozor iqtisodiyotiga asoslangan ijtimoiy-iqtisodiy tizim xususiyatlarini yoritib beradi. Shuning uchun bu fanni o'rganish nazariy va amaliy ahamiyatga egadir.

TDSHI XMI va mamlakatshunoslik fakultetida o'quv rejasiga ko'ra "Mikromakroiqtisodiyot" fani talabalarga 2 kursning 1-2- semestrda jami 132 soat o'qitilib, shundan 38 soat ma'ruza, 38 soat amaliy hamda 56 soat mustaqil ta'lim mashg'ulotlaridir. Ma'ruzalar kursida jami 19 ta mavzu materiallari jamlangan bo'lib, mazkur ma'ruzalar kursini tayyorlashda yangi ta'lim texnologiyalari, ularni qo'llash bo'yicha mamlakatimizning yetakchi iqtisodiy oliy o'quv yurtlari tajribasidan foydalanildi, ularning uslubiy tavsiyalari inobatga olindi². Shuningdek,

² Sh.Sh.Shodmonov, U.V.G'afurov, G.T.Minavarova, M.Sh.Xalilov. «Iqtisodiyot nazariyasi» fanidan ta'lim texnologiyasi. Uslubiy qo'llanma. «Iqtisodiy ta'limda o'qitish texnologiyalari» seriyasidan. – T.: TDIU, 2010, 329 b.

majmuani tayyorlashda ma'ruza va seminar mashg'ulotlari texnologiyalarini ishlab chiqish usul va vositalari, ularning muhim belgilaridan iborat ta'limni texnologiyalash qoidalari hisobga olindi, fanning predmeti va asosiy vazifalari, fanni ToshDSHda o'qitish xususiyatlari e'tiborga olindi, hamda mualliflarning o'quv-pedagogik va ilmiy-uslubiy tajribalaridan foydalanildi.

Talabalarning "Mikromakroiqtisodiyot" fanini dastur doirasida yetarli saviya va darajada o'zlashtirishlari uchun o'qitishning ilg'or va zamonaviy interfaol usullaridan foydalanish, yangi axborot texnologiyalarini ushbu jarayonga tadbiq etishga e'tibor qaratish muhim ahamiyatga egadir. Fanni o'zlashtirishda, fan bo'yicha bilim berishda va o'qitishda ko'rgazmali qurollar, tarqatma materiallar, interaktiv va masofaviy usullardan keng foydalaniladi. Shuningdek, o'quv mashg'ulotlari davomida O'zbekiston Respublikasi Statistika Davlat qo'mitasi, Iqtisodiyot vazirligi, tarmoq ilmiy tadqiqot muassasalari tahliliy materiallari, xalqaro iqtisodiy tashkilotlar va ilmiy-tadqiqot markazlari tomonidan nashr etilgan statistik va tahliliy to'plamlar materiallari ishlatiladi.

“MIKRO MAKROIQTISODIYOT” FANIDAN MA’RUZALAR MATNI

1-MAVZU. “MIKROIQTISODIYOT” FANINING PREDMETI, VAZIFALARI VA METODI

Darsning o’quv maqsadi:

Talabalarda jamiyatdagi iqtisodiy muammolar va ularni hal etishda “Mikroiqtisodiyot” fanining roli, Mikroiqtisodiyot fanining predmeti, vazifalari va metodi, tanlash muammosi, alternativ harajatlar, iqtisodiy tahlil metodologiyasi haqida tushuncha hosil qilish, bilim va ko‘nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy nazariya, mikroiqtisodiyot, makroiqtisodiyot, pozitiv mikroiqtisodiyot, normativ mikroiqtisodiyot, iqtisodiy model, resurslar, ehtiyojlar, kamyoblik, iqtisodiy talab, alternativ xarajatlar, iqtisodiy tahlil metodologiyasi

Asosiy savollar

- 1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda “Mikroiqtisodiyot” fanining roli*
- 2. Mikroiqtisodiyot fanining predmeti, vazifalari va metodi*
- 3. Tanlash muammosi. Alternativ harajatlar*
- 4. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi*

1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda “Mikroiqtisodiyot” fanining roli

Har bir inson jamiyatda yashayotgan ekan, u doimiy ravishda iqtisodiy jarayonlarga duch keladi, iqtisodiy faoliyat bilan shug‘ullanadi.

Jamiyat va undagi har bir shaxsning asosiy maqsadi cheklangan resurslardan maqsadga muvofiq foydalanishni ta‘minlaydigan yo‘nalishlarni tanlash va yuqori natijalarga erishishdan iborat. Odatda kishilar o‘z manfaati yo‘lida, korxonalar – foyda miqdorini ko‘paytirish yo‘lida harakat qiladi, davlat bo‘lsa ana shular faoliyatini yagona maqsad yo‘lida – jamiyatning farovonligini, kishilar turmush sharoitini yuksaltirishga qaratishi lozim. Turli davlatlarda bu maqsadga har xil darajada erishiladi.

“Mikroiqtisodiyot” fani korxonalar, firmalar va shu kabi mamlakat xalq xo‘jaligining quyi bo‘g‘inidagi ob‘ektlar faoliyatiga taalluqli fan bo‘lganligi uchun u shu korxona (firma) larda cheklangan resurslardan maqsadga muvofiq tarzda foydalanilgan holda kishilar ehtiyoji uchun zarur bo‘lgan moddiy ne‘matlarni ko‘paytirishni tashkil etishda muhim rol o‘ynaydi.

Iqtisodiy muammolarning tub mohiyati resurslarning cheklanganligi hamda inson ehtiyojlarining cheklanmaganligi bilan izohlanadi. Bu jarayon **iqtisodiyot nazariyasining predmetini** belgilab beradi.

Iste‘molchi o‘zining daromadlarini cheklanganligi sababli, istalgan tovar va xizmatlarni sotib ola olmaydi. *Firma* o‘zi uchun muhim ustivor yo‘nalishlarni belgilab olib, boshqa yahshi loyihalardan voz kechishga majbur.

Davlat o'zining ijtimoiy siyosatini qat'i belgilangan chegaralarda olib borishga majbur. U daromadlari cheklanganligi sababli, fundamental ilmiy tadqiqotlarni bir vaqtning o'zida moliyalashtira olmaydi.

2. Mikroiqtisodiyot fanining predmeti va vazifalari

Zamonaviy iqtisodiy nazariya tarkibiy jihatidan 2 katta bo'limga ajratiladi: Mikro iqtisodiyot va Makro iqtisodiyot.

Makroiqtisodiyot – umum iqtisodiy tizimni va uning yirik tarmoqlari faoliyatini o'rganadi.

O'rganish ob'ekti – MD, YaIM, iqtisodiy o'sish va umumiy bandlik darajasi, iste'mol harajatlari, milliy jamg'armalar va boshqa yirik ko'rsatkichlarni o'rganadi. **Mikroiqtisodiyot** – alohida iqtisodiy sub'ektlar (iste'molchilar, ishchilar, investorlar, firmalar va boshqa) faoliyatini o'rganadi.

Mikroiqtisodiyot fanining predmeti – bozor iqtisodiyoti sharoitida aniq tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'mol hajmi, narxlarning shakllanishi, resurslarning tarmoqlararo qayta taqsimlanishi, iste'molchilarning tovar sotib olishi, ishlab chiqaruvchilarning esa uni ishlab chiqarishi, sotishi va shu kabi boshqa jarayonlarni o'rganish hisoblanadi.

Mikroiqtisodiyot fanining vazifalari quyidagilardan iborat:

- Hozirgi davrdagi bozor iqtisodiyoti mexanizmi
- Resurslardan samarali foydalanish yo'llarini
- Bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalar, korxonalar va uy xo'jaliklarining tutgan o'rni

- Raqobatlashuv va korxonalar samaradorligi
- Ishlab chiqarish va uni tashkil etish kabilarni o'rganish va ularni tahlil qilish. Mikroiqtisodiyot fani barcha ijtimoiy-iqtisodiy fanlar bilan uzviy bog'liqdir. Masalan, iqtisodiyot nazariyasi, kichik biznes va tadbirkorlik, tarmoqlar iqtisodiyoti, buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil, moliya va kredit, marketing va menejment, matematika, bank ishi va boshqalar. Mikroiqtisodiyot fani alohida shaxslar, uy xo'jaliklari, korxona, davlat va boshqa ijtimoiy tashkilotlarning iqtisodiy harakatlarini o'rganadi va quyidagi usul (metod)lardan, ya'ni tahlil va sintez, monografik usul, iqtisodiy statistika usuli, hisoblash konstruktiv, tajribaviy usul, abstrakt mushohada usuli, matematik modellashirish, induksiya va deduksiya usuli, optimallashtirish va muvozanatni aniqlash usullaridan foydalanadi.

3. Tanlash muammosi. Alternativ xarajatlar

Iqtisodiy resurslarni cheklanganligi va insonlar ehtiyojlarining cheklanmaganligi fundamental iqtisodiy muammoni – tanlash muammosini keltirib chiqaradi. Turli xil talab va ehtiyojlarni qondirish uchun inson ulardan birini tanlashi va iqtisodiy resurslarni to'g'ri taqsimlashi zarur.

Resurslar – inson uchun kerakli bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishda foydalaniladigan moddiy ne'matlar va xizmatlar yig'indisidir.

Ularni ikkiga bo'lish mumkin : Erkin va iqtisodiy.

Erkin resurslar – cheklanmagan hajmda mavjud: masalan, havo, quyosh energiyasi, shamol energiyasi.

Iqtisodiy resurslar – qisman chegaralangan. Ulardan foydalanganda xarajatlarni qoplash majburiyati mavjud.

Erkin va iqtisodiy resurslar bir – biriga aylanishi mumkin: masalan, suv. Bir vaqtning o'zida erkin va iqtisodiy bo'lishi mumkin. Qum (qurilishda yoki dengiz bo'yida).

Shuning uchun bu resurslarni optimal ravishda taqsimlash va samarali foydalanish shart. Iqtisodiy resurslar (ishlab chiqarish omillari) – quyidagi tarkibiy qismlarga bo'linadi :

1. Mehnat resurslari, mehnat
2. Investitsion resurslar, kapital
3. Tabiiy resurslar, yer
4. Tadbirkorlik iqtidori, qobiliyati va salohiyati.
5. Axborot resurslari
6. Bilim, boshqaruvchanlik qobiliyati.

Mehnat – aqliy va jismoniy qobiliyat orqali iqtisodiy ne'matlarni yaratish bo'yicha insonning faoliyati.

Investitsion resurslar - ilgari inson mehnati orqali yaratilgan ne'matlar.

Real kapital – iste'molchilar uchun xizmatlar ko'rsatishda tovarlar ishlab chiqarish va tashishda foydalaniladigan binolar, stanoklar, mashinalar, asbob – uskunalar, vositalar, inshootlar va boshqalar.

Moliyaviy kapital – (ular, obligatsiyalar, bank depozitlari va pullari) ishlab chiqarish omillariga kirmaydi, chunki real ishlab chiqarish bilan bog'liq emas, faqatgina real kapitalga erishishda foydalaniladigan bir vosita bo'lib xizmat qiladi.

Yer – qishloq xo'jaligi, shahar sanoat, tovar va xizmatlar ishlab chiqarishda foydalaniladigan foydali resurslar, suv resurslari.

Tadbirkorlik iqtidori – ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish, asosiy masalalarni hal qilish, tavakkalchilikka yo'l qo'yish, yangi texnologiyalarni jalb qilish qobiliyatlari majmui.

Axborot - “Jahon xo'jaligi va undagi jarayonlar haqida ma'lumotlar”. Aniq ma'lumot, axborotga ega bo'lish, iqtisodiy sub'ektlar oldida turgan global muammolarni hal qilishga turtki bo'ladi.

Bilim – boshqaruv, savdo – sotiq, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish sohasidagi malakali kadrlar tomonidan eng to'g'ri qarorni qabul qilishda asosiy vosita sifatida qo'llaniladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida yuqorida qayd etilgan iqtisodiy resurslar erkin sotiladi, sotib olinadi va o'z egalari uchun alohida daromad ko'rinishida: ya'ni renta (yer), foiz (kapital), oylik maosh (mehnat), foyda (tadbirkorlik faoliyati) keladi.

Ehtiyoj – shaxsni hayot faoliyatini ushlab turish uchun shart bo'lgan ob'ektiv ehtiyojlar. Ehtiyojlar birlamchi (oziq – ovqat mahsulotlari) va ikkilamchi (tafakkurni kuchaytirish) bo'lishi mumkin.

Jamiyatda insoniyat doimiy ravishda asosiy to'rtta iqtisodiy savollarga javob berishga harakat qiladi :

1. Nima ishlab chiqarish kerak?
2. Qanday ishlab chiqarish kerak?

3. Kim uchun ishlab chiqarish kerak?
4. Qachon ishlab chiqarish kerak?

Muqobil (alternativ) xarajatlar – bir tovarni ishlab chiqarish, uning sonini oshirish uchun boshqa bir tovardan voz kechish alternativ harajatlar, yoki voz kechilgan imkoniyatlar xarajatlari deyiladi.

Pareto iqtisodiy samarasi – bu bozorning shunday vaziyatiki, unda hech kim boshqa bir kishining iqtisodiy holatini yomonlashtirmay o‘z ahvolini yaxshilab olmaydi.

5. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi

Iqtisodiy nazariyada iqtisodiy jarayonlarni tahlil qilishda 2 xil yondashuvdan foydalaniladi : prozitiv va normativ.

Pozitiv yondashuv – iqtisodiy sub’ekt qabul qilgan qarorni ob’ektiv tahlil qilish va oqibatlarini bashoratlashni ko‘zda tutadi. Prozitiv yondashuv tadqiq qilinayotgan jarayonning sabab va oqibatlarini aniqlashga yordamlashadi.

Normativ yondashuv – qarama – qarshi tadqiq qilinayotgan jarayonga nisbatan sub’ektiv baho berish bilan shug‘ullanadi. Tadqiq qilish natijasida amaliy taklif va tavsiyalar beradi.

Iqtisodchilar foydalanadigan tadqiq qilishning eng asosiy usullaridan biri iqtisodiy jarayonlarni modellashtirishdir.

Iqtisodiy model – iqtisodiyotni kichik bir ko‘rinishda yaqqol namoyon etuvchi bir ko‘rinishi, shakli hisoblanadi. Iqtisodiy model – iqtisodiyot haqida hech qanday ma’lumotlar yo‘qligida yoki olish mumkin bo‘lmagan xolatlarda, iqtisodiyotni bashorat qilish, unga real baho berish imkoniyatini beradi.

Hozirgi kunda modellarning umum qabul qilingan tasnifi yo‘q, lekin iqtisodiy model quyidagi talablarga javob berishi kerak:

1. Mazmunan boyligi
2. Qabul qilingan qarorlarning haqiqiyligi
3. Ular (qarorlar) asosida muhim bashoratlarni qabul qilish imkonining mavjudligi.
4. Axborot ta’minotining mavjudligi
5. Tekshirish imkoniyatining mavjudligi

Iqtisodiy nazariyada modellarning 2 ko‘rinishidan foydalaniladi: Optimallashtirilgan va muvozanatlashtirilgan.

Optimallashtirilgan modellar – alohida iqtisodiy agentlar (iste’molchilar, ishlab chiqaruvchilar va boshqalar) faoliyatini tahlil qilishda, ya’ni, ishlab chiqarish, taqsimlash, iste’mol qilishning eng optimal variantini topishda foydalaniladi. Optimallashtirilgan modellarda chegaraviy ko‘rsatkichlardan ya’ni chegaraviy foydalanganlik, chegaraviy mahsulot, chegaraviy daromad, chegaraviy xarajatlar. Mazkur tahlil **marjinalizm** deb ham ataladi (ingliz tilidan “margin”-chegara).

Bozor muvozanati modeli – iqtisodiy agentlar o‘rtasidagi munosabatlarni tahlil qilishda foydalaniladi.

Talab va taklif o‘rtasidagi muvozanat modeli bozorning mikroiqtisodiy tahlilining asosini tashkil etadi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Mikroiqtisodiyot fani predmeti, vazifalari va metodi nimalardan iborat?
2. Tanlash muammosi deganda nimani tushunasiz?
3. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi haqida tushuncha bering.

Mustaqil ish mavzulari

1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda “Mikroiqtisodiyot” fanining roli.
2. Mikroiqtisodiyot fanining vazifalarini tushuntiring
3. Tanlash muammosining hal etilishi.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O‘quv qo‘llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To‘xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O‘zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O‘quv qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 280 b.
8. To‘xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O‘quv qo‘llanma. T., Akademiya, 2010.

2 – MAVZU: BOZOR MEXANIZMI VA UNING ELEMENTLARI: TALAB, TAKLIF VA NARX MUVOZANATI

Darsning o‘quv maqsadi:

Talabalarda bozor mexanizmi va uning elementlari, bozordagi talab, talab qonuni, bozordagi taklif, talab va taklif muvozanati haqida bilim va ko‘nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Bozor mexanizmi, talab, taklif, talab xajmi, taklif xajmi, talab qonuni, taklif qonuni, individual talab, bozor talabi, talab egri chizig‘i, talab funksiyasi, muvozanatlashgan narx, muvozanatlashgan xajm, bozor taklifi, taklif egri chizig‘i, taklif funksiyasi, muvozanat modeli.

Asosiy savollar

1. Bozor mexanizmi va uning elementlari
2. Bozordagi talab. Talab qonuni.
3. Bozordagi taklif.
4. Talab va taklif muvozanati.

1. Bozor mexanizmi va uning elementlari

Bozor – alohida, mustaqil qaror qabul qiluvchi xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar hamda sotuvchi va xaridorlar o‘rtasidagi o‘ziga xos shakldagi munosabatlar yig‘indisidir.

Iqtisodiy resurslar cheklanganligini inobatga olib ishlab chiqarishni kengaytirish mumkinmi? Ha.

Bozor iqtisodiyoti va uni tavsiflash fundamental nima, qanday, kim uchun va qachon ishlab chiqarish kerak degan masalalar turli iqtisodiy tizimlarda turlicha xal qilinadi.

Turli tizimlarni tasniflash ikki mezonga asoslanadi:

- ishlab chiqarish sohasida ustuvor bo‘lgan mulkchilik shakliga qarab;
- iqtisodiy faoliyatni boshqarish va nazorat qilish usuliga qarab quyidagi iqtisodiy tizimlarga ajratish mumkin:

An’anaviy iqtisodiy tizim – tabiiy, ya’ni qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishiga asoslanadi.

Alohida iqtisodiy sub’ektning faoliyat yo‘nalishi, uning ishlab chiqarish hajmi, u kishini qaysi ijtimoiy guruhga tegishli ekanligini belgilab beradi.

Asosiy iqtisodiy masalalar an’analarga asoslanib xal qilinadi. Zamonaviy jamiyatda an’ana va qadriyatlar faqat insonlarning shaxsiy hayotiga tegishlidir.

Bozor iqtisodiyoti tizimi - xususiy tadbirkorlik, tanlash erkinligi, raqobat muhitiga asoslanadi. Bozor iqtisodiyotida alohida sub’ektlarning shaxsiy qiziqishlari inobatga olinadi. “Sof bozor iqtisodiyoti” – davlatning iqtisodiyotga aralashuvini, boshqaruvini to‘liq inkor etadi. Davlat faqat “o‘yin qoidalariga” rioya qilinishini nazorat qilib turadi. Bozordagi sub’ektlar faqatgina shaxsiy manfaatlari, foydalarini ko‘zda tutib, faoliyat olib boradilar.

Ma’muriy buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiy tizim – bozor iqtisodiyotiga teskari tizim bo‘lib, davlat mulkchiligiga asoslanadi, ya’ni barcha vositalar davlatga tegishli bo‘ladi.

Bu iqtisodiyotning xarakterli tomoni, ishlab chiqarishning monopoliyalashuvidir. Buning natijasida ilmiy – texnik taraqqiyot ham to‘xtaydi.

Hozirgi kunda hech qaysi mamlakat ushbu uch tizimdan birini yaqqol o‘zida namoyon etmagan. Aksariyat rivojlangan mamlakatlarda yuqoridagi uch tizimning elementlarini o‘zida mujassam etgan **aralash iqtisodiyotni** tanlaydi. Aralash iqtisodiyotda bozor iqtisodiyotiga faol ravishda davlatning aralashuvi ham qo‘shiladi.

Shu o‘rinda bozorning infratuzilmasi va strukturasi (tarkibi)ni alohida ko‘rsatish lozim.

Infratuzilma – bozorga xizmat ko‘rsatuvchi, uning me’yorda faoliyat borishi, tovar va xizmatlarni xarakatlanishiga yordam beruvchi institutlar majmuasini tashkil qiladi. Infratuzilma o‘z ichiga quyidagi elementlarni oladi:

1. Birjalar (tovar, fond, valyuta)
2. Auksionlar, yarmarkalar
3. Ulgurji va chakana savdo qiluvchi korxonalar
4. Banklar, sug‘urta kompaniyalari, fondlar
5. Mehnat birjasi

6. Axborot markazlari
7. Yuridik kontoralar
8. Reklama agentliklari
9. Auditorlik va konsalting firmalari

Bu elementlar bir – biri bilan o‘zaro bog‘liq. Agar ular bir – biri bilan mutanosiblikda rivojlansa, iqtisodiyotda muvozanat bo‘ladi, agarda birorta element beqarorlashsa (masalan, bank sohasi) bozor iqtisodiyotining umumiy holatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkin.

Bozor tarkibi – alohida bozor elementlarining tartib bilan joylashuvi.

Bozor tarkibini turlicha tasniflash mumkin.

1. Bozor munosabatlarining ob‘ektiga qarab: iste‘mol tovarlari bozori, xizmatlar, sanoat mahsulotlari, xom – ashyo, qimmatli qog‘ozlar bozori va boshqalar;
2. Bozor munosabatlarining sub‘ektiga qarab: xaridorlar va sotuvchilar bozori;
3. Geografik joylashuviga qarab: mahalliy bozor, jahon bozori;
4. Raqobat muhitiga qarab: mukammal raqobatlashgan bozor, nomukammal raqobatlashgan bozor;
5. Tarmoqlar bo‘yicha: avtomobil bozori, neft bozori;
6. Sotish xarakteriga qarab: ulgurji va chakana bozor;
7. Qonunchilikka muvofiqligiga qarab: qonuniy va noqonuniy bozor, “qora” bozor.

Tarixiy tajribaga muvofiq, bozor mexanizmi quyidagi ustunliklarga ega:

Bozor -

1. O‘zgaruvchan sharoitlarga tezda moslashishga yordam beradi.
 2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida fan va texnika yutuqlaridan unumli foydalanishni ta‘minlaydi.
 3. Resurslarni samarali taqsimlaydi.
 4. Insonlarning turli ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishni yo‘lga qo‘yadi.
- Shu bilan birgalikda bozor mexanizmi mukammal emas, uning kamchiliklari ham mavjud:

1. Bozor aholi uchun ijtimoiy ximoyani;
2. Ish bilan ta‘minlash, doimiy daromadni;
3. Barqaror iqtisodiy o‘sishni ta‘minlamaydi, chunki bozorda siklli rivojlanish bo‘ladi, ya‘ni o‘sish, jonlanish, iqtisodiy pasayish, inqiroz, infilatsiya, ishsizlik holatlari ham bo‘ladi.

Bularning hammasi iqtisodiyotga davlatning aralashuvi kerakligini ko‘rsatadi.

Bozor muvafaqqiyatsizliklari (“provallari”) – bozor mexanizmining iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlab bera olmaydigan iqtisodiy vaziyatdir.

Iqtisodiy nazariyada bozor munosabatlarining uchta sub‘ekti alohida ko‘rsatiladi – Uy xo‘jaliklari, firmalar va davlat.

Uy xo‘jaliklari – moliyaviy masalalarni birgalikda xal qiluvchi, bir tom ostida yashaydigan shaxslardan iborat xo‘jalik birligidir. Uy xo‘jaliklari iste‘molchilar sektoriga tegishlidir.

Firma – ishlab chiqarish faoliyati bilan shug‘ullanmaydigan, asosiy ishlab chiqarish muammolarini shaxsan o‘zi xal qiladigan iqtisodiy sub’ektdir. Firma ishlab chiqaruvchi sektoriga tegishlidir.

Davlat – keng ma’noda xo‘jalik sub’ekti va bozorni nazorat qilish xuquqiga ega yuridik va siyosiy xokimiyat organlari yig‘indisidir. Davlat o‘z faoliyatida jamiyatdagi farovonlik, samaradorlikni oshirishga xarakat qiladi.

2. Bozordagi talab. Talab qonuni.

Bozor - xaridorlar va sotuvchilar o‘rtasidagi o‘ziga xos munosabatlar tizimini tashkil etadi. Bozor iqtisodiyoti xolatining asosiy tushunchalar bo‘lgan talab va taklif orqali aniqlanadi.

Bozordagi talab – bozordagi tovar yoki xizmatga bo‘lgan insonlarning ehtiyojini bilvosita ko‘rinishidir. Ehtiyoj biror bir narsaga erishish istagini ko‘zda tutadi.

Talab – bu nafaqat istak, balki bozordagi narx bo‘yicha uni olish imkoniyatini bildiradi. Talab – tovar yoki xizmatga bo‘lgan to‘lov qobiliyatli ehtiyojdir.

Talab individual va bozor talabiga bo‘linadi.

Individual talab alohida shaxsning talabi, ularning jami, bozor talabini keltirib chiqaradi.

Bozor talabini amaliy tahlil qilish, bashoratlar uchun turli usullardan foydalaniladi. Aksariyat hollarda quyidagilardan foydalaniladi.

Xaridorlardan olinadigan **so‘rov yoki intervyu**. So‘rov – xaridorlarning xoxish–istaklarini, ularning moliyaviy imkoniyatlarini aniqlash imkonini beradi. Biroq so‘rov jarayonidagi ob’ektiv qiyinchiliklar tufayli aniq ma’lumotlar olish darajasi past.

Ekspert tahlili – mutaxassislar, ekspertlar tomonidan manfaatdor kompaniyalar buyurtmasiga asosan tovarga bo‘lgan talabni, uning dinamikasini aniqlash uchun amalga oshiriladigan tahlil. Bu usul qimmat usul hisoblanadi, lekin xatolar qilish saqlanib qolinadi.

Bozor eksperimenti (tadqiqoti) – yangi parametrlar, yangi narxlar o‘rnatilganda, iste’molchilarni solishtirma taxlil qilinganda tovarni to‘g‘ridan – to‘g‘ri test qilishni ko‘zda tutadi. **Statistik usul** - real statistik ma’lumotlarni o‘rganish asosida ma’lum davr uchun aniq bir tovarga bo‘lgan talab va narxni o‘zaro bog‘liqligi, talabga ta’sir etuvchi boshqa omillar tadqiq qilinadi.

Talabning hajmini aniqlash uchun, talab hajmi va talab narxi kabi ko‘rsatkichlardan foydalaniladi.

Talab hajmi (Qd) – haridorlar joriy vaqtda, joriy joyda, joriy narhlarda xaridorlar sotib olishga tayyor bo‘lgan tovar va xizmatlar hajmi. Talab hajmiga juda ko‘p omillar ta’sir qiladi. Masalan: iste’molchilarning xoxish – istaklari, ularning daromadlari hajmi, mazkur tovarning bozordagi narxi, potensial xaridorlar soni va boshqalar.

Talab narxi (Pd) – joriy vaqtda aniq tovar va xizmatlar uchun xaridorlar tomonidan to‘lanadigan maksimal narx.

Agarda bozordagi real narx, konkret iste'molchi talabi narxidan past bo'lsa, unda ortiqcha iste'molchilar paydo bo'ladi, mazkur tovar va xizmatlar sotib olayotgan shaxs sof foyda oladi.

Talab xajmi va uni aniqlab beruvchi omillar o'rtasidagi hajm jihatidan bog'liqlik ***talab funksiyasi*** deb nomlanadi. Talab xajmining bozordagi narxga bog'liqligining grafik chizmasi ***talab egri chizig'i*** deyiladi.

Talab egri chizig'i

Talab hajmi va talab narxi o'rtasidagi teskari bog'liqlik ***talab qonuni*** deyiladi. Bu qonunning mohiyati shundaki, arag biror bir tovarga bo'lgan narx pasaysa, unga bo'lgan talab ortib boradi, teskarisi, agar narx oshib borsa, talab xajmi pasayadi.

Talab qonuni ikki o'zaro bog'langan samaralar bilan tushuntiriladi: Daromad samarasi va o'rnini bosish samarasi.

Narxlarni qisqarishi, bir tomondan, real sotib olish qobiliyatini oshiradi. Inson mavjud tovarlarni kamroq, arzonroq, sotib olishi mumkin, shu orqali unda boshqa narsalar sotib olish uchun qo'shimcha daromad paydo bo'ladi - ***daromad samarasi***.

Boshqa tomondan, insonlar qimmat tovarning arzonini bilan almashtirishga harakat qiladilar, natijada yana tovarga bo'lgan talab oshib boradi - ***o'rnini bosish samarasi***.

Talab xajmining o'zgarishi - tahlil qilinayotgan tovarning boshqa parametrlari o'zgarmagan xolatida, hajmining o'zgarishidir.

Talabning o'zgarishi - bir yoki bir necha narxga bog'liq bo'lmagan omillar o'zgarishi natijasida talabning o'zgarishi.

Talabning narxga bog'liq bo'lmagan muhim omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Iste'molchilarning xohish va istaklari;
2. Iste'molchilarning daromadlari;
3. Iste'molchilarning soni;
4. Boshqa tovarlarga bo'lgan narxlar;
5. Yaqin kelajakdagi iqtisodiy o'zgarishlar.

Bularga mos ravishda tovarni ham shartli ravishda quyidagilarga ajratish mumkin:

1. Neytral tovarlar - asosiy tovarga nisbatan kam darajada ta'sir ko'rsatuvchi tovarlar. Masalan choy.
2. O'rnini bosuvchi tovarlar - asosiy tovarga raqobatbardosh bo'lgan tovarlar. Masalan: kofe o'rniga choy.
3. To'ldiruvchi xarakterdagi tovarlar - asosiy tovarni to'ldiruvchi tovarlar. Masalan: choy va kofeni to'ldiruvchi shakar.

Insonlarning xaridiga ta'sir etuvchi omillarga qarab, bozor talabini quyidagilarga ajratish mumkin:

- funksional talab, tovarning iste'molchilik sifatlarini taqozo etuvchi talab
- nofunksional talab, iste'molchilik xarakteristikalaridan tashqari, boshqa omillarni ham taqozo etuvchi talab.

Ommaviy iste'mol samarasi deganda, tovarga bo'lgan individual talabning oshib borishi natijasida unga bo'lgan bozor talabi kengayib borishi tushuniladi. Ommaviy iste'mol insonlarni zamondan ortda qolmaslikka ijtimoiy doiraga mos kelishga intilishini ko'rsatadi.

Snob samarasi ommaviy iste'mol qilinayotgan tovarga individual talabning qisqarishi tushuniladi. Bu samara iste'molchilarni ommadan ajralib turishga xarakat qilishida, individuallikka intilishida ko'zga tashlanadi. Kamyob san'at asarlari, qimmatbaho sport mashinalari va zamonaviy kiyim-kechaklar snob tovarlari deyiladi. Ularni xarid qilish, yagona birlikdagi tovarlarga egalik qilish, individuallikka intilish hisoblanadi.

Ko'rgazmali iste'mol samarasi bu shunday paradoksal holatki, bunda tovarlarga bo'lgan talab ularni boshqa (o'ziga o'xshash) tovarlarga nisbatan yuqori narxda bo'lganligiga sabab oshib boradi. Bunga sabab bu tovarni yuqori obro'-e'tiborga ega, elita ko'rinishida bo'lganligidir. Bu holatni ilk bor amerikalik iqtisodchi Torsten Veblen aniqlagan va o'z asarida aks ettirgan.

3. Bozordagi taklif

Agarda bozordagi iqtisodiy holatni tavsiflovchi taklif ko'rib chiqilmasa, bozor mexanizmining tahlili bir tomonlama bo'lib qoladi. Bozordagi talab xaridorlar tomonidan o'rganilgan bo'lsa, taklif sotuvchilar tomonidan o'rganiladi. Ana shunda, bozor mexanizmi to'liq tahlil qilinadi va ijobiy natijalarga erishiladi.

Taklif - joriy vaqtda bozorda mavjud va sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar yig'indisidir.

Taklif xajmi Qs - joriy vaqtda bozorda sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar xajmi, soni. Ularning xajmi doimiy ravishda ishlab chiqarish va sotish xajmi bilan bir xil bo'lavermaydi.

Bir tomondan, agar bozordagi narx sotuvchilar tomonidan o'zlarining xarajatlarini qoplash maqsadida belgilanadigan bo'lsa, taklif xajmi real ishlab chiqarishga nisbatan ancha past bo'ladi. Boshqa tomondan, davlat tomonidan biror-bir tovar yoki mahsulotga o'rtatib qo'yilgan yuqori narxlar ishlab chiqaruvchi firmalarda katta qiziqish uyg'otishi mumkin va bu orqali taklif oshib boradi, biroq, xaridorlar va sotuvchilar xatti-xarakati orqali belgilanadigan sotuv xajmi nisbatan past bo'lishi mumkin.

Taklif narxi - joriy vaqtda, joriy joyda, mavjud tovarga sotuvchi tomonidan qo'yiladigan minimal narx.

Bozor kon'yunkturasini tahlili natijasida taklifni bozor va individual taklifga bo'lish mumkin. Bozor taklifining xajmini alohida ishlab chiqaruvchilar takliflarni mavjud narxlar asosida qo'shish orqali aniqlash mumkin. Bunda ishlab chiqaruvchi tomonidan foydalaniladigan boshqa omillar (resurslar narxi) narxlari o'zgarmas deb olinadi.

Taklif xajmi nafaqat narxga balki, bozor kon'yunkturasining boshqa parametrlariga ham bog'liq. Bu bog'liqlik **taklif funksiyasi** deb ataladi. Uning grafik ko'rinishi **taklif egri chizig'i** hisoblanadi. Aksariyat bozorlar uchun taklif egri chizig'i o'sib boruvchi xarakterga ega, chunki bozordagi narx qanchalik yuqori bo'lsa, ishlab chiqaruvchi firmalar mazkur tovarni ko'proq ishlab chiqarish va sotishni istaydilar. Narxlarning yanada yuqorilab borishi firmalarga qo'shimcha

ishchi kuchi olish evaziga o'z ishlab chiqarishlarini yanada kengaytirish va daromadlarini oshirishlariga turtki bo'ladi.

Taklif xajmi va narxi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik **taklif qonuni** deyiladi.

Agarda biror-bir tovarga bo'lgan narx o'sib borsa va bunda boshqa parametrlar o'zgarmas xolda qolsa, unda mazkur tovarga bo'lgan taklif xajmi oshib boradi.

Taklif qonuni universal xarakterga ega emas, bozor sharoitida ayrim istisnolar ham bo'lishi mumkin.

Taklif xajmining o'zgarishi – ko'rib o'tilayotgan tovarning narxini o'zgarishi va bozor kon'yunkturasining boshqa omillarining o'zgarmagan holatida taklif egri chizig'ining o'zgarishi tushuniladi.

Taklifning o'zgarishi – tahlil qilinayotgan tovarning narxini o'zgarmas holatida yuqoridagiga qarama-qarshi, ya'ni, boshqa narxga bog'liq bo'lmagan omillarning o'zgarishi tushuniladi.

Taklifning narxga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Ishlab chiqarish xarajatlari
2. Soliqqa tortish darajasi
3. Ishlab chiqarishning texnologik darajasi
4. Ishlab chiqaruvchilarning iqtisodiy kutishlari (istiqbollari)
5. Ishlab chiqaruvchilar soni
6. Raqobatchi tovarlarga bo'lgan narxlar

4. Talab va taklif muvozanati

Bozor muvozanati – iqtisodiy sub'ektlarni qoniqtiradigan va unga xech qanday o'zgartirish kiritishni talab etmaydigan bozor xolati.

Talab yoki taklifning narxga ta'sir ko'rsatmaydigan omilari ta'siri natijasida muvozanatning birlamchi parametrlari o'zgarishi va yangi darajaga chiqishi mumkin. Erkin sharoitida bozor mexanizmi muvozanat shakllangunga qadar narxlar o'zgarishini ta'minlab turadi. Muvozanat nuqtasida tovarning defisiti ham ortiqchasi ham, narxlar tomonidan bosim ham bo'lmaydi. Real bozor sharoitida talab va taklif doimiy ravishda bir-birini taqozo qilib kelmaydi, biroq muvozanatni ta'minlash tendensiyasi mavjud.

Bozor muvozanati barqaror deb tan olinadi, agarda bozor o'zining ichki omillari evaziga oldingi holatiga qayta oish qobiliyatiga ega bo'lsa. Bu holatda bozorning o'z-o'zini boshqarish mexanizmi ishga tushadi. Agar bozor barqaror bo'lsa, davlat uning faoliyatiga aralashmaydi, agar u izdan chiqsa, davlatning aralashuvi shart va zarur bo'lib qoladi.

Bozorni tahlil qilish natijalari shuni ko'rsatdiki, bu yerda asosiy omil vaqt omili qisoblanadi. Vaqt omiliga bo'yicha muvozanatning turli modellari kelib chiqadi. Masalan, statistik va dinamik modellar.

Talab va taklif omillarini kompleks tadqiq qilish aniq bir tovar yokii xizmatlar bozorining sifatli tahlilini va bozor kon'yunkturasini qisqa va uzoq muddatli kelajakda bashoratlash imkonini beradi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Bozor mexanizmi nima, uning elementlari nimalardan iborat?
2. Bozordagi talab nima? Talab qonuniga ta'rif bering
3. Bozor talabini amaliy tahlil qilish, bashoratlar uchun qanday usullardan foydalaniladi?
4. Talabning narxga bog'liq bo'lmagan muhim omillariga nimalar kiradi?
5. Bozordagi taklifni tavsiflang.
6. Taklifning narxga bog'liq bo'lmagan omillariga nimalar kiradi?
7. Talab va taklif muvozanati tushuntiring.

Mustaqil ish mavzulari

1. Talab va taklif xajmining o'zgarishi
2. Talab va taklif qonuni
3. Bozor, uning tarkibi, amal qilish mexanizmi

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.
8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.

3-MAVZU: TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIGI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarga elastiklikning mohiyatini tushuntirish, ularda elastiklikning xususiyatlari, narx bo'yicha va daromad bo'yicha talab elastikligi, taklifning elastikligi haqida bilimlarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Elastiklik, elastiklik koeffitsienti, Qarama-qarshi bog'liqlik, To'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik, narx bo'yicha talab elastikligi, daromad bo'yicha talab elastikligi, taklif elastikligi.

Asosiy savollar

1. Elastiklikning mohiyati va uning asosiy xususiyatlari.
2. Narx bo'yicha talab elastikligi.

3. Daromad bo'yicha talab elastikligi.
4. Taklifning elastikligi.

1. Elastiklikning mohiyati va uning asosiy xususiyatlari

O'tgan mavzulardagi talab va taklifning tahlili narxga bog'liq va narxga bog'liq bo'lmagan omillar ta'sirida vujudga keladigan talab va taklifning umumiy o'zgarishlarni yuzaga chiqarishga turtki bo'ldi. Bular orqali talab va taklifning asosiy bazaviy qonuniyatlari shakllantirildi.

Biroq, tadqiqotchi uchun bularning hammasi ham yetarli emas, u doimiy ravishda yanada aniqroq tahlillarga ehtiyoj sezadi.

Narxlar, daromad yoki bozor kon'yunkturasining boshqa ko'rsatkichlarini o'zgarishiga bozorning sezuvchanlik darajasini aniqlash uchun maxsus ko'rsatkichidan - elastiklik koeffisientidan foydalaniladi. Elastiklik konsepsiyasi iqtisodiy nazariyada ancha kech muomalaga kiritildi, lekin, qisqa muddatda fundamental konsepsiyaga aylandi. Elastiklikning umumiy tushunchasi iqtisodiyotga tabiiy fanlardan kirib keldi.

"Elastiklik" termini iqtisodiyotda ilk bor Alfred Marshall tomonidan 1885 yilda talab va taklif elastikligida qo'llanildi.

Elastiklikning iqtisodiy tahlilga kiritilishi katta ahamiyat kasb etadi. Jumladan,

- bir tomondan, elastiklik koeffisienti statistik o'lchovlarni olishda asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi, ayniqsa, marketing tadqiqotlarini olib borishda keng qo'llaniladi;

- boshqa tomondan, elastiklik konsepsiyasi iqtisodiy tahlilning muhim vositasi hisoblanadi, chunki, fanda nafaqat o'lchash, hisoblash balki, olingan natijani tushuntirish, tahlil qilishni ham bilish kerak.

Hozirgi kunda iqtisodiyotning har bir bo'limida elastiklik tushunchasidan foydalaniladi. U yoki bu darajada elastiklik koeffisienti bozor muvozanati tahlilida, bozor tarkibini tahlil qilishda u yerdagi monopoliyalarni aniqlashda, iqtisodiy sikllar nazariyasida keng foydalaniladi.

Elastiklik koeffisienti E – bir omilning boshqa bir omil bir foizga o'zgarishi natijasida son jihatidan o'zgarishi darajasini bildiradi. (Masalan, narx, daromad yoki harajatlarning bir foizga o'zgarishi natijasida talab va taklif hajmining o'zgarib ketishi).

Bir o'zgaruvchining boshqa bir o'zgaruvchi ta'siri ostida o'zgarishini o'lchaydigan o'lchov; aniqroq qilib aytganda, biror A o'zgaruvchining bir foizga o'zgarishi natijasida boshqa bir B o'zgaruvchining ma'lum foiz miqdorga o'zgarishini ko'rsatadigan sonidir.

$E = A$ o'zgaruvchining foizdagi o'zgarishi / B o'zgaruvchining foizdagi o'zgarishi

Ko'rib o'tilayotgan omillar o'rtasidagi bog'liqlik to'g'ridan-to'g'ri yoki qarama-qarshi bo'lishi mumkin.

To'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik – (ijobiy koeffisient) bunda bir omilni o'sib borishi boshqa bir omilni oshib borishiga turtki bo'ladi. Masalan, iste'molchining daromad lari oshib borsa, talab elastikligi ham ortib boradi.

Qarama-qarshi bog‘liqlik – (salbiy koeffisient) bunda bir omilning ortib borishi boshqa bir omilni yo‘q bo‘lib ketishiga olib keladi. Masalan, daromad bo‘yicha talab elastikligining ortib borishi natijasida birmuncha pastroq darajadagi tovarlarning yo‘q bo‘lib ketishiga olib keladi.

Barcha tovarlar uchun, Giffen tovarlaridan tashqari, narx bo‘yicha talab elastikligi salbiy, chunki, narxning o‘sishi talab qonuniga muvofiq talab hajmining qisqarishiga olib keladi. Shu bilan birga mazkur ko‘rsatkich o‘zining mutlaq hajmiga ko‘ra qancha yuqori bo‘lsa, bozor talabining narxlar o‘zgarishiga bo‘lgan sezuvchanligi shunchalik darajada kuchli bo‘ladi.

2. Narx bo‘yicha talab elastikligi

Narx bo‘yicha talab elastikligi – narxning bir foizga o‘zgarishi natijasida talabning son jihatdan foiz bo‘yicha o‘zgarishi darajasini ko‘rsatadi.

Bunga eng muhim misollardan biri, narxga bog‘liq bo‘lgan talab elastikligidir. Bu elastiklik tovar narxining bir foizga o‘zgarishi, unga bo‘lgan talabning necha foizga o‘zgarishini ko‘rsatadi.

Narxga bog‘liq talab elastikligini quyidagicha yozamiz:

$$E_p = \Delta Q\% / \Delta P\%$$

Bu yerda $\Delta Q\%$ - talabning foiz o‘zgarishi; $\Delta P\%$ - narxning foiz o‘zgarishi.

Shuni eslatish lozimki, foiz o‘zgarish, o‘zgaruvchining mutlaq o‘zgarishini, o‘zgaruvchining oldingi darajasiga nisbatidir.

$$\Delta Q\% = \Delta Q / Q * 100\%; \quad \Delta P\% = \Delta P / P * 100\%$$

Narxga bog‘liq talab elastikligi talab chizig‘ining alohida nuqtasida o‘lchanadi va egri chiziq bo‘yicha siljiganimizda, u o‘zgarib boradi. Shunga mos ravishda, real statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, nuqtaviy va yoysimon elastiklik koeffisientlarini aniqlash mumkin.

Misol: Limonga bo‘lgan talab 100 dona bo‘lganda, har bir limonning narxi 750 so‘mni tashkil qildi, talab 200 dona bo‘lganda, har bir dona limon 500 so‘m bo‘lsin. Talab egri chizig‘ini chizing va yoysimon elastiklik koeffisientini hisoblang.

Bu yerda - va - talabning va tovar narxining boshlang‘ich qiymatlari, - va - talabning va tovar narxining o‘zgargan qiymatlari.

Elastiklik koeffisienti qiymatiga qarab talabni elastik, noelastik va birlik elastiklikga ega bo‘lgan talablarga ajratish mumkin.

Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffisienti $E_d > 1$ bo‘lsa, **talab elastik** deyiladi.

Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffisienti $E_d < 1$ bo‘lsa, **talab noelastik** deyiladi.

Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffisienti $E_d = 1$ bo‘lsa, **talab birlik elastiklikka** ega deyiladi.

Talabning narx elastikligiga ta’sir etadigan omilardan quyidagilarini alohida ko‘rsatish mumkin:

1. *Bozorda o‘rinbosar tovarlarning mavjudligi.* Bozorda yaxshi o‘rinbosar tovarlarning yo‘qligi yoki ularni olishning qiyinligi iste’molchilarni narxlarning o‘zgarishiga befarq qilib qo‘yadi.

2. *Vaqt omili*. Aksariyat tovarlarga bo'lgan bozor talabi uzoq muddatli davr mobaynida elastiklikroq bo'ladi.

Bir tomondan, aksariyat insonlarga iste'molchilik ta'blarini o'zgarishiga ancha vaqt talab qilinadi. (masalan, qandolat mahsulotlariga bo'lgan narx keskin oshirilsa ham mahsulotlarni sotish hajmi bir vaqtning o'zida pasayib ketmaydi).

Boshqa tomondan, bir tovaga bo'lgan talab boshqa bir tovarning mavjudligi bilan ham izohlanishi mumkin. Masalan, neftga va shu bilan bir qatorda benzinga bo'lgan narxning oshib borishi qisqa muddat ichida yo'l bosishni qisqarishiga olib kelmaydi, lekin, uzoq muddatli davr mobaynida eski avtomashinalarni yangi yoqilg'i kam harajat qiladigan modellari bilan almashtirilishiga va shu orqali kam benzin ishlatilishiga olib keladi.

3. *Tovarga bo'lgan harajatlar darajasi*. Iste'molchi byudjetidan tovarga yuqori darajada harajatlar qilish aksariyat tovarlarga bo'lga talabni narxlarni o'zgarishiga o'ta sezuvchan qilib qo'yadi. Masalan, sanoat iste'molchisiga bir-birlik tovarga bo'lgan narx emas, balki unga bir oy yoki bir yilda qilinadigan harajatlar muhim hisoblanadi.

4. *Tovarning iste'molchi uchun zarurligi*. Tovarning iste'molchi uchun yuqori darajadagi zaruriyati narxga bo'lgan past elastikligini aniqlab beradi.

3. Daromad bo'yicha talab elastikligi

Aksariyat kategoriyadagi tovarlarning bozordagi sotuv hajmi darajasi iste'molchilarning pul daromadlari dinamikasiga qarab o'zgarishi mumkin. Daromad o'zgarishiga bo'lgan talab hajmining sezuvchanligi daromad bo'yicha talab elastikligi koeffisienti bilan aniqlanadi.

Daromad bo'yicha talab elastikligi koeffisienti Ed – iste'molchilik daromadlarini bir foizga o'zgarishi natijasida talab hajmining son jihatidan o'zgarishi darajasi hisoblanadi.

Bir tovarga bo'lgan daromad bo'yicha talab elastikligi qisqa va uzoq muddatli davr mobaynida har xil bo'lishi mumkin. Har kuni foydalaniladigan tovarlar uchun qisqa muddatli davr mobaynida daromad bo'yicha talab elastikligi nisbatan past, bu tovarlarga bo'lgan iste'molchilarning ta'blari nisbatan sekin o'zgaradi. Bunga qarama-qarshi uzoq muddat foydalaniladigan tovarlar (avtomobillar, ko'chmas mulk, maishiy texnika) qisqa muddatli davr mobaynida elastikligi, uzoq muddatga qaraganda yuqoriroq, iqtisodiyotning siklli o'zgarishlariga o'ta sezuvchan bo'ladi.

4. Taklifning elastikligi

Ishlab chiqaruvchilarni bozor kon'yunkturasidagi ayrim omillarning o'zgarishlariga nisbatan sezuvchanligini tahlil qilish uchun aksariyat hollarda narx bo'yicha taklif elastikligi koeffisientidan foydalaniladi.

Narx bo'yicha taklif elastikligi koeffisienti Yes – narxning bir foizga o'zgarishi natijasida taklif hajmining son jihatidan foiz bo'yicha o'zgarishini bildiradi. Bunday elastiklikning qiymati ijobiy bo'ladi, chunki, ishlab chiqaruvchilar uchun yuqori narx ularni ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga rag'batlantiradi.

Aniq tovarga bo'lgan bozor taklifi alohida firmalarning individual takliflarining yig'indisidan shakllanadi. Buning natijasida bozordagi taklifning elastiklik hajmi alohida firmalarning bozordagi ulushi va ular taklifining elastiklikligiga bog'liq.

Taklif elastikligini aniqlab beruvchi asosiy omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. *Ishga tushirilmagan ishlab chiqarish kuchlarining mavjudligi.* O'sib borayotgan talab ishlab chiqarish kuchlarini nisbatan tezroq ishga tushirish evaziga qondirilishi mumkin.

2. *Sotish uchun taklif qilinayotgan tovar va xizmatlarning turlari.* Tez o'zgarib turadigan va bu jarayonda qo'shimcha sarmoya talab qilmaydigan tovar, xizmatlar, texnologiya va ishlab chiqarish hajmlari boshqalarga nisbatan taklif elastikligi yuqoriroqdir.

3. *Tayyorlangan tovarni uzoq muddat saqlash imkoniyatining mavjudligi.* Agar firmada bunday imkoniyat mavjud bo'lsa, u zahirada yig'ilgan mahsulotlar evaziga ishlab chiqarish hajmini oshirishi mumkin. Shunga muvofiq, uning taklifi ham narxlar o'zgarishiga nisbatan yanada elastikroq bo'ladi.

4. *Ishlab chiqarishni kengaytirish uchun zarur bo'lgan minimal hajmdagi harajat.* Zarur bo'lgan kapital qo'yilmalarning hajmi qanchalik ko'p bo'lsa, taklif elastikligi ham shunchalik past bo'ladi.

5. *Bozor kon'yunkturasi.* Tovlar defitsiti sharoitida ishlab chiqaruvchilar aniq hajmdagi tovarni yuqori narxda sotish imkoniga ega bo'ladilar. Bunday sharoitlarda taklif noelastik bo'ladi.

6. *Vaqt oralig'i.* Vaqt oralig'i qanchalik uzoq bo'lsa, ishlab chiqaruvchida shunchalik narxlarni o'zgarishiga moslashib olish uchun imkoniyat tug'iladi va taklifning elastikligi ham ortib boradi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Elastiklik tushunchasiga ta'rif bering, uning xususiyatlari nimalardan iborat?
2. Giffen tovarlari deb qanday tovarlarga aytiladi? Misollar keltiring
3. Narx bo'yicha talab elastikligi nima?
4. Daromad bo'yicha talab elastikligi qanday bo'ladi?
5. Taklifning elastikligini ta'riflang.
6. Talabning narx elastikligiga ta'sir etadigan omillar nimalardan iborat?
7. Taklif elastikligini aniqlab beruvchi asosiy omillar nimalardan iborat?

Mustaqil ish mavzulari

1. Elastiklikni iqtisodiy tahlilga kiritilishining ahamiyati.
2. Taklif va uni o'zgarishigaga ta'sir etuvchi asosiy omillar.
3. Talab va unga ta'sir etuvchi asosiy omillar.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.

3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.
8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.
11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo'shma majlisidagi "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi" mavzusidagi maruzasini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti, 2010.- 281 bet

4-MAVZU: ISTE'MOLCHILARNING BOZORDAGI XATTI-XARAKATI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda iste'molchilarning xatti-xarakatini tahlil qilishda mavjud yondashuvlar, naflilik funksiyasi, yalpi va me'yoriy naflilik, iste'molchining optimal tanlovi haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iste'molchi, naflilik, yalpi naflilik, chekli naflilik, naflilik funksiyasi, Befarqlik egri chizig'i, iste'molchining optimal nuqtasi.

Asosiy savollar

1. Iste'molchilar xatti-xarakatining tahlili
2. Naflilik funksiyasi. Yalpi va chekli naflilik.
3. Befarqlik egri chizig'i.
4. Iste'molchining optimal tanlovi.

1. Iste'molchilar xatti-xarakatining tahlili

Iste'molchi - bozor mexanizmining asosiy sub'ektlaridan biri bo'lib uning bozordagi iqtisodiy ahamiyati va roli juda muhim hisoblanadi. Aynan iste'molchilarning u yoki bu tovarni sotib olishiga bo'lgan talabi bozor talabini keltirib chiqaradi, narxlar muvozanatini, real sotuv xajmini belgilab beradi. Bozorga chiqishda iste'molchi o'z oldiga yagona bir maqsadni ya'ni, maksimal ravishda o'z ehtiyojlarini qondirish va bu iste'moldan yuqori naflilikka erishishni ko'zda tutadi. Iste'molchi ishlab chiqaruvchi kabi o'z tanlovida absolyut erkin emas. U nafaqat o'z hoxish istagiga, shuningdek daromadiga qarab xaridlarni amalga oshiradi.

Iste'molchilarning xatti-xarakatini uch bosqichda ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir. *Birinchi bosqichda* iste'moldagi afzallik o'rganiladi. Bunda iste'molchi bir tovarni boshqasidan ortiq ko'rishi mezonlarini aniqlash mumkin. *Ikkinchi bosqichda* iste'molchilar byudjetining chegaralanishiga, ya'ni iste'mol tovarlarini xarid etishda chegarali daromadga duch kelishlari ko'rib chiqiladi. Iste'molchilar daromadi turli tovarlar narxiga qarab ularga ma'lum chegarali to'plamdagi tovarlar sotib olish imkonini beradi. *Uchinchi bosqichda* iste'molchi nimani afzal ko'rishini byudjetning chegaralanishi bilan birga qo'shib iste'molchi tanlovi aniqlanadi.

Iste'mol nazariyasi quyidagi taxmin-mulohazalarga asoslanadi:

a. Iste'molchilar iste'mol tovarlari va xizmatlarni solishtirib ko'rish va turkumlashtirishga qodir. Iste'molchi ikkita A va B ne'matlar to'plamidan A ni B dan yoki B ni A dan afzal ko'radi. $A > B$, $B < A$, $A = B$ bo'lsa, ikkalasi ham bir xil naflilikka ega bo'ladi. Bu afzal ko'rish tovarlar qiymatini inobatga olmagan xoldadir.

b. Iste'molchilarning xohish-istagining mutanosibligi (tranzitivligi). Agar iste'molchi A tovar guruhini B ga nisbatan ko'proq istasa va B tovar guruhini S tovar guruhidan ko'ra ko'proq xohlasa, unda u A tovar guruhini S tovar guruhiga nisbatan ko'proq xohlagan bo'ladi, ya'ni: $A > B$, $B < S$; $A > S$.

c. To'yinmaslik. Tovar qiymatini hisobga olmay, hamma tovarlar yaxshi (ma'qul) tovarlar deb hisobga olib, iste'molchi xar doim kam miqdordan ko'p miqdordagi tovarlarni afzal ko'radi.

Iste'molchilik hatti-harakati – bu iste'molchilarning turli tovar va xizmatlarga talabini shakllantirish jarayoni.

2. Naflilik funksiyasi. Yalpi va chekli naflilik.

Naflilik – tovar va xizmatlarning moddiy va ma'naviy ehtiyojlar qondirilishini ta'minlash, ya'ni ularning qanoatlantirish manbai bo'lish xususiyati hisoblanadi.

Naflilik – jamiyat yoki biror bir shaxsni ehtiyojlarini qondira olish qobiliyatidir. Tovar va xizmatlarning nafliligi ularning sifati bilan bog'liq. Sifat ko'rsatkichlariga quyidagilarni kiritish mumkin: sog'liqqa foydaliligi, dizaynining estetik chiroyi, foydalanish osonligi, uzoq muddatliligi, qulayligi, individualligi, xavfsizligi, yuqori statusga ega ekanligi va b.

Bozordagi iste'molchilarning xatti-xarakatiga qarab naflilikni ikki xil tahlil qilish mumkin. Bu o'z navbatida **ikki xil yondashuv**ni kelib chiqishiga ham sabab bo'lgan. Birinchisi, naflilikni son jihatdan o'lchab tahlil qilish, ikkinchisi, naflilikni son jihatdan o'lchab emas, balki tabaqalashtirish orqali, ya'ni yuqori va quyi naflilik, eng yaxshi va eng yomon naflilik va x.k.

Ma'lumki, iste'molchi bozorga chiqar ekan, u bir qancha turdagi tovar va xizmatlarga duch keladi.

Yalpi naflilik – ma'lum bir vaqtda, ma'lum bir tovar yoki xizmatni iste'mol qilish natijasida olinadigan yalpi qondirish.

Naflilik funksiyasi – iste'molchining individual istagini aniqlab beruvchi iste'mol xajmi va yalpi naflilik o'rtasidagi son jihatdan bog'liqlikni ko'rsatadi.

Naflilik funksiyasi iste'molchining iste'mol qiladigan ne'matlar xajmi bilan, u ushbu ne'matlarni iste'mol qilish natijasida oladigan naflilik darajasini ifodalaydi. Naflilik funksiyasi orqali nafaqat umumiy naflilikni ifodalash mumkin balki, ketma-ket ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida oladigan qo'shimcha o'sgan naf miqdorini ifodalovchi, chekli nafni ham aniqlash mumkin.

Chekli naflilik – bir birlik qo'shimcha iste'mol natijasida olinadigan qo'shimcha naflilikdir.

Iste'molchilik tanlovining **to'g'rilik tamoyili** bu yalpi va me'yoriy naflilik emas, balki, bir so'm xarajatga to'g'ri keladigan me'yoriy naflilikdir.

3. Befarqlik egri chizig'i.

Befarqlik egri chizig'i – iste'molni bir xil darajada qondiruvchi yaroqli, foydali tovar tanlovlari yig'indisini tashkil etadi. Befarqlik egri chizig'i iste'molchi uchun bir xil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyalarini ifodalaydi. Demak, chizmaning nuqtalar orqali keltirilgan tovar tanlovlariga iste'molchi befarq bo'ladi.

Iste'mol tovarlarining turli xil assortimenti

Turli xil tovarlar to'plami	Oziq-ovqat mahsuloti turlarining miqdori	Kiyim turlarining miqdori
A	20	30
B	10	55
C	40	20
D	30	45
E	10	20
F	10	45

Befarqlik egri chizig'i turli guruhdagi tovarlar va xizmatlarga nisbatan shaxsiy afzal ko'rish darajasini tasvirlab beradi. Ammo afzal ko'rishning o'zi iste'molchi xatti-xarakatini to'liq tushuntirib bermaydi. Iste'molchining individual tanloviga byudjetning chegaralanganligi ham ta'sir etadi, chunki bu turli tovarlar va xizmatlarning narxiga ko'ra kishilarning iste'molini cheklab qo'yadi.

Byudjet chegarasi – ma'lum qiymatdagi tovar miqdorini xarid qilish uchun umumiy xarajatlarning daromadga teng bo'lishini ko'rsatadi. Byudjet chegarasi iste'molchi uchun qaysi tovarlar guruhi ko'proq nafliroq ekanligini ko'rsatadi.

Turli iste'mol tovarlari va xizmatlar to'plamlari va byudjet chizig'i

Turli tovarlar to'plami	Oziq-ovqat (F)	Kiyim (C)	Umumiy sarflar, dollar
A	0	20	40
B	10	15	40
C	20	10	40
D	30	5	40
E	40	0	40

4. Iste'molchining optimal tanlovi

Iste'molchi nimani afzal ko'rishi va byudjet chegaralanishini ko'rib chiqildi, endi ayrim iste'molchilar har bir tovar turidan qanchasini xarid etish uchun ularni

tanlab olishini ko‘rishimiz mumkin. Iste‘molchilar o‘z tanlovini oqilona bajaradilar deb taxmin qilamiz. Bu bilan iste‘molchilar mavjud va chegarali byudjetiga qarab tovarlarni o‘z ehtiyojlarini maksimal ravishda qondira oladigan qilib tanlaydilar. Iste‘mol tovarlari va xizmatlar to‘plamining optimal tanlovi ikki talabga javob berishi lozim. Birinchidan, tanlov byudjet chizig‘ida bo‘lishi bo‘lishi mumkin. Ikkinchi muhim sharti, iste‘mol tovarlari va xizmatlarning optimal to‘plami imte‘molchilarga ular eng ma‘qul ko‘rgan kombinatsiyada yetkazib berilishi lozim.

Iste‘molchilik hatti-harakati qoidasi - bir tovarga sarflangan pul qiymati hisob-kitobining yuqori foydaliligi, boshqa tovarga sarflangan pul qiymatining yuqori foydaliligiga teng bo‘lsa optimumga intiladi.

Iste‘molchilik muvozanati iste‘molchining byudjet harajatlari tarkibi, unga xarid qilingan jami iste‘mol ne‘matlari to‘plamidan katta umumiy foydalilikni ta‘minlovchi holatdir.

Iste‘molchining yalpi nafliligini maksimallashtiruvchi tovarlar yig‘imi ***iste‘molchining optimal nuqtasi*** hisoblanadi.

Ideal rasional iste‘molchi - Homo economicus (tejamkor kishi) – shaxsiy afzalliklari tizimini mutlaqo aniq biladigan, barcha muqobillarni hisobga oladigan va o‘zi uchun maksimal foyda olish tamoyiliga muvofiq holda qaror qabul qiladigan kishi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Iste‘molchilar xatti-xarakatiga ta‘sir etuvchi omillar?
2. Iste‘molchilar xatti-xarakatitsh tahlil qilishda mavjud yondashuvlar qaysilar?
3. Naflilik funksiyasi nima?
4. Yalpi va chekli naflilikni ta‘riflang.
5. Iste‘molchining optimal tanlovi qanday bo‘ladi?

Mustaqil ish mavzulari

1. Iste‘molchilarning huquq va majburiyatlari
2. Yuqori naflilikka erishishning asosiy omillari
3. Iste‘molchining optimal nuqtasi

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtsod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtsodiyot. O‘quv qo‘llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To‘xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O‘zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O‘quv qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 280 b.

8. To‘xliiev N., Xaqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 96 b.

9. O. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.

10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O‘quv qo‘llanma. T., Akademiya, 2010.

11. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo‘shma majlisidagi “Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi” mavzusidagi maruzasini o‘rganish bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti, 2010.- 281 bet

5- MAVZU: ISHLAB CHIQRISH, TEXNOLOGIYA VA ISHLAB CHIQRISH FUNKSIYASI

Darsning o‘quv maqsadi:

Talabalarda ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi, texnologiyalar, firmaning qisqa davrdagi faoliyati, uzoq muddatli ishlab chiqarish haqida tushuncha hosil qildirishdan iborat..

Tushunchalar va tayanch iboralar

Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi, mehnat, kapital, materiallar, texnologiya, ishlab chiqarish funksiyasi, doimiy resurslar, o‘zgaruvchan resurslar, qisqa muddatli davr, uzoq muddatli davr, qisqa muddatli ishlab chiqarish funksiyasi, uzoq muddatli ishlab chiqarish.

Asosiy savollar

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi, izokvantalar.
2. Firmaning qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish davrdagi faoliyati.
3. Bir o‘zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish
4. Masshtab samarasi

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi.

Ishlab chiqarish - korxonalarining asosiy faoliyati turi bo‘lib, bu jarayon cheklangan resurslardan foydalangan holda amalga oshiriladi. Ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori, ushbu tovarlarni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan resurslar hajmidan va ishlab chiqarishda foydalanilayotgan texnologiyaning holati va darajasiga bog‘liqdir.

Ishlab chiqarish - bu kerakli mahsulotlarni tayyorlash uchun ishchi kuchidan, uskuna va texnologiyadan, tabiiy resurslardan hamda materiallardan ma’lum miqdordagi kombinatsiyada foydalanish jarayonidir. Masalan, o‘z ustaxonasiga ega bo‘lgan shaxs stol ishlab chiqarish uchun ishchi kuchidan, xom ashyo sifatida taxta, temirdan, arra va boshqa uskunalarga sarflangan kapitaldan foydalanadi.

Ishlab chiqarishning an’anaviy jihatdan uch xil ko‘rinishga ajratish mumkin: buyurtma asosida, ommaviy va oqim shaklida ishlab chiqarish.

Buyurtma asosida ishlab chiqarish – individual ravishda ishlab chiqarish bo‘lib, o‘z sohasida yagona bir mahsulotni yuzaga chiqaradi. Bunda nafaqat san’at asari balki, yirik samolyot, bino, elektrostansiyalar ham misol bo‘la oladi. Bunday

ishlab chiqarish malakali mutaxassislarni va zamonaviy texnika va texnologiyalarni talab etadi.

Ommaviy ishlab chiqarish – katta yoki kichik partiyada, ko‘p turdagi, bir ko‘rinishdagi standart tovarlar ishlab chiqarishni ko‘zda tutadi.

Oqim shaklida, ya’ni uzluksiz jarayon shaklida ishlab chiqarish – xom-ashyoni tinimsiz iste’mol qilish, materiallardan foydalanish va mahsulotlarning tinimsiz oqimi bilan izohlanadi. Bunga misol qilib, neft va gazni qayta ishlash zavodlari, kimyo sanoati, sutni qayta ishlash zavodlarini misol keltirish mumkin.

Iqtisodiy resurslarni birlashtirish orqali tovar va xizmatlarni yaratish – ishlab chiqarish texnologiyasi deyiladi.

U yoki bu texnologiyani tanlash ishlab chiqarish samaradorligiga bog‘liq. Ishlab chiqarish samaradorligining iqtisodiy va texnologik turi mavjud.

Iqtisodiy samaradorlik firmaning ishlab chiqarish xarajatlari va daromadlari o‘rtasidagi qiymat ko‘rinishidagi bog‘liqlikni ko‘rsatadi.

Texnologik samaradorlik foydalanilayotgan resurslar va natural ko‘rinishda olinayotgan mahsulot o‘rtasidagi bog‘liqlikni ko‘rsatadi.

Ishlab chiqarish omillarini yiriklashgan uch guruhga bo‘lib qarash mumkin: **mehnat, kapital va materiallar**.

Masalan, mehnat ishlab chiqarish omili sifatida malakali mehnatni (muhandis, texnolog, payvandchi, buxgalter, elektr ustasi), malakasiz mehnatni (har xil ishchilar) va korxona rahbarlarining boshqaruv va tadbirkorlik harakatini o‘z ichiga oladi. Bu mehnat turlarini umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlar mehnat sig‘imi va mehnat unumdorligidir.

Materiallar deganda, ishlab chiqarish jarayonida tayyor mahsulotga aylanadigan har qanday moddiy narsani qarashimiz mumkin: butlovchi qismlar, yarim fabrikatlar, temir, po‘lat, shisha, yoqilg‘i, yog‘och, paxta va boshqa xom ashyolar tushuniladi.

Moddiy kapital sarfi ishchilar tomonidan binodan, uskunadan, instrumentdan va texnologik liniyalardan foydalanishni o‘z ichiga oladi.

Ishlab chiqarish munosabatlari birinchi navbatda mahsulot ishlab chiqarishdagi texnologik munosabatlardir.

Texnologiya - bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to‘g‘risidagi amaliy bilimlardir. Ma’lumki, texnologiyaning takomillashuvi fanda va texnikadagi yangi yutuqlarning ishlab chiqarish jarayoniga joriy qilish orqali boradi. Yangi texnologiya yangi ishlab chiqarish usullaridan foydalanishni, yangi mashina va mexanizmlardan yanada yuqori malakaga ega bo‘lgan mehnatdan foydalanishni taqozo qiladi. Yangi texnologiya yangi turdagi mahsulotlarni yaratishga yordam beradi. Yangi texnologiya mahsulot sifatini oshirishga, ish sharoitlarini yaxshilashga, berilgan resurslar miqdori o‘zgarmaganda ishlab chiqariladigan mahsulot miqdorini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga olib keladi.

Ishlab chiqarish funksiyasi. Sarflanadigan ishlab chiqarish omillari miqdori bilan, ushbu omillardan foydalangan holda maksimal ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori o‘rtasidagi bog‘liqlikni ishlab chiqarish funksiyasi orqali ifodalash mumkin.

$$Q = f(K, L, M)$$

Q-maksimal ishlab chiqarish miqdori, **K**-kapital, **L**-mehnat, **M**-materiallar.

Agar ishlab chiqarish funksiyasi ikkita omilga bog'liq bo'lsa, unda ishlab chiqarish funksiyasi quyidagicha bo'ladi.

$$Q = f(K, L)$$

Ishlab chiqarish funksiyasi faqat sarflangan mehnatga bog'liq bo'lsa, u holda, ishlab chiqarish funksiyasi quyidagicha bo'ladi.

$$Q = f(L)$$

Ishlab chiqarishda faqat ikkita omil – mehnat va kapitaldan foydalaniladigan ishlab chiqarishni ko'rib chiqamiz. Masalan, mebel ishlab chiqarish sexida mavjud texnologiya asosida sarflanadigan kapital va mehnatning ma'lum nisbatlari kombinatsiyasida stul ishlab chiqarilmoqda.

Kapital sarfi	Mehnat sarfi, (soatlarda)				
	1	2	3	4	5
1	30	50	60	70	80
2	40	65	80	85	100
3	60	80	100	110	115
4	65	85	110	115	120
5	80	100	120	125	130

Izokvanta – bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdır.

Izokvanta – buyurtma berilgan ishlab chiqarish hajmini ta'minlab beruvchi ishlab chiqarish omillarining barchasining yalpi kombinatsiyasini ko'rsatadi.

Izokvanta kartasi o'zida firmaga mos keladigan ishlab chiqarish hajmini ta'minlab beruvchi texnologik mumkin bo'lgan yalpi resurslar kombinatsiyasini mujassam etadi.

Izokvantalar firmalarda mahsulot ishlab chiqarishning variantlari ko'pligini ko'rsatadi.

2. Firmaning qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish davrdagi faoliyati

Firma tomonidan ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan ishlab chiqarish omillari shartli ravishda ikki guruhga bo'linadi: doimiy va o'zgaruvchan.

Doimiy resurslar ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan va ko'rib o'tilayotgan davr mobaynida o'zgarmas holatda qoladigan resurslardir. Ularga ishlab chiqarish maydonlari (bino yoki inshoot o'lchami), yuqori malakali mutaxassislarning mehnati va o'ziga xos bilimi misol bo'la oladi.

Ishlab chiqarish hajmiga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq resurslar **o'zgaruvchan resurslar**dir. Ularga misol qilib elektroenergiya, xom-ashyo va materiallar, transport xizmatlari, ishchilar va muhandis-texniklarning mehnatini keltirish mumkin.

Ishlab chiqarish omillarini doimiy va o'zgaruvchanlarga bo'lish firma faoliyatini qisqa va uzoq muddatli davrlarga ajratishga imkon beradi.

Qisqa muddatli davr deb, firma o'z resurslarining bir qismini son jihatdan o'zgartirib qolgan qismini o'zgarmas holatda qoldirish davriga aytiladi.

Qisqa muddatli ishlab chiqarish funksiyasi – mavjud doimiy resurslar sharoitida firma o'zgaruvchan resurslar hajmini o'zgartirib ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan maksimal ishlab chiqarish hajmini ko'rsatadi.

Uzoq muddatli davr deb, firma o'zi foydalanayotgan jami resurslarning sonini o'zgartirish mumkin bo'lgan davrga aytiladi.

Uzoq muddatli davrda barcha ishlab chiqarish omillari o'zgaruvchan bo'ladi. Firma iqtisodiy resurslarga bo'lgan bozor talabi va narxiga qarab ishlab chiqarishning texnologik samaradorligi variantlaridan birini tanlashi mumkin.

3. Bir o'zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish

Ma'lum vaqt oralig'ida jami ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mahsulot desak, **o'rtacha mahsulot** – umumiy mahsulotni ushbu mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari sarfiga nisbati bilan aniqlanadi:

$$^{\wedge}P = Q/F$$

$^{\wedge}P$ – o'rtacha mahsulot, Q – umumiy mahsulot miqdori, F – sarflangan resurslar.

Chekli mahsulot – bu o'zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miqdorda qo'shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulotning o'sgan qismiga aytiladi. Masalan, ishlab chiqarishda bitta omil, ya'ni faqat mehnat sarflansa, chekli mahsulot: $MPL = ^{\wedge}Q / ^{\wedge}L$

MPL – mehnatning chekli mahsuloti yoki mehnatning chekli mahsuldorligi. $^{\wedge}Q$ – qo'shimcha birlik mehnat sarfi $^{\wedge}L$ hisobiga ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot miqdori

Bir o'zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish

Kapital sarfi, K	Mehnat sarfi, L	Mahsulot ishlab chiqarish hajmi, Q	O'rtacha mahsulot, $^{\wedge}P = Q/F$ 32/2=16	Chekli mahsulot, $MPL = ^{\wedge}Q / ^{\wedge}L$ 32- 12=20
15	0	0	-	-
15	1	12	12	12
15	2	32	16	20
15	3	60	20	28
15	4	80	20	20
15	5	95	19	15
15	6	108	18	13
15	7	112	16	4
15	8	112	14	0
15	9	108	12	-4
15	10	100	0	-8

Birinchi ustun ishlab chiqarishda qatnashadigan kapitalning o'zgarmasligini ko'rsatib turibdi. Ikkinchi ustunda mehnat sarfi keltirilgan. Bir birlik mehnat

sarfiga to'g'ri keladigan mahsulot o'rtacha mahsulot bo'lib, u to'rtinchi ustunda keltirilgan. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mehnat sarfiga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi 84 birlikka yetguncha ortib, undan keyin qisqarib boradi. O'rtacha mahsulot maksimal bo'lganda mehnat sarfi to'rt birlikni tashkil etadi.

Beshinchi ustunda mehnat sarfining chekli mahsuloti **MPL** keltirilgan. U qo'shimcha bir birlik mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot miqdori bo'lib, mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko'rsatuvchi uchinchi ustundagi har bir mahsulot miqdoridan oldingi ishlab chiqarilgan mahsulot miqdorini ayirish orqali aniqlanadi. Masalan, kapital sarfi o'zgarmas bo'lganda (15 birlik) mehnat sarfining ikki birlikdan uch birlikka o'zgarishi mahsulot ishlab chiqarishni 32 birlikdan 60 birlikka oshiradi, demak qo'shimcha bir birlik mehnat sarfi $60-32=28$ birlik qo'shimcha mahsulot yaratadi. O'rtacha mahsulotdek, chekli mahsulot ham boshida ortib, keyinchalik kamayib boradi (ya'ni, u 3 birlik mehnat sarfigacha o'sib, mehnat sarfi 3 birlikdan oshganda kamayib boradi). Shuni esdan chiqmaslik kerakki, chekli mahsulot miqdori mehnatdan tashqari, kapital sarfiga ham bog'liq. Agar mehnat sarfi o'zgarsa kapital sarfi ham o'zgarishi mumkin.

Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni. Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni shuni ko'rsatadiki, biror bir ishlab chiqarish omilidan foydalanish oshib borganda (boshqa omillardan foydalanish o'zgarmaganda), shunday bir nuqtaga erishiladiki, ushbu nuqtadan boshlab qo'shimcha ishlatilgan omil ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi.

4. Miqyos samarasi

Xarajatlarning proporsional o'zgarishga ishlab chiqarish miqyosining o'zgarishi deyiladi. Ishlab chiqarishda faqat ikkita omildan - ishchi kuchi (L) va kapitaldan (K) foydalanilganda, ulardan foydalanish ikki barobar oshsa $2L$ va $2K$ bo'lsa, ishlab chiqarish miqyosi ikki barobar kengaydi deyiladi.

Xuddi shunday mehnat va kapitaldan foydalanish ikki marta qisqartirilsa ($0,5L$ va $0,5K$) ishlab chiqarish miqyosi ikki marta qisqarganligini bildiradi. Ishlab chiqarishda omillardan foydalanishning proporsional oshishi, ya'ni ishlab chiqarish miqyosining kengayishi mahsulot ishlab chiqarish hajmiga har xil ta'sir qiladi, u mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishi, kamaytirishi va o'zgartirmasligi mumkin.

Agar ishlab chiqarish miqyosi kengayganda omillar sarfi sur'atidan mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati yuqori bo'lsa, bunday ishlab chiqarish hajmining o'sishiga musbat miqyos samarasi deyiladi. Musbat miqyos samarasida uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar kamayadi.

Agar, ishlab chiqarish miqyosi kengayganda, omillar sarfi sur'atidan ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati past bo'lsa, bunday o'sishga manfiy miqyos deyiladi. Manfiy miqyos samarasida (keyinchalik ko'ramiz) uzoq muddatli oralqda firma mahsulot ishlab chiqarishni oshirganda o'rtacha harajatlar oshib boradi.

Ishlab chiqarish miqyosi kengayganda omillar sarfi sur'ati ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'atiga teng bo'lsa, bunday o'sishga o'zgarmas miqyos samarasi deyiladi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi nima?
2. Firmaning qisqa davrdagi faoliyati qanday tashkil etiladi ?
3. Uzoq muddatli ishlab chiqarishni tashkil etish shart-sharoitlari qanday ?
4. Miqyos samarasi nima, unga misollar keltiring.

Mustaqil ish mavzulari

1. Tadbirkor, tadbirkorlik, firma, ishlab chiqarish tushunchalarining o'zaro bog'liqligini tushuntiring.
2. Xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklanmagan jamiyat, mas'uliyati cheklangan jamiyat, kooperativlar, korporatsiya, foyda olmaydigan tashkilotlarni tavsiflang.
3. Zamonaviy texnika va texnologiyalarning ishlab chiqarish samaradorligini oshirishdagi o'rni va rolini tushuntiring.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiktisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiktisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.
8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.
11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo'shma majlisidagi "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi" mavzusidagi maruzasini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti, 2010.- 281 bet

6- MAVZU: ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar, korporatsiya (ochiq va yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari), ishlab chiqarish xarajatlari va ularning turlari, ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar, korporatsiya (ochiq va yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari), umumiy va xususiy xarajtlar, buxgalterlik va iqtisodiy xarajatlar, yaqqol namoyon bo'luvchi va namoyon bo'lmaydigan xarajatlar, qaytariladigan va qaytarilmaydigan xarajatlar, o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar

Asosiy savollar

1. Tadbirkorlik faoliyatining asoslari
2. Tadbirkorlikning tashkiliy shakllari
3. Ishlab chiqarish xarajatlari va ularning turlari
4. Ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlari

1.Tadbirkorlik faoliyatining asoslari

Tadbirkorlik – ishlab chiqarish jarayonida uning omillari: yer, mehnat, kapitalni birlashtiruvchi, bilim va tashabbuskorlik va tavakkalchilik asosida daromadli ishlab chiqarishni tashkil etishni nazarda tutuvchi ishlab chiqarishning maxsus omili.

Tadbirkorlikka quyidagilar xos: Faoliyatning usul va yo'nalishlarini tanlashdagi iqtisodiy erkinlik; faoliyat yakuniga ko'ra o'z mulki bo'yicha to'liq moddiy javobgarlik; foyda – yuqori foyda olishni mo'ljallash.

Tadbirkorlikning xususiyatlari: Tadbirkorlik ob'ektlari korxona (firma), daromadli ish. **Tadbirkorlik subyektlari** tadbirkor, ishlab chiqarish omillari mulkdorlari, menejerlar (boshqaruvchilar), aksionerlar, tovarlarni yetkazib beruvchilar (xaridorlar), davlat, kasaba uyushmalari.

Bozor iqtisodiyotining asosiy subyektlaridan biri firma hisoblanadi. Firma deganda, mustaqil xo'jalik yuritadigan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish faoliyati bilan shug'ullanuvchi iqtisodiy subyekt tushuniladi. Mustaqil xo'jalik faoliyati yuritadi deganda, qanday mahsulotlar ishlab chiqarish, qancha ishlab chiqarish, qaerda, kimga, qancha narxda sotish bo'yicha firmaning mustaqil qaror qabul qilishi tushuniladi.

Firma (korxona) - bu ishlab chiqarish resurslari egalarining qarorlarini va manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi institusional tuzilma hisoblanadi.

2.Tadbirkorlikning tashkiliy shakllari

Tadbirkorlik firmalarining asosiy tashkiliy shakllari: xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar, korporatsiya (ochiq va yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari).

Xususiy tadbirkorlik firmasi - bu firmaning egasi ishni mustaqil, o'z manfaatidan kelib chiqib olib boradi, u tavakkalchilikni o'z zimmasiga oladi, firmaning barcha majburiyatlari bo'yicha to'liq javobgarlikni bo'yniga oladi (ya'ni, mas'uliyati cheklanmagan jamiyat hisoblanadi), qolgan daromadni o'zi o'zlashtiradi.

Mas'uliyati cheklanmagan jamiyat - firmani birgalikda tashkil qilib, birgalikda egalik qiluvchi va boshqaruvchi shaxslar guruhi bo'lib, ular firmaning barcha majburiyatlari bo'yicha to'liq javobgarlikni cheklanmagan ravishda o'zlarining zimmalariga oladilar.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatda firma egalari firmaning majburiyatlari bo'yicha javobgarlikni Nizom fondiga qo'shgan ulushi doirasida zimmasiga oladi, xolos.

Korporatsiya - paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan cheklangan. Korxona aksiyalarini sotib olgan shaxslar korxona mulki egalariга aylanadilar. Korporatsiya faoliyatini aksionerlar majlisi nazorat qiladi. Aksiyadorlar o'z aksiyalariga daromad (dividend) oladilar. Korporatsiya kreditorlari o'z talablarini aksiyadorlarga emas, korporatsiyaga qo'yadilar.

Aksionerlik jamiyati ochiq turda bo'lsa, korxona aksiyalari ochiq bozorda, ya'ni fond birjalarida erkin sotiladi. Aksiyadorlarga korporatsiya yoqmasa, ular o'z aksiyalarini ochiq bozorda sotib korxona bilan aloqasini umuman uzishi mumkin.

Foyda olmaydigan tashkilotlar. Bozor sharoitida bunday turdagi tashkilotlarga foyda olish maqsadida harakat qilmaydigan kasaba uyushmalari, klublar, machitlar, kasalxona, kollejlar, xayriya jamiyatlari va boshqalar kiradi.

Kooperativlar. Kooperativlar o'z a'zolarining resurslarini foyda olish maqsadida birlashtirish asosida vujudga keladi.

3.Ishlab chiqarish xarajatlari va ularning turlari

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimallashtirishdan iboratdir. Umumiy holda **foyda** yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni ayirish orqali topiladi.

$$\pi = TR - TC,$$

bu yerda π - foyda; TR - umumiy daromad; TC - umumiy xarajat.

Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. Yaqqol namoyon bo'luvchi va namoyon bo'lmaydigan xarajatlar deb ham ataladi **Tashqi xarajatlarga** tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol yetkazib beruvchilarga (xom-ashyo, materiallar, elektroenergiya, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi

Ichki xarajatlar sifatida quyidagilar qaraladi: 1) tadbirkorning o'ziga tegishli resurslarga bo'lgan xarajati; 2) tadbirkorlik qobiliyatiga to'g'ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo'lgan normal foyda. Buxgalteriya foydasidan ichki xarajatlarni ayirib tashlasak iqtisodiy foydani olamiz.

Tashqi va ichki xarajatlarning yig'indisi **alternativ yoki iqtisodiy xarajatlarni** tashkil qiladi. Alternativ xarajatlar, firmaning resurslaridan eng yaxshi variantda foydalanishi bilan bog'liq yo'qotilgan imkoniyatlardir. **Iqtisodiy xarajatlar** – bu boshqa nematlarning (tovar va xizmatlarning) qiymati. Iqtisodiy xarajatlar firma faoliyatini buxgalter va iqtisodchi tomonidan baholanishni farq qilishga imkon beradi. Buxgalterni birinchi navbatda, firmaning ma'lum muddat davomidagi (hisobot davrida) faoliyati natijalari qiziqtiradi. **Buxgalterlik xarajatlari** – firma tomonidan foydalanilayotgan resurslarni sotib olingan

narxlaridagi qiymatlaridir. Bularga misol qilib, qonunchilik tomonidan belgilangan kapital asbob-uskunalarga qilingan amortizasion ajratmalarni keltirish mumkin. Iqtisodchini esa firmaning kelajagi, uning kelajakdagi faoliyati qiziqtiradi. Shuning uchun ham firma ixtiyoridagi resurslardan eng yaxshi alternativ foydalanish variantlarini topishga e'tibor beradi.

Qaytariladigan va qaytarilmaydigan xarajatlar

Qaytariladigan xarajatlar – firma qaytarib olishi umkin bo'lgan xarajatlar (faoliyatini to'xtatgandan so'ng ham).

Qaytarilmaydigan xarajatlar – firma hech qachon qaytarib ololmaydigan xarajatlar. Bularga misol, firma registratsiyasi va lisenziya olishi uchun qilingan xarajatlar. Qaytarilmaydigan xarajatlar firmani bozorga kirishi va chiqishi uchun qilinadigan xarajatlardir. Qaytarilmaydigan xarajatlar oldin qilingan xarajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas. Bu xarajatlar qaytarilmasligi uchun ham firmaning qaror qabul qilishiga ta'sir qilmaydi. Masalan, firma 100 ming so'mga maxsus uskuna sotib oldi, lekin firmaning qarori o'zgardi va bu uskuna umuman kerak bo'lmay qoldi, undan alternativ foydalanish varianti mavjud emas. Firma ushbu uskunani 60 ming so'mga sotib, 40 ming so'm zarar ko'rdi. 40 ming so'm qaytarilmaydigan xarajat hisoblanadi va firmaning harakatiga ta'sir qilmaydi.

4. Ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlari

Qisqa muddatli davr mobaynida resurslarning bir qismi o'zgarmas holatda, boshqa bir qismi ishlab chiqarish xajmining ortishi yoki kamayishi natijasida o'zgarishi mumkin.

Unga mos ravishda qisqa muddatdagi xarajatlar doimiy (o'zgarmas) va o'zgaruvchan xarajatlarga bo'linadi.

O'zgarmas xarajat (*FC - fixed cost*) - bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatdir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajat). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar, ijara haqi, Sug'urta to'lovlari, Bank kreditlari bo'yicha foiz to'lovlari, Amortizasion ajratmalar, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlar kiradi.

O'zgaruvchan xarajat (*VC - Variable Cost*) - mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat. O'zgaruvchan xarajatlarga xom ashyoga, elektroenergiyaga, gazga, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kiradi.

Doimiy va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisi yalpi xarajatlarni keltirib chiqaradi.

Umumiy xarajatlar (*TC - Total Cost*) - qisqa muddatli oraliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng: $TC = FC + VC(Q)$

bu yerda FC - o'zgarmas xarajat, $VC(Q)$ - o'zgaruvchan xarajat.

O'rtacha umumiy xarajatlarni umumiy xarajadni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$ATC = \frac{TC}{Q},$$

Xarajatlar	Ma'lumot	Masalan
Doimiy FC (Fixed costs)	Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar	1000 shartli birlik.
O'zgaruvchan VC (Variable costs)	Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq holda	1400 sh.b. (5ta buyum)
Umumiy TC (Total costs)	Ishlab chiqarishning doimiy va o'zgaruvchan summasi	1000+1400=2400 sh.b.
O'rtacha Umumiy ATC (Average Total costs)	Ishlab chiqarishning mahsulot birligiga xarajatlari	2400:5=480 sh.b.
Chegaraviy (marjinal) MS (Marginal costs)	Har qaysi yangi mahsulot birligini ishlab chiqarishda umumiy xarajatlarning ortishi	5-mahsulot – 2400 6-mahsulot – 3000 600 sh.b

Nazorat savollari

1. Tadbirkorlik faoliyatiga ta'rif bering.
2. Biznesning tashkiliy shakllari nimalardan iborat?
3. Ishlab chiqarish xarajatlari va ularning turlari qaysilar?
4. Buxgalterlik va iqtisodiy xarajatlar o'rtasidagi farqlar
5. Ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlariga qaysi xarajatlar kiradi?
6. Tadbirkor, tadbirkorlik, firma, ishlab chiqarish tushunchalarining o'zaro bog'liqligi.

7. Korxona (firma) xarajatlarining tasnifi.

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. Xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklanmagan jamiyat, mas'uliyati cheklangan jamiyat, kooperativlar, korporatsiya, foyda olmaydigan tashkilotlarni tavsiflang.(O'zbekiston va o'rganilayotgan mamlakatlar misolida).
2. Xarajatlarni ortib borishiga ta'sir etuvchi asosiy omillar.(Jahon tajribasi asosida).

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/
Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.

1. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.

2. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.

3. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.

4. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
5. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
6. То‘xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O‘zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O‘quv qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 280 b.
7. То‘xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 96 b.
8. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.
9. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O‘quv qo‘llanma. T., Akademiya, 2010.
10. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo‘shma majlisidagi “Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi” mavzusidagi maruzasini o‘rganish bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua. Toshkent: ”Iqtisodiyot” nashriyoti, 2010.- 281 bet

7- MAVZU: BOZOR TARKIBINING TAHLILI. MUKAMMAL RAQOBAT MODELI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda bozorning raqobatbardosh tuzilmasi, tahlil tamoyillari, mukammal raqobat modeli va uning xususiyatlari, raqobatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Raqobat, Oligopoliya, Monopolistik raqobat, Sof monopoliya, Mukammal raqobat,

Asosiy savollar

1. Bozorning raqobatbardosh tuzilmasi.
2. Bozor tuzilmalarining tahlil tamoyillari.
3. Mukammal raqobat modeli va uning xususiyatlari.
4. Raqobatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati.

1. Bozorning raqobatbardosh tuzilmasi. Tahlil tamoyillari.

Ilmiy tilda “raqobat” so‘zining ikki xil ta’rifi mavjud. Birinchisi, bozor tuzilmasini ta’riflovchi raqobat, ya’ni, raqobatlashgan bozor, mukamal raqobat, monopolashgan raqobat. Ikkinchisi, firmalarning bozorda o‘zaro bahslashishi, kurashish usulini xarakterlovchi raqobat, ya’ni, raqobat kurashi, narxli va narxsiz raqobat. **Raqobat** – bu ne’matlar miqdori va iste’mol talabi cheklangan joyda yuzaga keladigan manfaatlar to‘qnashuvi. Iste’molchilar ham, firmalar ham raqobatlashishi mumkin. **Raqobat quyidagilarga ko‘maklashadi:**

- ishlab chiqarishni kengaytirish va ixchamlashtirishga
- ilg‘or yangiliklarni joriy etishga
- resurs xarajatlarini tejashga
- iqtisodiyotning umumiy samaradorligini oshirishga
- talabning qulay qondirilishiga
- narxlarni tenglashtirish va pasaytirishga.

Bozor tuzilmalarini anglatuvchi terminlar monopoliya, monopsoniya, oligopoliya grek tilidan olingan bo‘lib, poleo – sotaman, psoneo – sotib olaman, mono – bir, oligos – bir qancha, poli – ko‘p degan ma’nolarni anglatadi.

Bozor tuzilmasi bozorning eng muhim jihatlarini o‘zida aks ettiradi: Masalan, tarmoqdagi firmalar soni, firmalarning bozorga kirib borishi va chiqib ketish imkoniyatlari, sotib oluvchilar soni, alohida firmalarning bozordagi narxlarga ta’sir eta olish qobiliyati. Firmaning bozordagi narxlarga ta’sir eta olish qobiliyati qanchalik past bo‘lsa, mazkur tarmoq shunchalik raqobatbardosh hisoblanadi.

Bozor tarkibini tahlil qilishni osonlashtirish uchun iqtisodiy nazariyada raqobatning quyidagi 4 ta modeli alohida ajratib ko‘rsatiladi.

1. Mukammal raqobat
2. Monopolistik raqobat
3. Sof monopoliya
4. Oligopoliya.

Raqobat modellarining tasniflanishi
--

	Mukka mal raqobat	Monopoll ashgan raqobat	Oligopoliya	Sof monopoliya
Firmalar soni	Cheklan magan miqdorda ko'p	Ko'p	Bir qancha	Bitta
Mahsulot turi	Bir turdagi	Differensi allash gan	Bir turdagi, Differensiallashga n	Yagona, unikal
Bozordagi hokimlik	Yo'q	Uncha katta emas	Yuqori	Maksimal darajada
Bozorga kirish chiqishdagi to'siqlar	Yo'q	Uncha ko'p emas	Ko'p	Umuman olib tashlab bo'lmaydigan

2. Bozor tuzilmalarining tahlil tamoyillari.

Bozor tuzilmalarini tasniflashda quyidagi tamoyillardan foydalaniladi:

1. Tarmoqdagi firmalar soni (bitta, bir qancha, ko'p).

Bu tamoyil nafaqat faoliyat ko'rsatayotgan firmlar soni balki, ular o'rtasidagi bog'liqlik, raqobat munosabati qanday ekanligini ko'rsatib beradi. Agarda tarmoqda firmalar soni ko'p bo'lsa, unda firmalar ishlab chiqarayotgan mahsulot bir-biriga nisbatan ko'p bo'lmaydi, firmalarning xech biri ustunlikni o'z qo'liga ololmaydi va boshqa raqobatchilar uchun xavf solmaydi.

Agarda firmalar bozorga nisbatan yirik va raqobatchilar uchun jiddiy xavf solayotgan bo'lsa, unda ishlab chiqaruvchilar kam hisoblanadi. Eng kami bu monopoliya bo'ladi, ya'ni bitta firma.

2. Ishlab chiqarilayotgan mahsulot xususiyati (bir turdagi, diversifikatsiyalashgan, yagona).

Mahsulotning sifati uni iste'molchi qanday qabul qilishiga qarab aniqlanadi. Agarda iste'molchi qandaydir bir firma savdo belgisiga xohish-istak bildirmay, barcha tovarlarni absolyut o'rinni bosuvchi tovarlar deb, qabul qilsa, bu tovarlar bir turdagi tovarlar bo'ladi. Agarda tovar firma savdo belgisiga, o'ziga xos dizayni, qadoqlash usuli, reklamasi va tayyorlanish sifatiga ega bo'lsa, bu tovar diversifikatsiyalashgan tovar bo'ladi. Agarda tovarning hech qanday o'rnini bosuvchisi bo'lmasa, u iste'molchilar ko'z o'ngida yagona, unikal tovar bo'lib gavdalanadi va bu tovar shu nomni oladi.

3. Firmalarning bozordagi narxlarga ta'sir eta olish darajasi. Bu ko'rsatkich firmaning bozordagi narxlarga nisbatan o'rtacha xarajatlarini oshib ketishi bilan aniqlanadi.

Firmaning olgan natijasi qanchalik yuqori bo'lsa, u shunchalik yuqori darajada bozordagi narxlarga ta'sir eta oladi, natijada qo'shimcha daromad olishi mumkin.

4. Yangi firmalar uchun bozorga kirib borish imkoniyati va biznesdan chiqib ketish xarajatlari. Bularni ikki guruhga ajratilgan tarmoqdagi to'siqlar orqali aniqlash mumkin.

1) Sun'iy to'siqlar (institusional). Faoliyat turi bo'yicha cheklangan firmalar uchun patent va lisenziyalar berish.

2) Tabiiy to'siqlar. Ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish uchun kerak bo'ladigan investision xarajatlar, bozordagi mahsulotlarning yuqori darajada diversifikatsiyalashganligi, iste'molchilarning mavjud firma savdo belgisiga bo'lgan ishonchi, mahsulotlarni taqsimlash kanallariga bo'lgan yo'llar.

Masalan, O'zbekistondagi aloqa kompaniyalari. Yirik to'rtta aloqa kompaniyasi deyarli yuz foiz aloqani ta'minlab beradi. Ularga raqobatchi bo'lish uchun juda katta to'siqlar mavjud.

3. Mukammal raqobat modeli va uning xususiyatlari

Real bozorlar, odatda, nomukammal raqobat muhitida bo'ladi va ularni oligopoliyaga yoki monopolistik raqobatga kiritish mumkin. Bu vaziyatga qaramasdan, bozor tuzilmalarini tadqiq qilish mukammal raqobat modelini tahlil qilishdan boshlanadi.

Birinchidan, bu model, raqobat sharoitlariga (ya'ni, firmalar tarmoqqa erkin kirib chiqariladigan, asosan, bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchilar bozori) yaqin bozorni tadqiq qilish imkonini beradi.

Ikkinchidan, mukammal raqobat bozori misolida har bir firma oldida turgan asosiy masala, ya'ni, o'z daromadini maksimallashtirish uchun qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarish kerak, firmaning iqtisodiy muvozanat sharoiti qanday degan muammolari hal qilinadi.

Va nihoyat, **uchinchidan**, mukammal raqobat modeli real tarmoqlar samaradorligini va ularning monopollashuv darajasini baholash imkonini beradi.

Mukammal raqobat modelining xususiyatlari:

1. *Firmalar mahsuloti bir turdagi bo'ladi*, shuning uchun iste'molchilarga qaysi ishlab chiqaruvchidan mahsulot sotib olishning farqi yo'q. Tarmoqdagi barcha tovarlar absolyut o'rinni bosuvchi tovarlar hisoblanadi. Bu degani, bir ishlab chiqaruvchi tomonidan narxlarni bozorga nisbatan kam miqdorda bo'lsa ham oshirish uning mahsulotiga bo'lgan talabning nolga tenglashishiga olib keladi.

2. *Bozordagi iqtisodiy sub'ektlar soni cheklanmagan miqdorda ko'p*, ularning yalpi tarmoqdagi ulushi nisban past. Mukammal raqobat sharoitida firma tarmoqning ko'zga ko'rinmas oz qisminigina bozorga taklif qilishi mumkin. Alohida firmaning (alohida iste'molchining) sotuv (xarid qilish) xajmini o'zgartirish haqidagi qarori mahsulotning bozordagi narxiga ta'sir qilmaydi. Bozordagi narx sotuvchilar va xaridorlarning birgalikdagi xarakatlari natijasida shakllanadi.

3. *Bozorga kirish va chiqishning erkinligi*. Bozorda turli xildagi cheklovlar va ta'qiqlashlar umuman bo'lmaydi. Davlatning talab va taklif mexanizmiga aralashuvi ham umuman bo'lmaydi. Bozorga kirish va chiqishdagi erkinlik barcha resurslarni absolyut tarzda minataqalararo va tarmoqlararo erkin xarakatlanishiga yordam beradi.

4. *Bozordagi barcha sub'ektlarning mukammal bilim va axborotga egaligi.* Barcha qarorlar aniqlik sharoitida qabul qilinadi. Bu degani barcha firmalar o'z daromadlar va xarajatlari, barcha resurslarning narxlari, mavjud texnologiyalar haqida to'liq ma'lumotga ega bo'ladi, iste'molchilar esa, xamma firmalardagi narxlar haqida to'liq ma'lumot ola oladi. Shu bilan birga, axborot tezlik bilan va mutlaqo bepul tarqatiladi.

Yuqoridagi xususiyatlar juda ham qattiq va amaliyotda mukammal tarzda qo'llash kamdan-kam holatlarda amalga oshiriladi. Shunga qaramay, mukammal raqobat modeli iqtisodiy tahlilning muxim elementlaridan biri hisoblanadi.

Bozor **mukammal raqobatlashgan** bozor bo'ladi, agar unda quyidagi shartlar bajarilsa:

- sotuvchi va xaridorlar bozorda mahsulot narxi qanday bo'lsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga ta'sir qila olmaydilar;
- bozorga yangi sotuvchilarni kirishi cheklanmagan;
- sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi.

Bunday shartlar bajariladigan bozor mukammal raqobatlashgan bozor, sof raqobatlashgan yoki raqobatlashgan bozor deb qaraladi. Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning raqobatlashuvchi firma deb qaraladi. Bundan keyin raqobatlashuvchi firma to'g'risida gapirilganda, biz raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmani nazarda tutamiz. Demak, raqobatlashgan bozorda tovar narxi bozorda talab va taklif asosida shakllanadi va unga sotuvchi ham xaridor ham ta'sir qila olmaydi: $P = const$.

Raqobatlashgan bozorda har bir alohida sotuvchi tomonidan sotiladigan tovarning bozorda sotiladigan umumiy tovar miqdoridagi ulushi juda oz bo'lgani uchun ham u tovar narxini o'zgartira olmaydi.

Raqobatlashgan bozorni tahlil qilganimizda bozordagi tovarlarni bir xil deb, ya'ni ularning sifati bir xil deb qaraymiz. (Amalda tovarning sifatiga qarab, ularning narxi har xil bo'ladi, sifatli tovarning narxi sifati pastroq tovarning narxiga ko'ra yuqori bo'ladi).

Raqobatlashgan bozorda **umumiy daromad** (TR) firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga teng, ya'ni umumiy daromad sotilgan mahsulot miqdorini (Q) uning narxiga (P) ko'paytmasiga teng:

$$TR = P \cdot Q,$$

bu yerda TR yoki R - umumiy daromad; P - narx; Q - sotilgan ne'mat miqdori.

Umuman olganda, daromad sotilgan mahsulot miqdoriga bog'liq bo'lganligi uchun, u $R(Q)$ ko'rinishida yoziladi.

O'rtacha daromad (AR) - sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir, ya'ni:

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P.$$

Chekli daromad (MR) - bu qo'shimcha bir birlik ne'matni sotish natijasida umumiy daromadning o'sgan qismi $\Delta R(Q)$, ya'ni:

$$MR = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{\Delta Q} = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} = P.$$

4. Raqobatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati.

Bozor tomonidan narxlar o'rnatiladigan sharoitda, foydani maksimallashtirishning asosiy yo'li bu ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish va bozorga chiqishni nazorat qilishdir. Bunday sharoitdan kelib chiqib, firma o'zi uchun masimal foyda olishi mumkin bo'lgan optimal ishlab chiqarish xajmini belgilab olishi shart.

Qisqa muddatli oraliqda firma kapitali xajmi o'zgarmaydi, shuning uchun u foydani maksimallashtiradigan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari hajmini tanlashi lozim bo'ladi. Ma'lumki, foydani maksimallashtirish bu umumiy daromad bilan umumiy xarajatlar ayirmasini maksimallashtirish demakdir, ya'ni $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$.

Firmaning daromad, xarajati va foydasi

Ishl ab chiqarish xajmi	Na rx	Daromad		Xarajat		F oyda
		Yal pi	C hekli	Ya lpi	Ch ekli	
0	50	0	-	0	-	400
10	50	500	50	0	10	0
20	50	1000	50	0	30	200
30	50	1500	50	00	50	200
40	50	2000	50	00	60	100
50	50	2500	50	00	60	0

Shunday qilib, firmaning chekli daromadi bilan chekli xarajati bir-biriga teng bo'lganda foyda maksimal qiymatga erishadi. $MC = MR$ foydani maksimallashtirish sharti bo'lib, firma qaysi bozorda (raqobatlashgan, monopol, oligopol) faoliyat ko'rsatmasin, u o'z kuchini saqlab qoladi.

Yuqoridagi mulohazalardan shu kelib chiqadiki, agar $MR(Q) > MC(Q)$ bo'lganda, firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishi kerak (har bir qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy foydani oshirib boradi), agar $MR(Q) < MC(Q)$ bo'lsa - ishlab chiqarish hajmini qisqartirish kerak bo'ladi.

Raqobatlashuvchi firmaning muvozanat holati. Biz ko'rgan edikki, raqobatlashgan bozorda narx bozor tomonidan belgilanadi va unga firma ta'sir qila olmaydi. Bunday bozorda harakat qilayotgan firmaning chekli daromadi narxga teng, ya'ni $MR = P$. Demak, raqobatlashuvchi firma foydasini maksimallashtirish sharti (qoidasi) shundan iboratki, firma ishlab chiqarish hajmini shunday tanlashi kerakki, bu hajmda narx chekli xarajatga teng bo'lsin:

$$P = MC$$

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma qisqa muddatli oraliqda xarajatlari bilan daromadlarini taqqoslagan holda foydani maksimallashtirishda chekli mahsulot va ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga amal qiladi.

Chekli mahsulot qoidasiga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini chekli daromad bilan chekli xarajatni tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ($MC = MR$). **Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra** firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajattan kichik bo'lsa $P < AVC(Q)$, firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi). Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi.

Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini tanlash. Uzoq muddatli oraliqda firma foydalanadigan barcha omillarini o'zgartiradi, shu jumladan ishlab chiqarish quvvatlarini ham. Uzoq muddatli oraliqda firma o'z kapitali hajmini o'zgartirishi, ya'ni ishlab chiqarish quvvatini o'zgartirishi mumkinligi firmaga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga imkon beradi. Firma ishlab chiqarish xarajatlarining qanday o'zgarishi ishlab chiqarish masshtabi samaradorligining o'sishi, o'zgarmasligi va kamayishi bilan aniqlanadi. Yana shuni eslatib o'tish kerakki, firmaning uzoq muddatli oraliqdagi faoliyatini tahlil qilganimizda uning o'rtacha xarajatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Faraz qilaylik, firmaning ishlab chiqarish jarayonida barcha ishlab chiqarish hajmlari uchun o'zgarmas masshtab samarasiga ega. Bunda ishlab chiqarish omillari sarfi ikki barobar oshganda ishlab chiqarish hajmi ham ikki barobarga o'sadi. Demak, ishlab chiqarish hajmi oshgani bilan o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari o'zgarmaydi.

Firmaning iqtisodiy foydasi uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatida nolga teng. Lekin, bu firma umuman foyda olmaydi degani emas, aslida firma o'zining qo'ygan (qo'shgan) kapitaliga ko'ra real normal foyda oladi. Iqtisodiy foyda alternativ xarajatni ham hisobga oladi, ya'ni firma egasining o'z kapitalini boshqa bir sohaga qo'yish natijasida oladigan foyda. Shuning uchun ham aytish mumkinki, raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlari o'z ichiga normal foydani (tarmoq bo'yicha o'rtacha foydani) oladi. Firma egasining iqtisodiy foydasi nol degani, u o'z kapitalini boshqa sohaga qo'yganda ham shu miqdorga teng normal foydani olar edi, demak uning alternativ xarajati nolga teng. Agar firma egasining alternativ xarajati noldan yuqori, ya'ni musbat bo'lsa, u o'z kapitalini ushbu tarmoqdan olib, boshqa iqtisodiy foyda beradigan tarmoqqa qo'ygan bo'lar edi.

Shunday qilib, raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli o'rtacha xarajati narxga teng bo'lsa ham (nolga teng iqtisodiy foyda olsa ham), u o'z ishini (normal foyda olgani uchun) to'xtatmaydi.

Raqobatlashgan bozorda tarmoqqa kirish va undan chiqish erkin bo'lgani uchun va tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'lgani uchun firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendensiyasiga ega.

Umuman olganda uzoq muddatli muvozanat holatga erishish juda ko'p vaqt talab qiladi, lekin qisqa muddatli oraliqda firma katta foyda olishi ham mumkin yoki katta zarar ko'rishi ham mumkin. Biror bir mahsulot turini ishlab chiqarishda birinchi bo'lgan firma undan keyin shu ish bilan shug'ullangan firmaga ko'ra ko'proq qisqa muddatli foyda olishi mumkin. Xuddi shunday zarar bilan ishlayotgan tarmoqdan birinchi bo'lib chiqqan firma investisiyalarining ancha mablag'ini iqtisod qilib qolishi mumkin. Uzoq muddatli muvozanatlik konsepsiyasi firmani qanday va qaysi tomonga qarab harakat qilishini ko'rsatib beradi.

Nazorat savollari va topshiriqlari

1. Bozorning raqobatbardosh tuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
2. Tahlil tamoyillari nimalardan iborat?
3. Mukammal raqobat modeli nima, uning xususiyatlari nimalardan iborat?
4. Raqobatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati qanday jarayon hisoblanadi?
5. Uzoq muddatli muvozanat uchun nimalar talab etiladi?

Mustaqil ish mavzulari

1. O'zbekiston sharoitida mukammal raqobat modelining o'rni
2. Firmaning uzoq va qisqa muddatli muvozanatini buzilishiga sabab bo'luvchi omillar

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.
8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.
11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo'shma majlisidagi "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish

konsepsiyasi” mavzusidagi maruzasini o’rganish bo’yicha o’quv-uslubiy majmua.
Toshkent: ”Iqtisodiyot” nashriyoti, 2010.- 281 bet

8-MAVZU: SOF MONOPOLIYA

Darsning o’quv maqsadi:

Talabalarda bozor iqtisodi sharoitidagi iqtisodiy monopoliya, sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari, optimal ishlab chiqarish xajmini tanlab olish, narx diskriminatsiyasi haqida bilim va ko’nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy monopoliya, tabiiy monopoliya, hududiy monopoliya, sof monopoliya modeli, yakka hukmronlik holati, optimal ishlab chiqarish xajmi, narx diskriminatsiyasi

Asosiy savollar

- 1. Bozor iqtisodi sharoitidagi iqtisodiy monopoliya.*
- 2. Sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari.*
- 3. Optimal ishlab chiqarish xajmini tanlab olish.*
- 4. O’zbekistonda monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish holati*
- 5. Narx diskriminatsiyasi.*

1. Bozor iqtisodi sharoitidagi iqtisodiy monopoliya

Iqtisodiyotda bozor mexanizmining samarali amal qilishi va raqobat muhitining ta’minlanishi monopoliyalar, ularning kelib chiqish sabablari va amal qilish xususiyatlarini ko’rib chiqishni taqozo etadi.

Monopoliya tushunchasiga turli o’quv adabiyotlarida turlicha ta’rif beriladi. Jumladan, ba’zi o’rinlarda uni «davlat, korxonalar, tashkilotlar, sotuvchilarning qandaydir xo’jalik faoliyatini amalga oshirishdagi mutlaq huquqi» sifatida qaralsa, boshqa holatlarda «faoliyatning u yoki bu sohasida shaxs yoki kishilar guruhining har qanday (ba’zi adabiyotlarda – yakka) hukmronlik holati» deb ta’riflanadi.

Bu ta’riflardagi monopoliyaning «mutlaq huquq» yoki «har qanday yoki yakka hukmronlik holati» kabi tavsiflari uning mohiyatini aniq yoritib berolmasligi sababli, uni quyidagicha ta’riflash o’rinli deb hisoblaymiz:

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

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

Monopoliyalar vujudga kelishining moddiy asosi ishlab chiqarishning to’planishi hisoblanadi.

Ishlab chiqarishning to’planishi ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi hamda mahsulot ishlab chiqarish hajmining yirik korxonalarda to’planishini namoyon etadi.

Ishlab chiqarish to'planishining asosiy sababi bo'lib olinayotgan foyda hajmining ko'payishi hisoblanadi. Foydani muntazam ravishda ko'paytirib borish maqsadida tadbirkor olingan qo'shimcha mahsulot (foyda)ning bir qismini kapitallashtiradi, ya'ni unga qo'shimcha ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi sotib oladi. Bu esa ba'zi bir korxonalarning o'sishi hamda ishlab chiqarish miqyoslarining kengayishiga olib keladi. Shu bilan birga raqobat amaldagi kapitalning ixtiyoriy yoki majburiy birlashtirish, markazlashtirish tendensiyasini keltirib chiqaradi. Shunday qilib, ishlab chiqarish to'planishining moddiy asosi bo'lib kapitalning to'planishi va markazlashuvi hisoblanadi.

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

Ishlab chiqarishning to'planishi o'z rivojining ma'lum darajasida monopoliyalarning paydo bo'lishiga olib keladi. Ishlab chiqarishning to'planishi hamda monopoliyalarning paydo bo'lishi o'rtasidagi ichki aloqalar quyidagilarda namoyon bo'ladi:

1) tarmoqlarda bir necha yirik korxonalarning hukmron mavqega ega bo'lishi ularning bir-biri bilan kelishuviga hamda monopolistik birlashmalar tuzishiga imkon yaratadi;

2) yirik korxonalar o'rtasidagi raqobat juda qaltis bo'lib, ular uchun katta miqyosdagi yo'qotishlarga olib kelishi mumkin. Shunga ko'ra, raqobatni cheklash, tovarlarga yuqori narxlar belgilash va yuqori foyda olish uchun yirik ishlab chiqaruvchilarning monopolistik ittifoqlarga birlashishi lozim bo'ladi.

Monopoliyalarning vujudga kelishida ishlab chiqarishning to'planishidan tashqari yana bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi:

1) davlatning proteksionistik bojxona siyosati. U chet eldagi raqobatchilarning ichki bozorga kirish imkoniyatini yo'qotib, monopoliyalarning paydo bo'lishiga sharoit yaratadi;

2) banklarning faoliyati va moliyaviy siyosati. Banklar sanoat monopoliyalarining jadal o'sishiga imkon beradi.

Monopoliyalarning mohiyatini ochib berishda uning turlarini ko'rib chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Monopoliyalarning turlarini bir necha mezonlarga ko'ra ajratish mumkin.

2. Sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari.

Mukammal raqobatning qarama-qarshisi Sof monopoliyadir.

Sof monopoliya – ma'lum mahsulot turini ishlab chiqarish va sotish bo'yicha yakka hukmron bo'lgan bozor tuzilmasidir. Yagona ishlab chiqaruvchi sifatida sof monopolistda unikal imkoniyatlar mavjud. Uning to'g'ridan-to'g'ri raqobatchilari yo'q. U o'zi xoxlagan narx va xajmda istalgan mahsulot turini ishlab chiqarishi mumkin. Monopolist ishlab chiqargan mahsulot bozorda unikal hisoblanadi, bozorda uni o'rnini bosuvchi xech qanday tovar bo'lmaydi. Bozordagi yuqori darajadagi yakka xukmronlik monopolist uchun

ishlab chiqarish xajmi va narxini maksimal darajada nazorat qilish imkonini beradi. **Sof monopoliyaning asosiy xususiyatlari: Firmalar soni bitta, mahsulot turi yagona, unikal, bozordagi hokimlik maksimal darajada, bozorga kirish chiqishdagi to'siqlar** umuman olib tashlab bo'lmaydigan.

O'zbekistonda sof monopoliyalar sifatida «O'zbekiston havo yo'llari» DAK, «O'zbekiston temir yo'llari» DAK, O'zbekNeftegaz holding kompaniyasi, O'zbekenergiya DAK misol keltirish mumkin. Darhaqiqat, ular o'z tarmoqlaridagi tegishli faoliyatlarning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadilar. Shuningdek, ba'zi hollarda tarmoqdagi monopolist ishlab chiqaruvchilar sonining ko'payib borishi monopolistik raqobat holatining vujudga kelishiga sabab bo'ladi.

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

Tabiiy monopoliya tarkibiga kamyob va ishlab chiqarishning erkin tarzda takror hosil qilib bo'lmaydigan unsurlari (masalan, nodir metallar, foydali qazilmalar va h.k.)ga ega bo'lgan mulkdorlar va xo'jalik tashkilotlari kiradi. Shuningdek, mazkur monopoliya tarkibiga o'ziga xos texnologiyaning qo'llanishi sababli raqobatni rivojlantirib bo'lmaydigan ba'zi bir tarmoqlar va ishlab chiqarish turlari ham kiritiladi. Odatda, tabiiy monopoliyalar davlat tomonidan ma'lum bir xududga xizmat ko'rsatish xuquqini oladilar va buning evaziga iste'molchilar xuquqlarini ximoya qilish bo'yicha davlatning nazorati va boshqaruviga bo'ysunadilar.

Tabiiy monopoliya – korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish, raqobat mavjud bo'lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati. Bunday samaradorlik ishlab chiqarish hajmining ko'payib borishi bilan tovar birligiga to'g'ri keluvchi xo'jalik xarajatlarining ahamiyatli darajada pasayib borishida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, tabiiy monopoliya sub'ektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar iste'molini boshqa turdagi mahsulotlar bilan almashtirib bo'lmaydi.

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

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

2) mualliflik huquqi – ilmiy, badiiy va san'at asarlari, ijro san'ati fonogrammalari, ko'rsatuvlar, efir to'lqini yoki kabel orqali tasvir uzatish kabilarni yaratish va ulardan foydalanish munosabatlarini qonuniy tarzda tartibga solish shakli. Mualliflik huquqi faqat mualliflar tomonidan o'z mahsulotlarini ma'lum vaqtga yoki butunlay sotish, ulardan nusxa olish va ko'paytirishga ruxsat berish imkonini ta'minlaydi;

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

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

Sun'iy monopoliya o'z manfaatlari yo'lida bozor muhiti tuzilishini ataylab o'zgartiradi, ya'ni: - bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik uchun turli to'siqlar hosil qiladi (xomashyo va energiya manbalarini egallab oladi; banklarning yangi korxonalarga kredit berishini taqiqlashga harakat qiladi va boshqalar);

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

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

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

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

Monopoliyaning **salbiy tomoni** sifatida quyidagi jixatlarni ko'rsatish mumkin:

1) resurslarning oqilona taqsimlanmasligi. Bu holat monopoliyalarning yuqori foyda ketidan quvib, sun'iy ravishda ishlab chiqarishni cheklash vositasida narxlarni ko'tarishi, mahsulotlarning u qadar yaxshi bo'lmagan turlarini, past texnikaviy darajasini, past sifati hamda sotishning yomon sharoitlarini vujudga keltirishi orqali namoyon bo'ladi. Natijada, raqobat sharoitida amal qiluvchi iqtisodiyot samaradorligini bozor vositasida tartibga solish mexanizmi ishdan chiqadi. Monopoliyalar bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy faoliyatlar erkin hamda oqilona tanlov imkoniyatidan mahrum bo'ladi, monopoliyalarning iqtisodiy jihatdan asoslanmagan shart-sharoit va narxlari tazyiqiga chiday olmaydi, ish faolligini pasaytirib, ba'zi hollarda xonavayron bo'ladilar.

Oqibatda ishlab chiqarish qisqarib, ishsizlik va inflyatsiya o'sadi, xo'jalikning izdan chiqishi kuchayadi. Jamiyat boyligi resurslarning oqilona raqobatli-bozor taqsimoti sharoitida qo'lga kiritilishi mumkin bo'lgan miqdoriga qaraganda kamayib ketadi;

2) daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi. Bu holat ham narxlarning monopol tarzda oshirilishi (pasaytirilishi) hamda yuqori foyda olinishi bilan bog'liq bo'lib, bu aholi qolgan qismi daromadlarining nisbatan kamayishiga olib keladi;

3) iqtisodiy turg'unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi. Bunday holatning vujudga kelishi monopolistlarning raqobatchilar bosimini sezmasliklari hamda aksariyat hollarda yuqori foydani qo'shimcha urinishlarsiz o'zlarining bozordagi hukmronliklari hisobiga olishlari mumkin. Bu esa ularni ishlab chiqarishni rasionallashtirish, uning samaradorligini oshirish imkoniyatlarini qidirish, mahsulot sifatini oshirish, uning assortimentini kengaytirish, FTTni rivojlantirish va xaridorlar manfaatlari to'g'risida qayg'urish kabi xatti-harakatlardan qaytaradi;

4) iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to'sib qo'yilishi.

Monopolistlar iqtisodiyotdagi erkin va halol raqobatga to'sqinlik qilib, nisbatan kuchsiz bo'lgan korxonalarni o'zlariga bo'ysundirishlari, jamiyatga o'z ishchilarining mehnatiga pasaytirilgan miqdorda haq to'lash, past sifatli tovarlarni ishlab chiqarish, o'ta darajada oshirib yuborilgan sotish narxlari (yoki pasaytirilgan xarid narxlari), o'z mahsulotini iste'mol qilishga bilvosita usul orqali majburlash kabi o'zlarining kamsituvchi shartlarini ko'ndalang qo'yishlari mumkin. Bundan ko'rinadiki, monopolistik faoliyat iqtisodiy rivojlanishiga ancha jiddiy ta'sir ko'rsatishi, taraqqiyot yo'liga g'ov bo'lishi ham mumkin. Shunga ko'ra, bugungi kunda deyarli barcha mamlakatlar iqtisodiyotida monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish chora-tadbirlari qo'llanilib, bu **monopoliyaga qarshi siyosat** deb ataladi. Davlatning monopoliyaga qarshi siyosati asosini **monopoliyaga qarshi qonunchilik** tashkil etib, u turli mamlakatlarda turli darajada rivojlangan bo'ladi.

3. Optimal ishlab chiqarish xajmini tanlab olish.

Monopolist korxona yoki firma o'z mahsulotining yagona ishlab chiqaruvchisi va sotuvchisi bo'lsa ham narxlarni o'z-o'zicha belgilay olmaydi, chunki bozorda u yagona iste'molchi talabiga emas, bozor talabiga duch keladi. Bozordagi talab narx ortib boraversa, pasayib ketishi mumkin. Shuning uchun monopolist firma optimal ishlab chiqarish xajmini ishlab chiqishi lozim. Bu holatni quyidagi jadvalda ko'rishimiz mumkin.

Narx, P	Miqdor, Q	Yalpi daromad, TR	Chekli daromad, MR
10	1	10	10
9	2	18	8
8	3	24	6
7	4	28	4
6	5	30	2

Monopolist firma ishlab chiqarish xajmini faqatgina unga bo'lgan narxni pasaytirish evazigagina oshirishi mumkin, chunki narxning oshishi natijasida uning mahsulotiga bo'lgan bozor talabi pasayib ketadi. Sof monopoliya sharoitida bozordagi narx xar doim ishlab chiqarish xajmidan yuqori bo'ladi. Buning oqibatida ishlab chiqarish oxiriga yetkazilmaydi, resurslar samarali taqsimlanmaydi, iste'molchilarning talabi yuqori darajada qondirilmaydi.

Bunday xolatlarda narx diskriminatsiyasidan foydalaniladi, ya'ni turlicha narx belgilash siyosati amalga oshiriladi.

4.O'zbekistonda monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish holati

O'zbekistonda 2009 yilda respublika iqtisodiyotining monopollashuv darajasi ancha pasayganligi kuzatildi. 2010 yil boshidagi holatga ko'ra Monopolist korxonalar davlat reestrda 162 turdagi mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish bo'yicha 211 ta xo'jalik yurituvchi subyekt bor edi, yil oxiriga kelib ularning soni 183 taga tushirildi.

Ayni vaqtda bir qator tarmoqlarda monopolizm hali ham saqlanib qolmoqda. Masalan, neft kimyosi bozorida 19 ta, oziq-ovqat tovarlari bozorlarida 13 ta, qurilish materiallari bozorida 17 ta korxona monopolistdir³.

Monopollashuvning yuqori darajada saqlanib qolayotganligining obyektiv sabablari:

- Ishlab chiqarishning kapital sig'imi kattaligi;
- Katta quvvatga ega bo'lgan agregatlardan foydalanilishi;
- Texnologiya jarayonlarining uzluksizligi.

Bular ushbu tarmoqlarda raqobatning rivojlanishini qiyinlashtirib qo'yimoqda.

5. Narx diskriminatsiyasi

Aloxida monopol firma ega bo'lgan salmoqli bozor xukmronligi unga narx va ishlab chiqarish xajmini belgilash shuningdek, narxli diskriminatsiya deb nomlanuvchi narx siyosatini o'tkazish imkonini beradi.

"Diskriminatsiya" (lotinchadan olingan bo'lib, dicriminatio – farqlanish, turlanish) tushunchasi texnik atama hisoblanadi va salbiy ma'noga ega emas.

Narxli diskriminatsiya – turli birliklarga har xil narxlar o'rnatish amaliyoti.

Narxli diskriminatsiyaning maqsadi, umumiy xarajatlarining o'zgarmas darajada ushlab turgan holatda firmaning qo'shilgan daromadlarini maksimallashtirish hisoblanadi.

U yoki bu kompaniyaning narx strategiyasini tahlil qilayotganda har doim ham narxlardagi farqlanish narxli diskriminatsiyaning belgisi emasligini, yagona narx esa uning yo'qligi darakchisi emasligini xisobga olish muhimdir.

Shunday qilib, masalan, bir xil (bitta) tovarni turlicha narxlarga turli mintaqalarga, turli vaqt oraliqlarida (fasllarda), turli sifatlarda va h.k. yetkazib berish narxli diskriminatsiya hisoblanmaydi. Shuning bilan birgalikda alohida (o'ziga xos) holatlarda turli (har xil) yerda joylashgan xaridorlarga bir xil (bitta) tovarni yagona narx bo'yicha yetkazib berish narxli diskriminatsiya sifatida ko'rilishi mumkin.

Monopolist tomonidan narxli diskriminatsiyaning amalga oshirilishi uchun ba'zi shartlarning bajarilishi zarur, hususan, tovarga bo'lgan narxli talab egiluvchanligi turli xaridorlarga jiddiy ravishda turlicha bo'lishi va xaridorlarning o'zi oson tenglashishi, shuningdek, tovarga qiziqqan shaxslarga keyingi olib sotishning imkoni bo'lmasligi kerak.

Narxli diskriminatsiya tushunchasini iqtisodiyot nazariyasiga birinchi bo'lib ingliz iqtisodchisi Artur Pigu (1877-1959) kiritgan. U uning 3 bosqichi (darajasi) ni farqlashni taklif etdi.

Birinchi darajali narx diskriminatsiyasi (yoki mukammal narxli diskriminatsiya) tovarning har birligi firma tomonidan uning talab bahosi bo'yicha, ya'ni xaridor to'lashga tayyor bo'lgan maksimal narx bo'yicha sotilganda o'z o'rniga ega. Ba'zida bunday siyosatni **xaridor daromadlari bo'yicha narxli diskriminatsiya deb atashadi**. Bunday yondashuv 8.2.-misolda ko'rib o'tilgan.

³ O'zbekiston iqtisodiyoti. Axborot-tahliliy byulleten. T.: 2011.

Mukammal narx (baho) diskriminatsiyasi siyosatini amalga oshirish mobaynida narxli diskriminatsiyani amalga oshiruvchi monopolist ning eng maqbul (optimal) ishlab chiqarish xajmi mukammal raqobat bozorining optimum nuqtasi Q gacha kengayadi. Bu sharoitlarda monopolistning umumiy daromadi butun iste'mol oshiqchaligini o'z ichiga oladi va kompaniya o'ziga mumkin bo'lgan maksimal qo'shimcha daromadni chiqaradi.

Nazorat savollari

1. Korxonaning (firma) sof monopoliya sharoitidagi harakati.
2. Sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Monopoliyalarning vujudga kelishiga ta'sir ko'rsatuchi omillar.
4. Optimal ishlab chiqarish hajmini tanlab olish uchun nimalar qilish kerak?
5. Narx diskriminatsiyasi nima, uning qanday ko'rinishlari mavjud?

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. O'zbekiston sharoitida monopoliyalarning o'rni va roli qanday?
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda monopoliyalar faoliyati va ularni vujudga kelish shart - sharoitlari.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtsod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.
3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
4. Egamberdiev E. Mikroiqtsodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.
8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.
10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.
11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo'shma majlisidagi "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi" mavzusidagi maruzasini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti, 2010.- 281 bet

9- MAVZU: NOMUKAMMAL RAQOBAT: OLIGOPOLIYA VA MONOPOL RAQOBAT

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda oligopoliya bozori va uning xususiyatlari, oligopoliya bozorining asosiy modellari, monopol raqobat bozori, O'zbekiston sharoitida oligopoliya bozorinig amal qilish xususiyatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Oligopoliya, monopolistik raqobat, nomukammal raqobat, raqobatlashgan monopol bozor muvozanati, duopolik bozor, "narxlar janggi", Kurno modeli, Kurno muvozanati, kontrakt chizig'i, "qattiq narx" siyosati, lider firma, ergashuvchi firma.

Asosiy savollar

1. Monopol raqobat bozori
2. Oligopoliya bozori va uning xususiyatlari
3. Oligopoliya bozorining asosiy modellari
4. O'zbekiston sharoitida oligopoliya bozorinig amal qilish xususiyatlari

1. Monopol raqobat bozori

Monopol raqobat – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni ko'p hamda ular o'rtasida ma'lum darajada raqobat mavjud bo'lgan, biroq har bir ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi o'z tovar yoki xizmatining alohida, maxsus xususiyatlari mavjudligi sababli ularning narxi va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi ma'lum darajada hukmronlik holati hisoblanadi. Bunga misol tariqasida ko'plab mebel, kiyim-kechak turlari, kir yuvish vositalari va boshqa mahsulotlar ishlab chiqaruvchilarini keltirish mumkin.

Monopol raqobat bozorining asosiy xususiyati bu **tovarlarning differentsiatsiyasi**. Tovarlarning differentsiatsiyasi bu har qanday holatda iste'molchiga xar xil turdagi, markadagi va sifatdagi o'xshash tovarlarni taklif etishdir. Tovarlarning differentsiatsiyasi bozordagi narxlarga cheklangan darajada ta'sir ko'rsatish imkonini beradi, chunki, ayrim iste'molchilar o'zlari ishonch bildirgan savdo belgisining tovarlarini narxi ozgina oshsa ham o'z talablarini o'zgartirmaydilar. Biroq bu ta'sir nisbatan past darajada bo'ladi. Bunga sabab raqobatlashayotgan firmalar ishlab chiqarayotgan tovarlarning o'xshashligidadir.

Sotuvchilar sonining ko'pligi narxni **o'zaro kelishib olish imkonini** bermaydi, bozordagi narxlarga ta'sir ko'rsata olmaydi. Monopol raqobat sharoitida **bozorga kirish** nisbatan erkin bo'ladi, chunki bozordagi korxonalar xajmi kichik, ularning birlamchi investisiyalari, kapitali ham past darajada. Shu bilan birgalikda tovarlarning differentsiatsiyasi va iste'molchilarning biror-bir savdo belgisiga bo'lgan ishonchi bozorga kirishni birmuncha qiyinlashtiradi. Bozorga kirib kelayotgan yangi firma nafaqat raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishi balki, mavjud ishlab chiqaruvchilarning mijozlarini o'ziga qarata olishi ham lozim. Bu jarayon, ya'ni mahsulotni differentsiatsiyalash, uni bozorda sotilishi uchun reklamani jonlantirish ishlari albatta **qo'shimcha xarajatlarni** talab qiladi.

Sof monopoliyaga o'xshab, monopol raqobat sharoitida ham optimal ishlab chiqarish xajmiga chekli daromad chekli xarajatga teng bo'lganda erishiladi. $MC=MR$.

2. Oligopoliya bozori va uning xususiyatlari

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

Oligopoliya so'zi grekcha bo'lib (*oligos* - bir necha, *poleo* - sotaman) sotuvchilarning kamligini bildiradi. Oligopol tarmoqlarga misol sifatida rivojlangan mamlakatlardagi avtomobil sanoati, po'lat, alyumin, elektruskunalar va kompyuter tarmoqlarini keltirish mumkin. Bu tarmoqlarda ishlab chiqariladigan umumiy mahsulot hajmi bir necha firmalar hissasiga to'g'ri keladi. Masalan, Microsoft kompaniyasining prezidenti Bill Geyts oligopoliya maqomini yo'qotmaslik uchun o'zining raqobatchilarini doimiy ravishda moliyalashtirib turadi, chunki u bozorda monopol bo'lib qolsa, davlatga juda katta soliq va boshqa to'lovlarni to'lashi kerak.

Odatda, oligopol bozorda 2 tadan 15 tagacha bo'lgan kompaniyalar bozordagi barcha talabni qondiradi. **Oligopol bozorining asosiy xususiyatlaridan** biri bu biror bir firma faoliyatidagi o'zgarish, albatta boshqa xuddi shunday tovar ishlab chiqarayotgan firmaga ta'sir o'tkazishidadir. Ikkinchi firma raqobatda sinib qolmaslik uchun birinchi firma o'zgarishiga javoban albatta biror o'zgarish qilishi kerak. Bu o'zgarish narxda, sotuv xajmida, bozordagi ulushida, investision va innovasion faoliyatda, xarajatlarni qisqatirish strategiyasida yoki sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishni yaxshilab borishda namoyon bo'lishi mumkin. Masalan, bir firma o'z mahsulotiga talabni rag'batlantirish uchun mahsulotining narxini 10 foizga kamaytirsa, u asosan raqobatlashuvchi firmalar hisobidan o'z mahsulotini sotish hajmini anchaga oshirishi mumkin. Lekin firmaning bu narx siyosatiga javoban boshqa raqobatlashuvchi firmalar har xil iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin.

birinchidan, boshqa firmalar e'tibor bermasligi mumkin;

ikkinchidan, ular ham narxni 10 foizga tushirishi mumkin, natijada firmalar oladigan foyda miqdori kamayadi, hatto nolga teng bo'lishi ham mumkin:

uchinchidan, boshqa firma bu firmani sindirish maqsadida mahsulotiga bo'lgan narxni 10 foizdan yuqoriroqqa pasaytirishi mumkin, lekin bunday holatni davom etishi narxlar jangiga olib kelishi mumkin.

Narxlar janggi - bu raqobatlashadigan firmalar tomonidan oligopolik bozorda narxlarni bosqichma-bosqich tushirishidir.

Oligopol bozorda **ishlab chiqarilayotgan tovar** bir turdagi ham diversifikatsiyalashgan ham bo'lishi mumkin. Agarda iste'molchilar biror bir firma savdo belgisiga alohida e'tibor qaratmasalar, bozordagi aksariyat tovarlar absolyut o'rnini bosuvchi tovarlar bo'lsa, bu bozor **sof yoki bir turdagi oligopoliya bozori** hisoblanadi. Bunday bozorlarga misol qilib, sement, alyuminiy, qog'oz, kimy mahsulotlari bozorini keltirish mumkin.

Agarda tovarlar o'z savdo belgisi bo'yicha yuqori mavqega ega bo'lsa va ularning absolyut o'rnini bosuvchi tovarlari bo'lmasa (ba'zi bir elementlariga ko'ra), unda bu bozor ***differensiallashgan oligopoliya bozori*** deyiladi. Bu bozorga misol qilib, avtomobil, kompyuter, televizor, alkogolsiz ichimliklar bozorini keltirish mumkin.

Oligopol bozor sharoitida ***narxlarga ta'sir ko'rsatish va bozordagi xokimlik darajasi*** nisbatan yuqoridir. Lekin amaliyotda oligopoliyalar narx raqobatidan qochib, stabil narxlarni ushlab turishga xarakat qiladilar.

Oligopol bozorlarga kirish va chiqish, u yerdagi to'siqlar xaqida gapirishdan oldin, bozorlarni ikkiga bo'lish lozim, ya'ni, asta-sekinlik bilan rivojlanib, o'sib borayotgan bozorlar va yangi nisbatan yosh endi rivojlanayotgan bozorlar. Albatta, birinchi turdagi bozorlarga kirish qiyin chunki, u yerda yirik ishlab chiqarish, yuqori texnologiyalar o'rnatilgan va iste'molchilar ishonchi qozonilgan bo'ladi. Ikkinchi turdagi bozorlarga esa kirish nisbatan oson, chunki u yerda bozor xali to'liq egallanmagan, investision faollik yuqori emas, iste'molchilar talabi xam to'liq qondirilmagan bo'ladi.

3. Oligopoliya bozorining asosiy modellari

Oligopoliyalarni bozordagi faoliyat olib borish siyosati xar xil bo'lganligi uchun ularning turli modellari va turlari shakllangan. Shartli ravishda ularni ikkiga ya'ni, kooperatsiyalashgan va kooperatsiyalashmagan oligopoliya turlariga bo'lish mumkin.

Kooperatsiyalashgan oligopoliyada firmalar o'zaro kelishib olgan holda faoliyat olib boradilar. Bir firmaning keyingi xarakatini boshqa bir firma oldindan biladi. Nokooperatsiyalashgan oligopoliyada firmalar mustaqil ravishda tavakallchilikni o'z bo'yniga olib optimal ishlab chiqarishni o'zlari belgilaydilar. Shularga asoslanib oligopoliyalarning asosiy modellari tasniflanadi.

Kurnoning duopoliya modeli. Ikki raqobatlashuvchi firma o'rtasidagi munosabatlarni duopoliya sharoitida 1838 yil birinchi bo'lib o'rgangan fransuz iqtisodchisi Ogyusten Kurno hisoblanadi. Bu holat nokooperatsiyalashgan oligopoliyani ilk marotaba tahlil qilish imkonini bergan. Bu munosabatni o'rganishda quyidagilar faraz qilinadi: ikkala firma ham bir xil tovar ishlab chiqaradi va bu tovarlarga bo'lgan bozor talabi chizig'i ularga ma'lum. Ikkala firma ham bir vaqtning o'zida mustaqil ravishda tovar ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qiladi. Ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qilinganda, har bir firma shuni bilish kerakki, uning raqobatchisi ham ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qiladi va mahsulotning pirovard narxi ikkala firma tomonidan ishlab chiqarilgan umumiy mahsulot hajmiga bog'liq bo'ladi.

Kurno modelida har bir firma mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qilganda, raqobatchi firma tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulot hajmini o'zgarmas deb qaraydi. Kurno modelini misolda ko'rib chiqamiz.

Faraz qilaylik, ikkinchi firma mahsulot ishlab chiqarish xajmi nolga teng. Unda birinchi firma bozordagi barcha talabni qondiradi va maksimal ishlab chiqarish xajmiga erishadi. Agar ikkinchi firma io'lab chiqarishni bir birlikka oshirsa, unda birinchi firma bozordagi qolgan talabni qondiradi. (bozordagi talab-ikkinchi firma mahsulotiga talab=birinchi firma ulushi). Agar ikkinchi firma

maksimal darajada ishlab chiqarishni yo'lga qo'yib, bozordagi barcha talabni qondirsa, birinchi firma o'z ishlab chiqarishini nolga tenglashtirishga majbur bo'ladi. Shunday qilib, bir firmaning optimal ishlab chiqarish xajmi boshqa bir raqobatchi firmaning ishlab chiqarish xajmini oshirishi yoki kamaytirishiga qarab o'zgarib turadi.

Birinchi firmaning ishlab chiqarish chizig'i bilan ikkinchi firmaning ishlab chiqarish chizig'i kesishgan E nuqtaga mos keluvchi birinchi va ikkinchi firmalar tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulot hajmlari muvozanati **Kurno muvozanati** deyiladi.

Muvozanat nuqtada har bir firma o'zining raqobatchi firmasining ishlab chiqarish hajmini aniq faraz qiladi. Muvozanat nuqtaga mos holda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi ikkala firma uchun ham optimal hisoblanadi va hech qaysi firma o'z mahsulotining ishlab chiqarish hajmini optimal hajmdan ko'proq yoki kamroq hajmga o'zgartirishdan manfaatdor emas.

Mahsulot hajmini optimal hajmdan har qanday o'zgartirilishi ikkala firmaning ham daromadini kamayishiga olib keladi.

Kurno modeli duopolistlar Kurno muvozanat holatida bo'maganda, ular shu muvozanatga erishish uchun harakat qilishi mumkinligi to'g'risida hech narsa demaydi. Nima uchun deganda, modelda raqobatchining mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'zgarmas deb qilinadigan asosiy farazi bajarilmaydi. Hech qaysi firmaning mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'zgarmasdan qolmaydi.

Kartel modeli. Kartel modeli aynan kooperatsiyalashgan oligopoliyaga mos keladi. Kartel modeli duopol bozordagi ikkala firmaning ma'lum bir shartnoma asosida raqobatchi kuchlarni bozordan chetlatish maqsadida birgalikda kelishib harakat qilishiga asoslanadi. Shartnomada firmalarning har biri qancha miqdorda tovar ishlab chiqarishi, uni qanday narxda sotishi va tushgan foydani qanday qilib o'rtada bo'lishi, patent va axborotlarni o'zaro ayriboshlash jarayonlari kelishilgan holda ko'rsatilishi lozim. Firmalar kelishib harakat qilganda umumiy foydani maksimallashtiradilar. Ikkala firmaning kelishib harakat qilishi duopol bozorda sof monopoliyani vujudga kelishiga olib keladi.

Kartellar milliy va xalqaro bo'lishi mumkin. Xalqaro kartelga yorqin misol OPEK tashkilotidir. Bu tashkilot a'zo mamlakatlar o'zaro kelishib neft eksport qilish bilan shug'ullanadilar. Bu orqali ular 1970-yillardan beri jahon neft narxlariga samarali ta'sir etib kelmoqdalar.

Narx belgilashda liderlik modeli. Narx belgilashda liderlikda lider-firma narxni birinchi bo'lib, belgilaydi, qolganlar uning narxiga qarab o'z narxlarini belgilaydilar. Bunday firmalarni ergashuvchi firmalar deymiz. Lider-firmaning narx belgilashi, lider narxni belgilaganda ergashuvchi firmalarning harakatiga bog'liq, ya'ni lider narxni oshirsa, ergashuvchilar ishlab chiqarishni oshiradilarmi yoki bozordagi oldingi ulushini saqlaydimi? Agar ergashuvchilar o'z ishlab chiqarish hajmlarini cheklasalar, lider foydani maksimallashtiradigan umumiy narxni belgilaydi. Yoki, lider o'z foydasini maksimallashtiradigan narxni o'rnatadi, ergashuvchilar esa ushbu narxda qancha xohlasa, shuncha ishlab chiqarishi mumkin bo'ladi.

Nazorat savollari

1. Raqobatlashgan monopol bozor muvozanatini belgilovchi ko'rsatkichlar nimalardan iborat ?

2. Raqobatlashgan monopol bozorning samaradorligi to'g'risida nima deya olasiz?

3. Oligopolik bozor qanday xususiyatlarga ega ?

4. Kurno muvozanatini izohlab bering.

5. Kartel modelini tavsiflang.

Mustaqil ish mavzulari

1. O'zbekiston sharoitida oligopoliyalarning o'rni va roli qanday?

2. Jahon amaliyotidan kartel shartnomalariga misollar keltiring.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.

2. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев.- 2-е изд., изм. – М.:Норма : Инфра-М, 2010. -576 с.

3. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.

4. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.

5. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс МБА)

6. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.

7. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2004, 280 b.

8. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.

9. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЕ. 2009, 240 б.

10. Abulqosimov H.P., Shodmonov Sh.Sh. – Iqtisodiy bilim asoslari. O'quv qo'llanma. T., Akademiya, 2010.

11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010 yil 12 noyabrdagi qo'shma majlisidagi "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi" mavzusidagi maruzasini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti, 2010.- 281 bet

10 - MAVZU: MAKROIQTISODIYOTGA KIRISH

MAKROIQTISODIYOTNING ASOSIY KO'RSATKICHLARI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda milliy hisob tizimi, makroiqtisodiyotga kirish, asosiy miqdoriy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar, asosiy qiymat makroiqtisodiy ko'rsatkichlari ularning xususiyatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Milliy hisob tizimi, YaIM, YaMM, xarajatlar bo'yicha YaIM, daromadlar bo'yicha YaIM, nominal YaIM, real YaIM, Laspeyrs va Paashe indeksleri

Asosiy savollar

1. Makroiqtisodiyotga kirish
2. Milliy hisob tizimi
3. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar: miqdoriy
4. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlari: qiymat

Ilm parazit kabidir, kasallar qancha ko'p bo'lsa, fiziologiya va patologiyada ham shunchalik yutuqlarga erishiladi...1932-yildagi Buyuk Depressiya natijasi o'laroq hozirgi o'rganilayotgan makroiqtisodiyot fani yuzaga keldi.

Pol Samuelson, amerikalik

iqtisodchi

1. Makroiqtisodiyotga kirish

Ilk bobda ta'kidlanib o'tilganidek, makroiqtisodiyot fani butun iqtisodiy tizimning faoliyat olib borishini o'rganadi.

Makroiqtisodiyotni o'rganish ob'ekti milliy daromad va umumiy mahsulot, iqtisodiy o'sish va umumiy bandlik darajasi, yalpi talab va yalpi taklif, iste'mol va xarajatlar va boshqa ko'rsatkichlar hisoblanadi.

Iqtisodiyot nazariyasining doimiy savollari-nima?, qanday?, kim uchun ishlab chiqarish kerak? degan tushunchalar, avvalo mikroiktisodiyot miqyosida taxmin qilinadigan bo'lsa, makroiqtisodiyotda milliy iqtisodiyot darajasida o'rganiladi.

Makroiqtisodiyot mikroiktisodiyotdan farqli ravishda, yaqindan o'rganilib kelinmoqda. Uning fan sifatida paydo bo'lish tarixiga nazar soladigan bo'lsak, 1936-yili J.M.Keynsning mashhur "Bandlik, foiz va pulning nazariyasi" nomli asari makroiqtisodiyot uchun katta yo'l ochdi. Umuman, Keynes iqtisodiyotda keynschilik yo'nalishining asoschisi hisoblanadi.

Odatda, turli makroiqtisodiy muammolarni tahlil qilishda 2 tomondan: klassik maktab (bozor tarafdorlari) nazariyasi vakillari, keynschilik nazariyasi (davlat tarafdorlari) nuqtai nazaridan yondashiladi.

Makroiqtisodiyot bozor iqtisodiyoti sub'ektlari va davlat o'rtasidagi munosabatlarni milliy iqtisodiyot darajasida o'rganadi. Asosiy e'tibor makroiqtisodiyotda davlat va uning boshqaruviga, tuzumiga berilganligidir. Shuning uchun ham pozitiv va normativ iqtisodiy tahlildan keng foydalaniladi.

Mikroiqtisodiy tahlil kabi makroiqtisodiyotda ham asosiy metod va ko'rsatmalardan foydalaniladi.

Makroiqtisodiy tahlil asosida tenglik tushunchalari ham mavjud, ammo mikroiktisodiyotda mikrosub'ektlar muvozanati kuzatilsa, makroiqtisodiyotda makroiqtisodiy barqarorlik tahlilini o'zida namoyon qiladi, ya'ni, davlat byudjeti defisiti va profisiti.

Makroiqtisodiyot ham xuddi shu kabi nisbiyliklarni o'rganib, ularning kelib chiqish sabablariga, qiyinchiliklarni engib o'tishga, makroiqtisodiy barqarorlikka erishishga intiladi.

Makroiqtisodiyot mikroiqtisodiyotdan farqli o'laroq xalqaro aloqalar, ulardagi muammolar, ro'y berayotgan o'zgarishlar va bu o'zgarishlarning milliy iqtisodiyot jarayonlariga ta'sirini ham o'rganadi. Butun dunyo iqtisodiyotida globallashuv yuz berayotgan paytda, jahon mamlakatlarining iqtisodiyotini nazardan qochirib bo'lmaydi. Shuning uchun makroiqtisodiyotni o'rganishda nafaqat ichki iqtisodiyot, balki tashqi iqtisodiy munosabatlarga ham alohida e'tibor qaratiladi.

2. Milliy hisob tizimi

Makroiqtisodiyotda ishlab chiqarish hajmini aniqlashda milliy hisob tizimi ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Milliy hisob tizimi - davlat tomonidan umumiy iqtisodiy faoliyatni tahlil qilish maqsadida yig'ilgan ma'lumotlar to'plamidir. Milliy hisob tizimi universal xarakterga ega bo'lib, turli mamlakatlarda ma'lumot almashinuvi jarayonida foydalaniladi va xalqaro taqqoslash imkonini beradi.

Milliy hisob tizimiga quyidagi asosiy ko'rsatkichlar kiradi:

1. Yalpi ichki mahsulot
2. Yalpi milliy mahsulot
3. Sof ichki mahsulot
4. Milliy daromad
5. Shaxsiy daromad
6. Tasarrufdagi daromad

Makroiqtisodiy muammolarni ko'rib chiqishdan oldin, makroiqtisodiyotda o'rganiladigan ko'rsatkichlar bilan tanishib chiqish kerak. Ma'lumki, bozor muvozanatini, talab va taklifni tahlil qilishda qiymat o'lchovi sifatida miqdor va narxni ko'rib chiqqan edik, endi makroiqtisodiyotda qiymat o'lchovi nimalar bo'ladi degan savol tug'ilishi tabiiy.

3. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar: miqdoriy tarkib

Qanday o'lchamlar makroiqtisodiyotda miqdoriy va narxni baholash ko'rsatkichlari bo'la oladi? Avvalo, **miqdoriy ko'rsatkichlarni** aniqlaymiz.

Yalpi ichki mahsulot - bu bir mamlakat ichkarisida ma'lum vaqt davomida ishlab chiqarilgan pirovard tovar va xizmatlarning bozor narxlaridagi qiymatlarining yig'indisidir. Mamlakat ichkarisida yaratilgan xar qanday tovar yoki xizmat, u milliy yoki xorijiy korxonada ishlab chiqarilganligidan qat'iy nazar, YaIM tarkibiga kiritiladi.

Qoidaga ko'ra YaIM yillik hisoblanib, ba'zida zaruriyat tug'ulsa, choraklar intervalida ham aniqlanishi mumkin. Ba'zida YaIM bilan birgalikda YAMM ham hisoblanadi.

Yalpi milliy mahsulot - bu mamlakat rezidentlari tomonidan ma'lum vaqt mobaynida ishlab chiqarilgan pirovard tovar va xizmatlarning bozor narxlaridagi qiymatlarining yig'indisidir. YaMMga mamlakat ichkarisidagi hamda xorijdagi ushbu mamlakat rezidentlari, korxonalari tomonidan yaratilgan tovarlar va xizmatlar yig'indisi ham kiritiladi.

Yuqoridagi ta'riflardan YaIM va YAMMning farqli tomonlari, ya'ni geografik yondashuv va milliylik yondashuvlari bilan ajralib turishini bilib olish

qiyin emas. Agar mamlakatda yopiq iqtisodiyot hukm suradigan bo'lsa, tabiiyki YAIM va YAMMlar miqdori teng bo'ladi.

Ochiq iqtisodiy mamlakat doirasida esa mazkur mamlakatda norezidentlar ishlab chiqargan tovar va xizmatlar yig'indisi va shu bilan birga rezidentlarning mamlakatdan tashqarida ishlab chiqargan tovar va xizmatlar yig'indisi hisobga olinadi.

Masalan, Buyuk Britaniyada ishlab chiqarilgan fransuz kompaniyasining mahsuloti, Fransiya uchun yalpi milliy daromad tarkibida yotsa, Buyuk Britaniya uchun esa YAIM tarkibiga kiritiladi.

Agar mamlakat tashqarisidagi rezidentlar daromadi mamlakat ichkarisidagi norezidentlar daromadidan yuqori bo'lsa, mazkur mamlakat YAMM i YAIMdan yuqori bo'ladi.

Mamlakat ichidagi norezidentlar daromadi, mamlakat tashqarisidagi rezidentlar daromididan yuqori bo'lsa, mos ravishda YAIM YAMMdan katta bo'ladi.

Oxirgi yillarda ko'pgina mamlakatlarda YAMM miqdori YAIMdan yuqoriligi aniqlanmoqda. Rossiya, AQSh hamda Yaponiya kabi rivojlangan mamlakatlarda milliy hisob tizimida YAMMdan foydalanilib kelmoqda.

YaIM daromadlar bo'yicha ham xarajatlar bo'yicha ham hisoblanishi mumkin.

Xarajatlar bo'yicha **YaIM**ni hisoblashda butun bozor iqtisodiyoti sub'ektlarining umumiy xarajatlari e'tiborga olinadi. Mikroiqtisodiyotdan ma'lumki mamlakat iqtisodiyotida 3 ta asosiy sub'ekt: uy xo'jaligi, korxona va davlat ishtirok etadi. Aynan ular umumiy xarajatlarni amalga oshiradi. Mazkur xarajatlar tarkibi quyidagicha:

C (consumption) - shaxsiy iste'mol, uy xo'jaliklarining iste'moli va xarajatlari;

Ig (gross investment) - yalpi investitsiyalar, firmalar iste'moli, investitsion xarajatlar;

Ta'kidlash joizki **YaIM** tarkibiga yalpi investitsiya, ya'ni ichki investitsiya va amortizatsiya kiradi **IgqInQd**

Bu yerda, **In** (net investment) - sof investitsiya, **d** (deprication) - amortizatsiya

G (government) - davlat xarajatlari;

Ochiq iqtisodiyot sharoitida umumiy xarajatlar tarkibiga yana bir ko'rsatkich: **NX**(net export) - sof eksport ham qo'shiladi. Sof eksport eksportdan import ayirish orqali aniqlanadi: **X** (export) – **M** (import)

Agar rezidentlarning chet-el tovarlariga bo'lgan xarajatlari, norezidentlar amalga oshirgan milliy tovar va xizmatlarga bo'lgan xarajatdan kam bo'lsa, u holda sof eksport ijobiylashadi.

Rezidentlarning chet-el tovarlariga bo'lgan xarajatlari, norezidentlarning milliy Tovar va xizmatlariga bo'lgan xarajatidan yuqori bo'lsa, tabiiyki sof eksport salmog'i salbiy bo'ladi.

Shu asnoda, YaIM xarajatlar bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

$$YaIM = C + Ig + G + NX$$

Bu tenglik YaIMning xarajatlar bo'yicha hisoblanishi, yalpi talab tengligi, asosiy keyns tengligi deb ham nomlanadi

Demak, YaIMni xarajatlar bo'yicha hisoblanganda oxirgi ishlab chiqarilgan tovar xizmatlar narxi hisobga olinar ekan.

Shunday qilib umumiy mahsulot qiymatidan uni ishlab chiqarishda foydalanilgan xomashyo va mahsulotlar, yarim tayyor fabrikatlar qiymatlari ayiriladi. Ishlab chiqarish jarayonida YAIM faqat oxirgi mahsulot qiymatidan hisoblanadi. Bizning misolimizda oxirgi mahsulot non hisoblanadi (jadvalga qaralsin).

YAIM daromadlar bo'yicha hisoblanganda ishlab chiqarish faoliyatida qatnashgan omillar (mehnat, yer, kapital, tadbirjorlik) hisobga olinadi. Bu maosh, umumiy renta, umumiy foiz va jami foydadan iborat.

YAIMni hisoblashdagi ikkita yo'nalish ham bir xil natijani beradi. Statistika o'zini hisob-kitobini amalga oshirish maqsadida turli xil manba va ma'lumotlardan foydalaniladi. Soliq statistikasi, bandlik statistikasi, bojxona statistikasi va boshqalar.

YAIMni hisoblashda qayta ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar hisobga olinib, qo'shilgan qiymat hosil qilmaydigan bitimlar kiritilmaydi, ayniqsa:

- turib qolgan tovarlarni qayta sotish
- qimmatli qog'ozlar tushumi
- davlat transferlari(nafaqa va stipendiyalar, turli ijtimoiy dasturlar doirasidagi yordamlar)
- xususiy transferlar

Undan tashqari YAIM real iqtisodiy vaziyatni doimo ham ko'rsata olmasligi mumkin. Masalan, YAIM tarkibiga norasmiy iqtisodiy sektorda ishlab chiqarilgan mahsulotlar, ya'ni bog'bonchilik ishlaridan tortib soliqdan yashirinuvchi ishlab chiqarish faoliyatigacha aytib o'tish mumkin. Zamonaviy norasmiy iqtisodiyot tufayli yalpi mahsulotni hisoblashda katta yo'qotishlarga duch kelish muammosi o'ylashga majbur qiladi.

Bundan tashqari teskari vaziyat ham YAIMni hisoblayotganda sodir bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish farovonligi juda yuqori ko'rsatilib mamlakatdagi iqtisodiyot juda ham optimistik ko'rinishga ega bo'lib qoladi.

Biroq bu ma'lumotlarga qaramasdan, hozirgi kunda YAIMni hisoblashda yuqoridagi usullaridan rasmiy tarzda qo'llanilib kelmoqda va YAIM milliy hisob tizimining asosiy ko'rsatkichi sifatida foydalanilmoqda.

YAIMdan boshqa milliy hisob tizimini ko'rsatkichlari ham mavjud, bu sof ichki mahsulot (net domestic product, NDP).

Sof ichki mahsulot - YAIMdan amortizatsiya ajratmalarini ayirish orqali hosil qilinadi.

Boshqacha qilib aytganda sof ichki mahsulotni xarajatlar usuli bilan hisoblaganda quyidagicha ifodalash mumkin:

$$SIM = C + I_n + G + NX$$

Milliy daromad – MD (national income, NP) - SIMdan egri soliqlarni ayirish orqali hosil qilinadi.

Milliy daromad mahsulotning shunday umumiy qiymatini ko'rsatadiki, bunda mahsulot egalari sotuvdan tushgan tushumni daromad sifatida qabul qilishadi.

Shaxsiy daromad - (personal income, PI) - milliy daromaddan minus korxona yoki firmaning foyda solig'i, foiz va dividendlar to'lab bo'linganidan keyin qolgan foydasi, ijtimoiy sug'urta badallari va dividendlari, davlat tomonidan transfer to'lovlarini ayirish orqali hosil qilinadi.

Shunday qilib, ishlab chiqarish omili egalarining qanchalik foydaga ega bo'lishganini bilmoqchi bo'lsak, egalik qilish daromadini ko'rib chiqamiz.

Tasarrufdagi daromad - (disposable income, DI) shaxsiy daromaddan fuqorolar tomonidan to'lanadigan barcha individual soliqlarni ayirish orqali hosil qilinadi.

Mavzuda narx o'zgarishini hisobga olmasdan, umumiy mahsulot o'lchovli haqida fikr yuritilayotgan edi. Biroq narxning o'zgarish darajasi barcha real ko'rsatkichlarga sezilarli ta'sir ko'rsatadi, shu sababli mamlakatdagi butun makroiqtisodiy vaziyatni aniqlash maqsadida narx o'zgarishini ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

3. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar: qiymati bo'yicha

Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni qiymati bo'yicha hisoblaganda nominal va real makroiqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalaniladi. Ularni farqlash uchun nominal va real YAIM misolini ko'rib chiqamiz.

Nominal YAIM - bu YAIMning joriy narxlarda ifodalangan ko'rsatkichidir.

Real YAIM - bu YAIMning bazis davrdagi narxlarda ifodalangan ko'rsatkichidir.

Nominal YAIMning real YAIMga bo'lgan munosabati YAIM deflyatori deb nomlanadi:

YAIM deflyatori q nominal YAIM: real YAIM

Deflyatorni hisoblashga misol

Masalan, 2004 - yilda nominal YAIM 12000 shartli pul birlik bo'lsa, real YAIM bazis yildagi narxda (1995 - yil) 10000 shartli pul birlikka teng, demak, YAIM deflyatori 12000:10000q1,2. Bu narxlar darajasi 1,2 marta oshganidan dalolat beradi.

Real YaIM q nominal YaIM : Deflyator *100

Deflyator narx indeksining keng tarqalgan indekslaridan biri bo'lib, u yordamida mamlakatdagi ***narxlarning o'zgarish darajasini*** hisoblash mumkin.

Narx indeksleri 2 turga bo'linadi:

Laspeyrs indeksi (Il) - o'zgarmas tovar turlari yoki o'zgarmas og'irlik indeksleri. Masalan iste'mol narxlari indeksi (INI): o'zgarmas iste'mol savatchasi, joriy va bazis davr narxlari hisobga olib topish mumkin:

Paashe indeksi (Ip) - o'zgaruvchan tovar yoki o'zgaruvchan og'irlik indeksleri. Masalan, YAIM deflyatori joriy vaqtda ishlab chiqilgan tovarlarning joriy miqdorini bazis miqdorga nisbati:

Sanab o'tilgan har bir indeksning o'ziga yarasha ustunlik va kamchilik tomonlari bor. Masalan ***Laspeyrs indeksida*** bir tovarning ikkinchi tovarga almashinishi hisobga olinmaydi. Aytaylik hosildorlik yaxshi bo'lmaganligi uchun

kartoshka narxi oshdi, bu esa sezilarli darajada iste'mol narxi indeksiga oshishiga olib keldi, ammo bu vaziyatda aholi kartoshka o'rnini bosadigan boshqa sabzavotlardan foydalanishni hisobga olmaydi.

Paashe indeksida esa, boshqa mahsulotga almashtirish varianti aniqlansada, kartoshka narxining oshishi unchalik ahamiyatga ega emasligi seziladi, ammo bu vaziyat iste'molchi holatiga salbiy ta'sir qiladi.

Shu bilan birga baho indekslarini ko'rib chiqish natijasida nominal ko'rsatkichlarni real miqdorga olib kelish imkoniyati yaratilib, yillik taqqoslash, real ko'rsatkichlarning o'zgarish tendensiyasini aniqlash mumkin.

YAIMning hajm elementidan foydalanish dinamikasi.

2000-2007 yilga(o'tgan yildagi,foiz ko'rinishida)

Yuqoridagi jadval yordamida YAIMning 2000-yildan 2007-yilgacha foydalanilgan taqsimotni ko'rish mumkin. Odatda makroiqtisodiy ko'rsatkichlar ingliz harflari bilan ifodalanadi: miqdor-Y(yield), narx-P(price)

Nazorat savollari

1. Nominal YAIM qanday ko'ratkich hisoblanadi?
2. Real YAIM nominal YAIMdan qanday farq qiladi?
3. Deflyator nima, uni qanday hisoblash mumkin?
4. YAIM ko'rsatkichining mohiyatini va uni hisoblashning asosiy shartlarini yoritib bering. Rezident, yakuniy tovarlar va xizmatlar, bozor baholari, noishlab chiqarish bitimlari, sof moliyaviy operatsiyalar, transfertlar, bir marta hisobga olish sharti, oraliq mahsulot, yakuniy mahsulot.

Mustaqil ish mavzulari

1. Makroiqtisodiyot fanining predmetini izohlab bering. Mamlakat iqtisodiyotini yaxlit tarzda tadqiq qilish; iqtisodiy o'sish, ishsizlik, inflyatsiya, to'lov balansi barqarorligi; pozitiv va normativ makroiqtisodiyot; makroiqtisodiyot sub'ektlari; makroiqtisodiyot va mikroiqtisodiyot.

2. Sof bozor iqtisodiyoti sharoitida resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi modelini izohlab bering. Uy xo'jaliklari, firmalar, resurslar hamda tovarlar va xizmatlar bozori, resurslar va tovarlar oqimi, daromadlar-xarajatlar oqimi, oqimdan chetga chiqishlar va oqimga qo'shilishlarning hisobga olinmaganligi. davlatning oqimlarni tartibga solish vositalari.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
3. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. To'xliiev N., Xaqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2006, 280 b.
5. To'xliiev N., Xaqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.

6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЭ. 2009, 240 б.

7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-П6, 1993.

8. Мировая экономика и МЭО. Под ред. Булатова А.С. М.: 2008 г.

11-MAVZU: MAKROIQTISODIY MUVOZANAT: “AD-AS” MODELI

Darsning o’quv maqsadi:

Talabalarda yalpi talab va unga ta’sir etuvchi omillar, yalpi taklif va unga ta’sir etuvchi omillar, “AD-AS” modeli, narxlarning noelastikligi samarasi xususiyatlari haqida bilim va ko’nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Yalpi talab, Yalpi taklif, “AD-AS” modeli, Narxlar darajasi, yiriklashtirish, yalpi talab egri chizig’i, Foiz stavkasi samarasi, Boylik samarasi, Yalpi taklif, yalpi taklif egri chizig’i, Vertikal kesma, Oraliq kesma, Gorizonttal kesma, Narxlarning noelastikligi samarasi

Asosiy savollar

1. Yalpi talab va unga ta’sir etuvchi omillar
2. Yalpi taklif va unga ta’sir etuvchi omillar
3. “AD-AS” modeli
4. Narxlarning noelastikligi samarasi

Davlatning makroiqtisodiy boshqaruvining asosiy vazifasi makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlashdan iborat. **Makroiqtisodiy barqarorlik deganda** iqtisodiy inqirozlarga barham berish, iqtisodiy taraqqiyotni ifodalovchi ko’rsatkichlarni muayyan darajada saqlab turish va iqtisodiyotni sog’lomlashtirish tushuniladi.

1. Yalpi talab va unga ta’sir etuvchi omillar

Yalpi talab bu – turli narxlar sharoitida davlat, uy xo’jaliklari, korxonalar sotib olishi mumkin bo’lgan tovar va xizmatlarning yalpi xajmidir.

Xar qanday bozordagi vaziyat talab va taklifga, ya’ni ular hajmining o’zgariga bog’liq bo’ladi. Ular o’rtasida yuzaga kelgan nisbat o’z ketidan narhlarning o’zgarishiga va aksincha, narxlarning (u yoki bu tomonga) tebranib turishi talab va taklif hajmiga bevosita ta’sir qiladi. Bunday ta’kidlash faqat qandaydir bir alohida mahsulot yoki xizmatga oid bo’lmaydi, balki umuman milliy bozorga ham taaluqlidir. Bunday bozordagi talab alohida haridorlar istagi va sotib olish qobiliyati ko’rinishida bo’lmasdan, barcha haridorlarning birlashtirilgan talabi sifatida amal qiladi va makro darajadagi iste’mol qobiliyatini aks ettiradi. taklif esa milliy ishlab chiqarish yalpi xajmining taklifi sifatida bozorga chiqadi.

Shunday qilib, **yalpi talab** shu xo’jaligi, korxonalar, hukumat hamda xorijiy xaridorlarning milliy ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga bo’lgan talabidir.

Narxlar darajasi deganda, turli xil tovar va xizmatlarning alohida narxlarini umumlashtiruvchi jami narx tushuniladi.

Narxlarni narxlar darajasiga, jami iste’molchilarning to’lov qobiliyati talabini jami talabga, barcha tovar va xizmatlarni esa milliy ishlab chiqarishning real

xajmiga bunday birlashtirish **yiriklashtirish** deb ataladi. Ko'rsatkichlarni yiriklashtirishning bu usulidan makroiqtisodiy tadqiqotlarda tez-tez foydalanib turiladi. Makrodarajada iqtisodiyotni usiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Yalpi talab va yalpi taklif, hamda narxlar darajasi barcha makroiqtisodiy modellar tuzilishining asosi hisoblanadi. Oddiy ko'rinishda ko'rsatkichlarning o'zaro bir-biriga bog'liqligi grafik yordamida aks ettiriladi.

11.1-rasm. Qarang: Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.—М.:Эксмо,2009.- 480 стр.- (Полный курс MBA). 287 бет

Chizmadan ko'rinib turibdiki, narxlarning o'zgarishi yalpi talabga aks ta'sir ko'rsatadi, ya'ni, narxlar darajasining o'sishi o'z ortidan yalpi talabning qisqarishini keltirib chiqaradi va aksincha. Vaholanki, yalpi taklif narx darajasi qancha yuqori bo'lsa, shuncha ko'p bo'ladi.

Yalpi talab egri chizig'i va unga ta'sir etuvchi omillar:

narxga bog'liq va bog'liq bo'lmagan omillar

Narxlar darajasi va yalpi talab o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud bo'lib, narxlarning o'sib borishi bilan yalpi talab qisqarib boradi va aksincha, narxlar darajasi qanchalik past bo'lsa xaridorlar ko'proq tovar va xizmatlarni sotib olishni istab qolishadi. Ushbu bog'liqlikni chizma ko'rinishida ifodalash mumkin. ***Narxlar darajasi va talab qilingan milliy mahsulot hajmi o'rtasida bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq yalpi talab egri chizig'i deb ataladi.*** U alohida tovarga bo'lgan talab egri chizig'iga o'xshash ko'rinishga ega, ammo endi unga talab egri chizig'i yo'nalishini belgilab beruvchi daromad samarasi yoki o'rinbosar tovarlar samarasi kabi narx omillari ta'sir ko'rsatmaydi. ***Yalpi talab egri chizig'i yo'nalishiga qanday omillar ta'sir qiladi?***

Bular avvalo quyidagi narx omillaridir:

1. *Foiz stavkasi samarasi;*
2. *Boylik samarasi;*
3. *Import xaridlar samarasi*

Foiz stavkasi samarasi shuni bildiradiki, agarda mamlakatda pul massasi hajmi doimiy deb faraz qilinsa, narxlar o'sib borayotgan bo'lsa, bunday holatda aholi va korhonalarning harakatlari uchun ko'proq pul kerak bo'ladi. Bu esa pulga bo'lgan talabni oshiradi, demak uning narxi, ya'ni foiz stavkasi ko'tariladi.

O'z navbatida, yuqori darajadagi foiz stavkasida, aholi va tadbirkorlar o'z harajatlarini qisqartirib, jamg'armalarni bankka qo'yishni afzal ko'rishadi. Shunday qilib, ***narxlarning o'sishi pulga bo'lgan talabni ko'paytirib foiz stavkasini ko'tarilishiga olib keladi va shu tufayli milliy mahsulotning real hajmiga bo'lgan talabni qisqartiradi.***

Boylik samarasi shuni bildiradiki, narxlar darajasining o'sishi bilan jamg'arilgan pul aktivlarining (hisoblardagi omonatlar, obligatsiyalar) real xarid qobiliyati tushib ketadi. Ya'ni aholi tobora kambag'allashib boradi va tabiiyki u o'zining tovar va xizmatlarni sotib olishga ketadigan harajatini qisqartiradi. Natijada yalpi talab ham kamayadi.

Import xaridlari samarasi deganda shuni tushunish lozimki, qachonki narxlar darajasi xorijiy narxlarga nisbatan oshib borsa, mamlakatda ishlab

chiqarilgan mahsulotlarga bo'lgan talab kamayadi, import mahsulotlariga esa talab oshadi, ya'ni milliy mahsulotga bo'lgan ehtiyoj qisqaradi. Mamlakatda narxlar darajasining pasayishi importning kamayishiga va eksportning kengayishiga sabab bo'ladi yoki boshqacha aytganda milliy mahsulotga bo'lgan talabni oshiradi.

Narxlar darajasining o'zgarishi yalpi talab egri chizig'ining o'zgarishiga olib keladi. Yalpi talab egri chizig'iga narxdan tashqari boshqa omillar ham ta'sir ko'rsatadi.

Yalpi talabning naxga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Pul massasining o'zgarishi (uning oshishi yalpi talabni oshishiga, kamayishi yalpi talabni kamayishiga olib keladi);
- Aholi iste'mol xarajatlarining o'zgarishlari;
- Soliq siyosatidagi o'zgarishlar;
- Davlat xarajatlaridagi o'zgarishlar;
- Tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o'zgarishlar (masalan, boshqa mamlakatlardagi ishlab chiqarishning o'sishi milliy ishlab chiqaruvchilar tovarlariga bo'lgan yalpi talabning pasayishiga olib kelishi mumkin).

11.2-rasm.

AD vaziyatdan AD_1 vaziyatga o'tishi bu yalpi talabning ortib borishini ko'rsatadi, AD vaziyatdan AD_2 vaziyatga o'tishi bu yalpi talabning qisqarishiga olib keladi.

2. Yalpi taklif va unga ta'sir etuvchi omillar

Yalpi taklif - bu muayyan narxlar darajasida ishlab chiqarilishi va taklif qilinishi mumkin bo'lgan iste'mol hamda investisiya tovarlari va xizmatlarning umumiy miqdoridir.

Narxlar darajasi va yalpi taklif ishlab chiqarish darajasi o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq ***yalpi taklif egri chizig'i*** deb ataladi.

Makroiqtisodiyotda yalpi taklif egri chizig'i uchta vaziyatni o'z ichiga oladi.

- Gorizontali (1) Keyns kesmasi;
- Oraliq kesma (2);
- Vertikal (3) klassik kesma.

11.3-rasm. AS egri chizig'i.

Gorizontali kesma - iqtisodiyotda to'liq bandlik ta'minlanmaganligini, ortiqcha ishlab chiqarish kuchlari mavjudligini ko'rsatadi, narx va ish xaqi o'zgaruvchan bo'ladi. Bu kesmada narxlarni o'zgartirmasdan turib, ishga tushmagan ishlab chiqarish omillarini ishga tushirib, ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin.

Oraliq kesma - qisman bandlik ta'minlangan, narxlar va ish xaqi nisbatan o'zgaruvchan. Bu kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin, lekin bu o'sish narxlar darajasini o'sishi bilan birgalikda bo'ladi.

Vertikal kesma - bu to'liq bandlik ta'minlangan xolatidir. Bunda keyingi ishlab chiqarish jarayonini oshirish mumkin emas, iqtisodiyotni rag'batlantirish

jarayonida qilingan har qanday urinish faqatgina narxlar darajasini yuqori darajada oshishiga olib keladi.

Narxlar darajasining o'zgarishi yalpi taklif egri chizig'ining o'zgarishiga olib keladi. Yalpi taklif egri chizig'iga narxdan tashqari boshqa omilar ham ta'sir ko'rsatadi. Yalpi taklifning narxga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Ishlab chiqarish omillariga bo'lgan narxlarning o'zgarishi (narxlarning oshishi yalpi taklif egri chizig'ining chapga siljishiga, narxlarning pasayishi o'ngga siljishiga olib keladi).

- Davlat siyosati (masalan, ishlab chiqaruvchilar uchun soliqlarning oshirilishi yalpi taklif egri chizig'ining chapga siljishiga, soliqlarning pasaytirilishi o'ngga siljishiga olib keladi).

- Tabiatdagi iqlim sharoitlarining keskin ravishda o'zgarishi.

AS vaziyatdan AS_1 vaziyatga o'tishi bu yalpi taklifning ortib borishini ko'rsatadi, AS vaziyatdan AS_2 vaziyatga o'tishi bu yalpi taklifning qisqarishiga olib keladi.

11.4-rasm. AS egri chizig'ining o'zgarishi.

3.“AD-AS” MODEL

Makroiqtisodiyotda makroiqtisodiy barqarorlik g'oyasini makroiqtisodiy muvozanat modellarida ko'rsatish qabul qilingan. Keng tarqalgan modellardan biri bu *“AD-AS” modeli, ya'ni “yalpi talab – yalpi taklif”dir (aggregate demand – aggregate supply).*

Bu modelda makroiqtisodiy muvozanat bir vaziyat sifatida olish mumkin. Bu vaziyatda barcha ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar to'liqligicha sotib olinadi, ya'ni ishlab chiqarishga to'lov qobiliyatli talab mos keladi.

Bu vaziyatni grafikda ifodalash uchun bir grafikda yalpi talab va yalpi taklif egri chizig'larini mujassamlashtirish lozim. Yalpi talab egri chizig'i yalpi taklifning uchta kesmasida ham tutashib muvozanatga erishadi, lekin har bir kesmadagi muvozanat turlicha bo'ladi.

11.5-rasm. AD-AS egri chizig'i.

Agar yalpi talab egri chizig'i yalpi taklif egri chizig'ining **gorizontal kesmasida** tutashsa, muvozanatli holatni saqlab qolgan holda, yalpi talabni rag'batlantirish orqali real ishlab chiqarish xajmini o'stirish masalasini xal qilish mumkin.

11.6-rasm.

Oraliq kesmada tutashganda, bu holatda ham ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin, lekin bu oshirishda narxlarning P_1 dan P_2 ga o'tishida, real ishlab chiqarish xajmi ham mos ravishda Y_1 dan Y_2 ga ko'tarilishi kuzatiladi.

11.7-rasm.

Vertikal kesmada yalpi talabni rag'batlantirishga qilingan har qanday urinish narxlar darajasini (P_1 dan P_2 ga) o'tishida yuqori darajada oshishiga olib keladi. Bu holatda to'liq bandlikni ta'minlamay turib, yalpi talabni oshirishga umuman to'g'ri kelmaydi, chunki mahsulotni oshirmasdan turib narxlarni oshib ketishi inflyatsiyaga olib keladi.

11.8-rasm.

Makroiqtisodiy muvozanatda bu uchta variantni solishtirganda shuni ta'kidlash lozimki, bu uchta variantdan birini tanlash uchun mamlakat iqtisodiyoti yalpi taklifning qaysi holatida ekanligini aniqlab olish lozim.

Undan tashqari, "xrapovik" samarasini ham inobatga olish lozim.

4. Narxlarning noelastikligi samarasi, "Xrapovik" samarasi

Xrapovik samarasi bu bir mexanizmdir. U narxlarning "ortga qaytishda" noelastiklik bo'lishi, o'zgarmasligi bilan izohlanadi. Gorizontal kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin, chunki ortiqcha yalpi talab mavjud, bunda narxlar o'zgarmaydi. Oraliq kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish narxlar o'sishi bilan birga bo'ladi. Vertikal kesмага kelganda, talab eng yuqori nuqtaga kelgan bo'ladi, davlat o'z buyurtmalari bilan ortiqcha talab hosil qila olmaydi, endi talab pasayib boradi, lekin narxlar yuqori darajaga chiqib olganda ortga qaytishi, ya'ni pasayishi juda qiyin bo'ladi. Mana shu xolatda past talab va past ishlab chiqarish xajmi endi yuqori narxlarga duch keladi. Bu vaziyatni xrapovik samarasi, ya'ni narxlarni noelastikligi, o'zgarmasligidir. Xrapovik deyilishiga sabab, g'ildirakni aylanishiga o'xshatilishidadir.

11.9-rasm.

Nazorat savollari

1. Yalpi talab nima, yalpi talab egri chizig'i va unga ta'sir etuvchi omillar qaysilar?
2. Yalpi taklif nima, yalpi taklif egri chizig'i va unga ta'sir etuvchi omillar qaysilar?
3. "AD-AS" modelini tushuntiring
4. Narxlarning noelastikligi samarasini izohlang.

Mustaqil ish topshiriqlari

1. Yalpi talab egri chizig'iga ta'sir etuvchi omillar: narxga bog'liq bo'lmagan omillar
2. Yalpi taklif egri chizig'iga ta'sir etuvchi omillar: narxga bog'liq bo'lmagan omillar
3. "AD-AS" modelining paydo bo'lish tarixi.

Asosiy darsliklar va o'quv qo'llanmalari

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо,2009.- 480 стр.- (Полный курс MBA)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
3. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. To'xliiev N., Xaqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2006, 280 b.
5. To'xliiev N., Xaqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЭ. 2009, 240 б.

7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-П6,1993.

8. Мировая экономика и МЭО. Под ред. Булатова А.С. М.: 2008 г.

12 – MAVZU: MAKROIQTISODIY BEQARORLIK: IQTISODIYOTNING SIKLLILIGI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda iqtisodiy sikl tushunchasi, davriy tebranishlarning turlari, o'rta muddatli sikl, o'rta muddatli siklning bosqichlari xususiyatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy sikl, ekzogen nazariyalar, endogen nazariyalar, qisqa muddatli sikl, o'rta muddatli sikl, uzoq muddatli sikl, inqiroz, depressiya, jonlanish, yuksalish, protsiklik o'zgaruvchilar, antisiklik o'zgaruvchilar, asiklik o'zgaruvchilar

Asosiy savollar

1. *Iqtisodiy sikl tushunchasi.*
2. *Davriy tebranishlarning turlari*
3. *O'rta muddatli sikl.*
4. *O'rta muddatli siklning bosqichlari (fazalari)*

Bugungi dunyo iqtisodiy sikllarga xuddi qadimgi misrliklar Nil daryosining toshqinlariga qaragandek qaraydi. Hodisa davriy takrorlanib turadi. U hamma uchun ulkan ahamiyat kasb etadi. Biroq uning sabablari noma'lum.

Jon Beyts Klark, amerikalik iqtisodchi

Afsuski, jamiyatning iqtisodiy taraqqiyot tarixi iqtisodiyotning hech qachon tekis va silliq yo'l bilan, olg'a rivojlanish yo'lidan ketmaganligini yaqqol namoyon etmoqda. Bu tarix o'zining turli bosqichlarda iqtisodiy kon'yunkturaning bir-birini davriy ravishda almashtirib turgan va almashtirib kelayotgan tanazzul yoki yuksalishni boshidan kechirib keldi. Bu o'zgarishlar *makroiqtisodiy beqarorlik* yoki *bozor iqtisodiyoti rivojlanishining davriyligi* deb ataladi.

Takror ishlab chiqarish inqirozlari, ya'ni siklik tebranishlarni vujudga keltiruvchi to'lovga layoqatli talabning yo'qligi XIX asrning boshidan buyon muntazam hodisaga aylanib bormoqda. Angliyada 1825 yilda yuz beran inqiroz birinchi mahalliy inqiroz deb, 1857 yilgi inqiroz esa birinchi jahon inqirozi deb nomlanmoqda. Jahon iqtisodiyotini ma'lum bir davriylik bilan larzaga solib kelayotgan inqirozlar tarixi ana shundan boshlanadi.

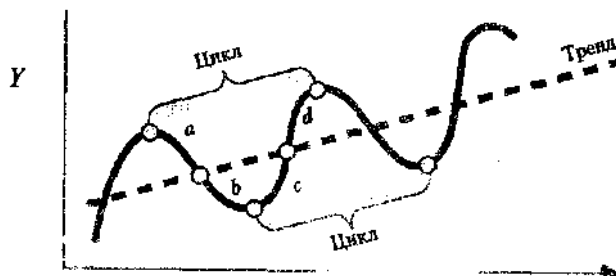
Tabiiyki, inqirozlar nazariyotchi iqtisodchilarning e'tiborini o'ziga jalb qiladi. Turli davrlarda siklik tebranishlar ustida Sismondi, Marks, Juglyar, Shumpeter, Kondratev kabi buyuk iqtisodchilar tadqiqotlari olib bordilar.

Hukumatning amaliy faoliyat sohasidagi vazifasi har doim siklik tebranishlarni tartibga solish, silliqlash bo'lgan va shunday bo'lib kelmoqda. Biroq, buni qanday usul va vositalari yordamida amalga oshirish mumkinligini ko'rib chiqishdan avval iqtisodiy siklning o'z xarakteristikasi, uning turlari va xususiyatlari ustida to'xtalib o'tish lozim.

1. Iqtisodiy sikl tushunchasi

Iqtisodiy sikl – asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning (ishlab chiqarish darajasi, bandlik, narxlar) muntazam ravishda o'zgarib turishi bo'lib, ularning o'rtacha muddati taxminan 8-10 yilni tashkil etadi.

Ishlab chiqarishning real hajmi, mahsulot



Vaqt

12.1-rasm. Siklik tebranishlar va trend

Davriy xarakterga ega bo'lgan siklik tebranishlarni trend bilan – iqtisodiy taraqqiyotning uzoq muddatli tendensiyasi bilan adashtirib yubormaslik kerak. Bu farqni grafik tasvirlash mumkin bo'lib (13.1-rasm), unda siklik tebranishlar to'liqsimon uzluksiz chiziq bilan, trend (ijobiy, musbat) esa – punktir to'g'ri chiziq bilan ifodalangan.

Siklik tebranishlarning to'liqsimon takrorlanishlari siklni iqtisodiy kon'yunkturaning ikkita bir xil holatlari o'rtasidagi davr deb talqin qilish imkonini beradi (grafikda ikki ustki yoki ikki pastki nuqtalar o'rtasidagi interval).

Ammo sikllar makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning rivojlanish intensivligiga ko'ra har xil bo'lishini nazarda tutish zarur, shuning uchun chegaraviy nuqtalar trend chizig'iga nisbatan turli pog'onalarda paydo bo'lishi mumkin.

Iqtisodiy siklning sababi nimada? Iqtisodchilar orasida bu savolga bir xil javob yo'q. Iqtisodiy siklning tabiatiga oid fikrlar xilma-xildir.

Ko'pincha siklik tebranishlarni keltirib chiqaruvchi barcha sabablar ikki katta guruhga - tashqi (ekzogen) sabablar va ichki (endogen) sabablarga bo'linadi. Mos ravishda iqtisodiy siklning ham ekzogen va endogen nazariyalari mavjuddir.

Ekzogen nazariyalar siklik tebranishlarni iqtisodiy tizimdan tashqaridagi sabablar bilan izohlaydilar.

Ekzogen nazariya tarafdorlarining fikricha, *iqtisodiy* sikllarga *noiqtisodiy* omillar sabab bo'ladi. Bunday omillar qatoriga quyidagilar kiritiladi:

- ♦ ruhiy (psixologik) kayfiyatlar (insoniyat jamiyatini qamrab oluvchi tushkunlik (pessimizm) va ko'tarinkilik (optimizm) to'liqlari mos ravishda iqtisodiy kon'yunkturaning tanazzul va yuksalishlarini keltirib chiqaradi);

- ♦ siyosiy shoklar (yuksalishlarni hukumatning saylovlar oldidan jonlanishi bilan izohlovchi siyosiy-iqtisodiy sikl nazariyasi);

- ♦ *tabiiy ofatlar* (suv toshqini, zilzilalar tanazzul sabablari sifatida, aholining iqtisodiy faolligini quyosh faolligi bilan bog'lagan Jevonsning quyoshdagi dog'lar nazariyasi va hokazo)

Ammo, siklik tebranishlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan turli xil tashqi sabablarga qaramay, ko'pchilik iqtisodchilar iqtisodiy sikllarni baribir

qandaydir iqtisodiy hodisalar bilan bog'lash zarur, deb hisoblaydi, ya'ni iqtisodchilarning ko'pchiligi – endogen nazariya tarafdorlaridir.

Endogen nazariyalar siklik tebranishlar iqtisodiy tizimning ichidagi (o'zidagi) sabablar bilan izohlaydilar.

Endogen nazariya tarafdorlarining fikricha, *iqtisodiy* sikllarga aynan *iqtisodiy* omillar sabab bo'ladi. Bunday iqtisodiy sabablarga, masalan, quyidagilar kiradi:

- ♦ Markaziy bankning rag'batlantiruvchi yoki to'xtatib turuvchi kredit-pul siyosati;

- ♦ iste'molchilar faoliyatining faollashuvi yoki so'nishi;

- ♦ innovatsiyalar;

- ♦ asosiy kapitalning yangilanishi.

Endogen nazariyalar orasida siklik tebranishlarni asosiy kapitalning yangilanishi bilan izohlovchi nazariya eng keng tarqalgan. Bu yangilanish o'rtacha aynan 8-10 yilda yuz beradi va siklning yuksaltiruvchi to'loqining boshlanishini keltirib chiqaradi.

2. Davriy tebranishlarning turlari

So'nggi paytlarda siklik tebranishlarning tabiatini izohlashga kompleks yondashuvdan ko'proq foydalanilmoqda, bunda yuksaltiruvchi va pasaytiruvchi to'loqlarning almashinib kelishi sanab o'tilgan turli sabablarning majmuasi bilan izohlanadi.

Iqtisodiy sikllarning boshqa tasniflari ham bor. Davomiylik bo'yicha tasnif juda keng tarqalgan bo'lib, unda odatda siklik tebranishlarning uch turi alohida ajratib ko'rsatiladi:

- ♦ 3,5-4 yil davom etadigan qisqa muddatli sikllar;

- ♦ 8—10 yil davom etadigan o'rta muddatli sikllar;

- ♦ 48—55 yil davom etadigan uzoq muddatli sikllar.

Qisqa muddatli sikllar ularning muallifining ismi bilan Kitchin sikllari yoki cho'chqa sikllari deb ham ataladi, chunki Kitchin ularni o'rganishda cho'chqa go'shti bozorini tadqiq qilgan. Bugungi kunda ular ko'proq «zahira sikllari» degan nom bilan mashhurdir.

Amerikalik iqtisodchi Kitchin cho'chqa go'shti bozorini o'rganishda zahiralarning to'planishi va qisqarishi (kamayishi) siklik tebranishlarni keltirib chiqarishi mumkinligiga e'tibor qaratgan.

Aytaylik, cho'chqa go'shti bozorida juda yuqori narx belgilab qo'yildi. Shunda fermerlar bu narxga mo'ljal qilib, cho'chqalarni zo'r berib semirtira boshlaydilar. Cho'chqalarni semirtirish ma'lum vaqt talab qiladi, ana shu davr mobaynida boshqa fermerlar ham cho'chqa semirtirishga kirisha boshlaydilar.

Ko'rinib turibdiki, shu davr oxiriga kelib bozorga katta miqdorda cho'chqa go'shti kelib tushadi va narx keskin pasayib ketadi. Cho'chqa go'shtining bir qismi zahiraga «ketadi», fermerlar esa cho'chqa semirtirishni to'xtatadilar. Narxlar asta-sekin ko'tarila boshlaydi va shu tariqa bozor siklik (davriy) rivojlanaveradi: tovar-moddiy zahiralarning to'plash va sarflash jarayonlari galma-gal yuz beraveradi.

So'nggi paytlarda tovar-moddiy zahiralari sikllarining qisqarayotganligi va hatto yo'qolib borayotganligi haqida tobora ko'proq gapirilmoqda. Bu esa ishlab

chiqaruvchilarning potensial mijozlarning ehtiyojlaridan xabardorligi, texnologik zanjirni avvaldan mo'ljall qilish darajasining oshganligi bilan izohlanmoqda. Biroq bu sikllarni umuman e'tibordan chetda qoldirishga hali erta.

O'rta muddatli sikllar – makroiqtisodiy beqarorlikni o'rganishda eng katta e'tibor qaratiladigan sikllardir, chunki hukumatning siyosati aynan shu siklik tebranishlarni silliqlashga qaratilgan bo'ladi. Bu sikllar ba'zan o'zining bir qator asarlarini ularni o'rganishga bag'ishlagan muallifning ismi bilan Juglyar sikllari deb ham ataladi. Ushbu sikllar quyida batafsilroq ko'rib chiqiladi (13.2-bo'lim).

Uzoq muddatli sikllar - Kondratevning uzun to'liqlari yoki kon'yunkturaning katta sikllaridir. Ularning muallifi – mashhur rus agrar iqtisodchisi Nikolay Dmitrievich Kondratevdir (1892—1938). U Angliya, Fransiya va AQShning XVIII asr so'ngidan keyingi asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlariga (narx darajasi, foiz stavkasi, ish haqi, tashqi savdo aylanmasi, iqtisodiyotning taraqqiyotini belgilovchi tarmoqlarning ba'zi ko'rsatkichlari) oid statistik materiallarni umumlashtirib, o'tkazilgan tahlillar asosida «kichik» sikllar (u kichik sikl deganda biz bugun o'rta muddatli deb atayotgan sikllarni tushunar edi) bilan bir qatorda 48-55 yil davom etadigan «katta» sikllar ham bor, degan xulosaga kelgan. Natijada kichik sikllar katta sikllarning ustiga «qo'yilgan» bo'ladi, kichik sikllarning dinamikasi u yoki bu kichik sikl katta siklning qaysi bosqichiga to'g'ri kelganligiga qarab o'zgarib turishi mumkin.

Kondratev kon'yunkturaning katta sikllarini asosiy kapitalning *passiv qismining* yangilanishi bilan izohlar edi.

O'rta muddatli sikl (Kondratev bo'yicha kichik sikl) asosan asosiy kapitalning aktiv qismining (mashina, dastgoh, asbob-uskunalariga sarflangan investisiyalar) yangilanishi bilan bog'liq bo'lgani kabi, uzoq muddatli sikl asosiy kapitalning passiv qismining (bino, inshootlar, kommunikatsiya tizimlariga sarflangan investisiyalar) yangilanishi bilan bog'liqdir.

O'rtacha har 48-55 yilda butun iqtisodiy tizimning yangilanishi yuz beradi va uzoq muddatli siklning yuksaltiruvchi bosqichi boshlanadi. Kondratev statistik materiallarini umumlashtirgan 140 yil ichida 2,5 ta uzoq muddatli sikl va uchta yuksaltiruvchi bosqichlar kuzatilgan: u birinchi bosqichni to'qimachilik sanoatining hamda cho'yan ishlab chiqarishning rivojlanishi bilan, ikkinchi bosqichni – temir yo'llar qurilishi bilan, uchinchi bosqichni esa elektr toki, radio va telefonning joriy qilinishi bilan bog'lagan.

N.D. Kondratev yuksaltiruvchi bosqichlarda pasaytiruvchi bosqichlarga nisbatan ijtimoiy g'alayonlar ko'proq sodir bo'lishini aniqlagan. Shuningdek, u pasaytiruvchi bosqichlarning qishloq xo'jaligiga ayniqsa yomon ta'sir ko'rsatishini ta'kidlagan va qarz kapitalining uzoq muddatli sikllar rivojlanishidagi ulkan rolini ko'rsatib bergan: yuksaltiruvchi bosqichda kapitalga bo'lgan talab keskin ortib ketadi va oqibatda foiz stavkasi ham ko'tariladi. Moliyaviy mablag'lar asta-sekin tugab boradi. Qarz kapitalining tanqisligi o'z navbatida ishlab chiqarish imkoniyatlarini cheklab qo'yadi, bu esa pasaytiruvchi bosqichga o'tishni anglatadi. Bunda investisiyalar sustlik bilan amalga oshiriladi, bu esa keyingi, yuksaltiruvchi bosqichga kredit resurslarni yig'ib qo'yish imkonini beradi.

3. O'rta muddatli sikl.

Shunday qilib, oʻrta muddatli sikl – aynan iqtisodchilarning aksariyati oʻrgangan va oʻrganayotgan sikldir. Davlatning makroiqtisodiy siyosati asosan shu siklni tartibga solishga qaratilgan boʻladi.

Avval aytib oʻtilganidek, oʻrta muddatli sikllarning asosiy sababi asosiy kapitalning yangilanishida deb hisoblanadi.

Investisiyalar – quyidagi omillar tufayli jami talabning eng beqaror tarkibiy qismidir:

- ♦ birinchidan, investision tovarlarning xizmat muddati noaniq boʻlib, ularning yangilanishini vaqt jihatdan tezlashtirish yoki kechiktirish mumkin;

- ♦ ikkinchidan, investisiya jarayonini ragʻbatlantiruvchi yangiliklar ham muntazam emas;

- ♦ uchinchidan, investisiyalar bir qator siyosiy-iqtisodiy omillarga javoban amalga oshirilishi mumkin.

Investisiya jarayonining beqarorligini kuchaytiruvchi ushbu omillarning barchasi makroiqtisodiy tebranishlarni kuchaytiradi, makroiqtisodiy vaziyatni baholash va uning istiqbolini belgilashni qiyinlashtiradi.

4. Oʻrta muddatli siklning bosqichlari

Oʻrta muddatli siklni oʻrganish uchun uning asosiy bosqichlarini ajratib olish lozim (13.1-rasmga qarang). Odatda iqtisodiy sikl toʻrtta fazaga ajratiladi:

- ♦ *inqiroz* (siklik toʻlqinning trend liniyasi uzra joylashgan pasaytiruvchi qismi – a qism);

- ♦ *depressiya* (tushkunlik) – (siklik toʻlqinning trend liniyasi ostida joylashgan pasaytiruvchi qismi – b qism);

- ♦ *jonlanish* (siklik toʻlqinning trend liniyasi ostida joylashgan yuksaltiruvchi qismi – s qism);

- ♦ *yuksalish* (siklik toʻlqinning trend liniyasi uzra joylashgan yuksaltiruvchi qismi – d qism).

Inqiroz – qayta ishlab chiqarishning gurkirab rivojlanayotgan ishlab chiqarish mahsulotni sotish bilan bogʻliq keskin muammoga duch kelgan vaziyatidir. Bozorga taqdim qilingan tovar va xizmatlar toʻlovga layoqatli munosib talabni topa olmaydi. Sotilmay qolgan tovarlar tovar-moddiy zahiralarining toʻplanib qolishiga olib keladi, foyda kamayadi, ishlab chiqarish hajmlari qisqaradi, investisiyalar hajmi ham qisqaradi, ishchi kuchiga boʻlgan talabning pasayishi oqibatida ishsizlik ortadi. Toʻlovga layoqali talabning kamayishi bularning barchasini yanada kuchaytiradi.

Depressiya bosqichida investisiyalash mutlaqo toʻxtaydi, iqtisodiyot turgʻunlikka yuz tutadi.

Jonlanish bosqichida soʻnishning eng quyi nuqtasidan oʻtiladi va iqtisodiyotning inqirozdan avvalgi holatiga asta-sekin qaytish boshlanadi. Ishsizlik qisqaradi, daromad va foyda oʻsadi, investisiya jarayonlari boshlab yuboriladi.

Nihoyat, *yuksalish* bosqichida iqtisodiyot gurkirab rivojlanadi, trend ijobiy (musbat) boʻlganda koʻplab makroiqtisodiy koʻrsatkichlar boʻyicha inqirozdan avvalgi vaziyatdagi dastlabki darajaga nisbatan yuqoriroq nuqtalarga erishadi, yuksalishning eng yuksak nuqtasiga, iqtisodiy siklning choʻqqisiga yetib boradi, soʻng yana inqiroz bilan almashadi.

U yoki bu mamlakatning iqtisodiyoti iqtisodiy siklning qaysi bosqichida ekanligini to'g'ri baholash uchun ekspertlar bir qator iqtisodiy indikatorlardan foydalanadilar, ya'ni asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar dinamikasini baholaydilar. Qaysi ko'rsatkichlarning tanlab olinishi mazkur iqtisodiy vaziyatda iqtisodiyotning holatini nima eng yorqin xarakterlashiga bog'liq bo'ladi.

Odatda, iqtisodiy sikl indikatorlari sifatida quyidagi ko'rsatkichlar tanlab olinadi: jami ishlab chiqarish (YaIM yoki YaMM), ishsizlik darajasi, tovar-moddiy zahiralar va ishlab chiqarish omillari zahiralari, narx darajasi, pul massasining hajmi, pullarning aylanish tezligi, qisqa muddatli foiz stavkalari va hokazo.

U yoki bu makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning sikl bosqichlari bo'yicha qaysi tomonga qarab o'zgarayotganligiga qarab, ularni *siklga hamroh* (protsiklik - yuksalishda o'suvchi, so'nishda pasayuvchi ko'rsatkichlar, masalan, jami ishlab chiqarish), *siklga qarshi* (so'nishda o'suvchi va yuksalishda pasayuvchi, masalan, ishsizlik) va *asiklik* (davriy bo'lmagan, ya'ni iqtisodiy siklga bog'liq bo'lmagan) ko'rsatkichlarga ajratiladi.

Tarixi XIX arslarning o'rtalariga borib taqaladigan o'rta muddatli sikllar haqida gap ketar ekan, ularga bir qator xususiyatlar xos bo'lganligini ta'kidlash lozim.

Birinchidan, XIX asrning o'rtalaridan boshlab kuzatilgan sikllar o'zining intensivligi va davomiyligi ko'ra xilma-xil bo'lgan. Eng qisqa iqtisodiy sikl (1920-yillar) taxminan 2,5 yil davom etgan bo'lsa, eng uzoq sikl (1970-yillarning boshi) 117 oy davom etgan.

Siklik tebranishlarning har xilligiga sabab bo'ladigan omillar ichida ikkita asosiy sababni ko'rsatib o'tish joizdir:

- ♦ o'rta muddatli sikllarning uzun to'lqinlarning turli bosqichlarida uzoq muddatli sikllar bilan aralashib ketishi, bu o'rta muddatli siklning dinamikasini o'zgartirib (buzib) yuborishi mumkin;

- ♦ hukumatning barqarorlashtiruvchi makroiqtisodiy siyosatining ta'siri.

Ana shunday siyosat tufayli Ikkinchi jahon urushidan keyin o'rta muddatli siklning yuksaltiruvchi to'lqini uzunroq, pasaytiruvchi to'lqini esa qisqaroq bo'lib bordi. Umuman olganda, ko'pchilik rivojlangan mamlakatlarning hukumatlari makroiqtisodiy barqarorlashtirishni oqilona olib borishni, ya'ni so'nish davrida iqtisodiyotni rag'batlantirish va qayta ishlab chiqarish inqirozi xavfi mavjud bo'lganda iqtisodiyotni biroz sekinlashtirib turishni o'rganib oldilar.

Ikkinchidan, 1970-yillardan boshlab iqtisodiy sikllarning sinxronlashuvi yuz bermoqda: ko'pchilik rivojlangan mamlakatlarda iqtisodiy siklning yuksaltiruvchi va pasaytiruvchi bosqichlari deyarli bir paytda boshlanayotganligi kuzatilmoqda.

Buning sababi – mamlakatlarning o'zaro bog'liqligining chuqurlashuvi, yagona global iqtisodiy makonning shakllanishi, bir mamlakat iqtisodiyotini butun jahon iqtisodiy xo'jaligidan alohida qarash mumkin bo'lmay qolganligidir. Jahon iqtisodiyotining bugungi kundagi yangi axborot texnologiyalari asosida globallashtirish jarayoni iqtisodiy sikllarning sinxronlashuvini yanada intensivlashtirmoqda.

Uchinchidan, iqtisodiy sikllarning rivojlanish jarayoniga fan-texnika tarayoqqiyoti ham katta ta'sir ko'rsatmoqda. U asosiy kapitalning yangilanishini

tezlashtirmoqda, bu esa inqiroz bosqichida nafaqat tovarlarni qayta ishlashga, balki kapitalning ham qayta ishlanishiga olib kelmoqda, ishlab chiqarish quvvatlarining to'liq band bo'lmaslik muammosi keskinlashmoqda, siklning dinamikasi ham tobora notekis bo'lib bormoqda.

Transmilliy va ko'pmillatli kompaniyalarning sikllarning sinxronlashuviga ham, iqtisodiy siklning bosqichma-bosqich amalga oshish jarayoniga ham ta'sir ko'rsatayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Bunday kompaniyalar o'z qo'llarida ulkan hajmdagi kapitalni jamlagan bo'lib, mamlakatlararo kapital o'tkazish imkoniyatiga, demak, narxlarni yuqori darajada saqlab turish va hatto inqirozlar davrida ham daromadni qo'ldan boy bermaslik imkoniyatiga egadirlar. Sikl yanada mavhumlashib, uning kelgusi rivojini oldindan mo'ljallash qiyinlashib bormoqda.

Shuning uchun bugungi kungi hukumatlar oldida makroiqtisodiy prognozlarning to'g'riligini ta'minlash va iqtisodiyotni barqarorlashtirish borasida ushbu prognozlarga muvofiq chora-tadbirlarni amalga oshirishdan iborat muhim va o'ta murakkab vazifa turibdi.

Nazorat savollari

1. Iqtisodiy sikl indikatorlari sifatida qanday ko'rsatkichlardan foydalaniladi?
2. Siklik tebranishlarning har xilligiga sabab bo'ladigan omillar?
3. Siklik tebranishlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan tashqi sabablar?
4. Iqtisodiy sikllarning rivojlanish jarayoniga fan-texnika tarayoqqiyotining ta'sir qanday?

Mustaqil ish mavzulari

1. «Iqtisodiy kon'yunkturaning uzun to'liqlari» nazariyasining muallifi N.D. Kondratevning faoliyati.
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda transmilliy va ko'pmillatli kompaniyalarning iqtisodiy siklning bosqichma-bosqich amalga oshish jarayoniga ta'siri.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
- 3.Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2006, 280 b.
5. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЭ. 2009, 240 б.
7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-Пб,1993.

13 – MAVZU: ISHSIZLIK VA UNING IQTISODIY AHAMIYATI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda iqtisodiy sikl tushunchasi, ishsizlik tushunchasi va uning turlari, ishsizlikning sabab va oqibatlari, ishsizlik bo'yicha davlat siyosati: klassik va keynscha yondashuvlar xususiyatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy sikl, Ishsizlik, friksion ishsizlik, tarkibiy ishsizlik, tabiiy ishsizlik, siklik ishsizlik, Ouken qonuni, iqtisodiyotda gisterezis.

Asosiy savollar

1. *Iqtisodiy sikl tushunchasi*
2. *Ishsizlik tushunchasi va uning turlari*
3. *Ishsizlikning sabab va oqibatlari.*
4. *Ishsizlik bo'yicha davlat siyosati: klassik va keynscha yondashuvlar.*

1. Iqtisodiy sikl tushunchasi

Jamiyatning iqtisodiy taraqqiyot tarixi iqtisodiyotning hech qachon tekis va silliq yo'l bilan, olg'a rivojlanish yo'lidan ketmaganligini yaqqol namoyon etmoqda. Bu tarix o'zining turli bosqichlarda iqtisodiy kon'yunkturaning bir-birini davriy ravishda almashtirib turgan va almashtirib kelayotgan tanazzul yoki yuksalishni boshidan kechirib keldi. Bu o'zgarishlar *makroiqtisodiy beqarorlik* yoki *bozor iqtisodiyoti rivojlanishining davriyligi* deb ataladi.

Iqtisodiy sikllarning boshqa tasniflari ham bor. Davomiylik bo'yicha tasnif juda keng tarqalgan bo'lib, unda odatda siklik tebranishlarning uch turi alohida ajratib ko'rsatiladi:

- ♦ 3,5-4 yil davom etadigan qisqa muddatli sikllar;
- ♦ 8—10 yil davom etadigan o'rta muddatli sikllar;
- ♦ 48—55 yil davom etadigan uzoq muddatli sikllar.

O'rta muddatli siklni o'rganish uchun uning asosiy bosqichlarini ajratib olish lozim (13.1-rasmga qarang). Odatda iqtisodiy sikl to'rtta fazaga ajratiladi:

♦ *inqiroz* (siklik to'liqning trend liniyasi uzra joylashgan pasaytiruvchi qismi – a qism);

♦ *depressiya* (tushkunlik) – (siklik to'liqning trend liniyasi ostida joylashgan pasaytiruvchi qismi – b qism);

♦ *jonlanish* (siklik to'liqning trend liniyasi ostida joylashgan yuksaltiruvchi qismi – s qism);

♦ *yuksalish* (siklik to'liqning trend liniyasi uzra joylashgan yuksaltiruvchi qismi – d qism).

Inqiroz – qayta ishlab chiqarishning gurkirab rivojlanayotgan ishlab chiqarish mahsulotni sotish bilan bog'liq keskin muammoga duch kelgan vaziyatidir. Bozorga taqdim qilingan tovar va xizmatlar to'lovga layoqatli munosib talabni topa olmaydi. Sotilmay qolgan tovarlar tovar-moddiy zahiralarning to'planib qolishiga olib keladi, foyda kamayadi, ishlab chiqarish hajmlari

qisqaradi, investisiyalar hajmi ham qisqaradi, ishchi kuchiga bo'lgan talabning pasayishi oqibatida ishsizlik ortadi. To'lovga layoqali talabning kamayishi bularning barchasini yanada kuchaytiradi.

Depressiya bosqichida investisiyalash mutlaqo to'xtaydi, iqtisodiyot turg'unlikka yuz tutadi.

Jonlanish bosqichida so'nishning eng quyi nuqtasidan o'tiladi va iqtisodiyotning inqirozdan avvalgi holatiga asta-sekin qaytish boshlanadi. Ishsizlik qisqaradi, daromad va foyda o'sadi, investisiya jarayonlari boshlab yuboriladi.

Nihoyat, *yuksalish* bosqichida iqtisodiyot gurkirab rivojlanadi, trend ijobiy (musbat) bo'lganda ko'plab makroiqtisodiy ko'rsatkichlar bo'yicha inqirozdan avvalgi vaziyatdagi dastlabki darajaga nisbatan yuqoriroq nuqtalarga erishadi, yuksalishning eng yuksak nuqtasiga, iqtisodiy siklning cho'qqisiga yetib boradi, so'ng yana inqiroz bilan almashadi.

U yoki bu mamlakatning iqtisodiyoti iqtisodiy siklning qaysi bosqichida ekanligini to'g'ri baholash uchun ekspertlar bir qator iqtisodiy indikatorlardan foydalanadilar, ya'ni asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar dinamikasini baholaydilar. Qaysi ko'rsatkichlarning tanlab olinishi mazkur iqtisodiy vaziyatda iqtisodiyotning holatini nima eng yorqin xarakterlashiga bog'liq bo'ladi.

Odatda, iqtisodiy sikl indikatorlari sifatida quyidagi ko'rsatkichlar tanlab olinadi: jami ishlab chiqarish (YaIM yoki YaMM), ishsizlik darajasi, tovar-moddiy zahiralar va ishlab chiqarish omillari zahirolari, narx darajasi, pul massasining hajmi, pullarning aylanish tezligi, qisqa muddatli foiz stavkalari va hokazo.

Ishsizlik makroiqtisodiy beqarorlikning eng muhim namoyon bo'lish shakllaridan biridir, chunki uning nafaqat sof iqtisodiy, balki ijtimoiy belgilari ham bor.

Ishsizlik muammosi barcha rivojlangan mamlakatlarga u yoki bu darajada dahldor bo'lgan va bo'lib kelmoqda, ishsizlikni tartibga solish masalalari esa davlatning makroiqtisodiy siyosatidagi eng muhim muammoligicha qolmoqda.

2. Ishsizlik tushunchasi va uning turlari

Ishsizlikning foydasi borligiga

uni boshidan kechirmaganlar ko'proq ishonadilar.

Jon Gelbreyt, amerikalik iqtisodchi va diplomat

Ishsizlik – bu mamlakat aholisining mehnatga layoqatli yoshga yetgan, ishlaymaydigan va qonunchilikka ko'ra belgilangan muddat davomida ish qidirayotgan shaxslardan iborat qismidir.

Ishsizlikning ta'rifiga asosan ishsizlik darajasini hisoblash tenglamasini tuzish mumkin:

ishsizlar soni

ishsizlik darajasi = ----- x 100%.

ishchi kuchi soni

Bunda ishsizlar soni tegishli organ va institutlar tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlar (masalan, ko'pchilik mamlakatlarda mehnat birjalarining statistikasi) asosida hisoblanadi, ishchi kuchi esa mamlakatdagi jami aholi soni hamda quyidagi ayrim aholi guruhlarining ayirmasi sifatida aniqlanadi.

♦ mehnatga layoqatli yoshga yetmagan shaxslar;

- ♦ maxsus muassasalarda saqlanayotgan shaxslar (qamoqxonalar, ruhiy kasalliklar shifoxonalarida va hokazo);

- ♦ ishchi kuchi tarkibidan chiqib ketgan shaxslar (nafaqachilar, mehnat layoqatini yo'qotganlar va hokazo).

Bu yo'l bilan hosil qilingan ishsizlik darajasi ko'rsatkichi sof arifmetik ko'rsatkichdir.

Ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini baholashda uning mamlakat iqtisodiyotiga ham, uning ijtimoiy muhitiga (iqlimiga) ham ta'sir ko'rsatuvchi turli ko'rinishlarini ko'rib chiqish zarur.

Ishsizlik uch xil bo'ladi:

- ♦ friksion (ko'ngilli);

- ♦ tarkibiy;

- ♦ siklik (davriy).

Friksion ishsizlik – ishsizlikning bu turi ko'ngilli ishsizlikdir.

Friksion ishsizlikni quyidagi sabablar keltirib chiqaradi:

- ♦ aholining bevosita (geografik) ko'chib yurishi – kishi yangi joyga ko'chib o'tsa, ko'chish paytida, ungacha va undan keyin ma'lum muddat ishsiz bo'lib turadi;

- ♦ kasbiy qiziqishlarning (manfaatlarning) almashinuvi, qayta o'qish, qayta malaka olish;

- ♦ insonning shaxsiy hayotida yangi bosqichlarning boshlanishi (o'qish, farzandli bo'lish va hokazo).

Ko'ngilli ishsizlik ish qidirish va kutish bilan bog'liqdir. «Friksion» atamasi mehnat bozorida ma'lum bir tebranishlar bo'lib turishini, mehnat bozoridagi muvozanatga bir zumda erishib bo'lmashligini ta'kidlaydi.

Ammo bu oddiy me'yordagi emas, balki ijobiy holatdir, chunki friksion ishsizlikning mavjudligi mehnat bozorining moslashuvchanligini va uning har bir ishtirokchisi o'z hatti-harakatlarida tanlov erkinligiga ega ekanligini ko'rsatadi: keng ijtimoiy siyosat yuqoriroq haq to'lanadigan yoki yanada qiziqarliroq ish qidirish holatida uzoqroq qolish imkoniyatini beradi, bu esa davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining katta yutug'i hisoblanadi.

Tarkibiy ishsizlik – ishsizlikning bu turi iqtisodiyotning tarkibiy o'zgarishlariga, demak, ishchi kuchiga bo'lgan talabning tarkibiy o'zgarishiga bog'liqdir.

Ma'lumki, mehnatga bo'lgan talab hosilaviy xarakterga egadir. U mazkur mehnat turi qaysi tovar yoki xizmatni ishlab chiqarishda yoki ko'rsatishda qo'llanilsa, shu tovar yoki xizmatga bo'lgan talabga bog'liqdir. Demak, iqtisodiydagi tarkibiy o'zgarishlar ishchi kuchiga bo'lgan talabda ham tarkibiy o'zgarishlar yuz berishiga olib keladi.

Masalan, biror bir tarmoq tarkibiy inqirozda bo'lsa, shu tarmoq xodimlarining mehnatiga bo'lgan talab ham keskin qisqaradi. Ayni paytda mehnatga bo'lgan talab avvalgi darajada qolib, mehnatga bo'lgan talabdan orta boshlaydi, natijada tarkibiy ishsizlik vujudga keladi.

Tarkibiy ishsizlik haqida so'z ketganda, odatda eskirgan kasb egalariga xos bo'lgan ishsizlik misol qilib keltiriladi. Ular «o'layotgan» tarmoq vakillari

bo'ladilar yoki ishlab chiqarishning boshqa omillari ta'sirida siqib chiqariladilar. Masalan, mehnatning o'rnini kapital bosishi mumkin, natijada mehnatga bo'lgan talab susayadi.

Tarkibiy ishsizlik tushunchasiga «tirik», lekin muammolarga duch kelgan tarmoqlardagi tarkibiy inqirozlar oqibatida vujudga keladigan ishsizlikni ham kiritish lozim. Masalan, konversiya oqibatida Rossiyadagi ushbu tarmoqlarning ko'plab ishchilari tarkibiy ishsiz bo'lib qoldilar.

Friksion va tarkibiy ishsizlikning umumiy jihati shuki, ularning ikkovi ham har qanday mamlakatning iqtisodiyotida muqarrar ravishda vujudga keladi. Bunda friksion ishsizlik darajasi qiymati mehnat bozoridagi aholining ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyat darajalarini, tarkibiy ishsizlikning ko'rsatkichi esa tarkibiy o'zgarishlar darajasini xarakterlaydi.

Shuningdek, friksion va tarkibiy ishsizlik o'rtasida tafovutlar ham bor.

Birinchidan, tarkibiy ishsizlik friksion ishsizlikka nisbatan uzoqroqqa cho'ziladi, chunki tarkibiy inqirozlarni qisqa muddat ichida bartaraf qilish qiyin.

Ikkinchidan, tarkibiy ishsizlarning tarkibi barqarorroq bo'lib, bu mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy vaziyatni keskinlashtiruvchi ziddiyatli guruhlarining shakllanishiga olib kelishi mumkin.

Uchinchidan, agar friksion ishsizlar uchun qayta o'qitish – ularning o'z ishi bo'lsa, tarkibiy ishsizlar, agar ular tarkibiy inqiroz mobaynida ish topishni rejalashtirgan bo'lsalar, majburiy qayta o'qitishga muhtojdirlar.

To'rtinchidan, ko'ngilli, friksion ishsizlikdan farqli ravishda, tarkibiy ishsizlik har doim majburiy xarakterga egadir.

Umuman, tarkibiy ishsizlik – butun mamlakat uchun ham, ishsizlikning ushbu toifasiga mansub bo'lgan shaxslar uchun ham friksion ishsizlikdan ko'ra og'irroq holatdir.

Friksion va tarkibiy ishsizliklarning yig'indisi **tabiiy ishsizlik** deb ataladi.

«Tabiiy ishsizlik» atamasi ushbu darajaning me'yorda ekanligini, iqtisodiyotga ichdan xos ekanligini ta'kidlash uchun ishlatiladi. Bu ishsizlikning eng yaxshi darajasidir. Bir tomondan, uning darajasi resurslarning bandlik muammosi haqida gapiradigan darajada yuqori bo'lmaydi, ikkinchi tomondan, u mehnat bozorining moslashuvchanligini ta'minlash va sog'lom raqobat elementlarini hosil qilish uchun yetarlidir.

Tabiiy ishsizlik – ishchi kuchining zarur hollarda qo'llanilishi mumkin bo'lgan zaruriy zahirasidir.

Ishsizlikning tabiiy darajasi ba'zan *to'liq bandlik* yoki *ishsizlikning nolga teng darajasi* deb ataladi. Ushbu ta'rifda ishsizlikning mazkur darajasi potensial YaIMga, ya'ni to'liq bandlik holatidagi YaIMga erishish imkonini berishi ta'kidlanmoqda. Uni grafik shaklda iqtisodiyotda resurslarning, shu jumladan, mehnat resurslarining to'liq bandlik darajasini xarakterlovchi jami taklif egri chizig'ining vertikal qismida ko'rish mumkin (12.3-rasm).

Ishsizlikning tabiiy darajasi shuningdek ishsizlikning inflyatsiyani tezlashtirmaydigan darajasi (**NAIRU** - **not-accelerating-inflation-rate-of unemployment**) deb ham ataladi. Bu nom mashhur maqsadlar dilemmasining - inflyatsiyaga qarshi kurash yoki ishsizlikka qarshi kurash muammosining

tahlilidan ham kelib chiqadi. Qisqa muddatli oraliqlarda bu ikk vazifani bir paytda bajarishning imkoni yo‘q.

Agar hukumat inflyatsiyaga qarshi kurash vazifasini qo‘ysa, cheklash siyosati olib boriladi. U esa ishlab chiqarishni sekinlashtirishga olib kelib, oqibatda ishsizlikni kuchaytirib yuboradi.

Agar hukumat ishsizlikka qarshi kurash vazifasini qo‘ysa, rag‘batlantirish siyosati olib borilib, u esa inflyatsiyaga olib keladi, ya’ni ishsizlik ham, inflyatsiya ham bir paytda past darajada bo‘la olmaydi. Biroq, agar ishsizlikning iqtisodiyotga xos bo‘lgan tabiiy darajasi haqida gap ketsa, bunday o‘zaro bog‘liqlik kuzatilmaydi.

Ishsizlikning tabiiy darajasi zarurdir. Bu ishsizlikning eng past va ayni paytda inflyatsiyaga mutlaqo ta’sir qilmaydigan darajasidir. U mehnat bozorining ichki ehtiyoji sifatida inflyatsiyani tezlashtirmaydi.

Ishsizlikning tabiiy darajasi o‘zining muayyan ko‘rsatkichlariga egadir. Rivojlangan mamlakat uchun ishsizlikning tabiiy darajasi o‘rtacha 4-5 foizni tashkil qiladi. Bu baho o‘zgarib turadi, chunki ishsizlikning tabiiy darajasiga bir qator omillar ta’sir qiladi:

- ♦ davlatning ijtimoiy siyosati (yuqori ijtimoiy nafaqalar friksion ishsizlikning o‘sishi hisobiga tabiiy darajani oshiradi: kishilar uzoqroq muddatgacha ishsiz bo‘lib qola oladilar);

- ♦ aholining bandlikka moyilligini ko‘rsatuvchi ruhiy kayfiyatlari (bu tarixiy, milliy, mintaqaviy xususiyatlar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin);

- ♦ kasaba uyushmalarining mavqei (pozitsiyalari) - (kuchli kasaba uyushmalari mehnat bozoriga davlatning yuqori ijtimoiy nafaqalaridek ta’sir ko‘rsatadi);

- ♦ ishchi kuchining demografik tarkibining o‘zgarishi (ishchi kuchi tarkibida ayollar va yoshlar ko‘payib bormoqda, vaholanki ular friksion ishsizlik darajasi yuqori bo‘lgan shaxslardir: tug‘ruq ta’tillari, o‘qitish va hokazo).

Biroq amalda ishsizlik tabiiy darajadan yuqori bo‘lishi mumkin. Bu esa siklik (davriy) ishsizlik mavjudligini ko‘rsatadi.

Siklik ishsizlik - iqtisodiy siklning so‘nish bosqichi tufayli vujudga kelgan ishsizlikdir. So‘nish bosqichida ishlab chiqarishning faolligi susayadi, ayrim korxonalar yopiladi, natijada ishsizlik ortadi. Ishsizlikning amaliy va tabiiy darajalari o‘rtasidagi farq siklik ishsizlik ko‘rsatkichini tashkil qiladi.

Siklik ishsizlik - salbiy iqtisodiy hodisadir. Uning borligi iqtisodiyotning to‘liq bandlik darajasida faoliyat ko‘rsatmayotganligini, demak, YalMning potensial darajasiga erishilmayotganligini bildiradi.

Siklik ishsizlik ko‘rsatkichlari g‘oyatda turli-tuman bo‘lib, so‘nishning intensivligiga bog‘liq ravishda o‘zgarib turadi. AQShda Buyuk depressiya davrida siklik ishsizlik darajasi 25 foizgacha yetgan.

Agar ishsizlik tabiiy darajadan yuqori bo‘lishi mumkin bo‘lsa, ya’ni siklik ishsizlik paydo bo‘lishi mumkin bo‘lsa, u holda o‘rinli savol tug‘iladi: ishsizlik tabiiy darajadan past ham bo‘lishi mumkinmi? Bozorning bunday holati *o‘ta to‘liq bandlik* deb ataladi.

O'ta to'liq bandlik iqtisodiyoti alohida bir sharoitda turgan, masalan, urush holatida turgan mamlakatlar uchun normal holat hisoblanadi. Bu holatda mehnat bozoridagi bunday holat iqtisodiy sabablar yo'qligida paydo bo'ladi.

Agar o'ta to'liq bandlik oddiy iqtisodiy sharoitlarda ham ancha uzoq muddat davom etsa, demak, mehnat bozori moslashuvchan emas, iqtisodiyotdagi inflyatsiya darajasi esa juda yuqori, degan xulosa kelib chiqadi. Demak, o'ta to'liq bandlik - noqulay iqtisodiy holatdir.

4. Ishsizlikning sabab va oqibatlari. Ishsizlik bo'yicha davlat siyosati: klassik va keynscha yondashuvlar.

Iqtisodiyotchilar orasida ishsizlikning sabablariga yagona qarash yo'qdir. Ishsizlikning quyidagi asosiy sabablarini ko'rsatib o'tish mumkin:

- ♦ aholining haddan ortiq ko'pligi (umuman olganda jahon iqtisodiyotida mehnat ortiqchaligi kuzatilmoqda, aholi sonining keskin ortishi esa bunga sabab bo'lmoqda);

- ♦ ish haqi stavkalarining kasaba uyushmalarining harakatlari va aholining ijtimoiy-iqtisodiy faolligi bosimi ostida muvozanat darajasidan yuqori belgilanishi;

- ♦ fan-texnika inqilob davrida mehnatning kapital tomonidan siqib chiqarilishi;

- ♦ mehnat bozorida monopsoniyaning mavjudligi (mehnatga haq to'lash shartlarini monopsonist korxonalar belgilaydi va bandlik hajmini kamaytiradi);

- ♦ to'lovga layoqatli talabning pastligi (tovar va xizmatlarga bo'lgan talabning yo'qligi mehnatga bo'lgan talabni susaytirib yuboradi, chunki u hosilaviy xarakterga ega bo'lib, ishsizlik uning sababidan vujudga keladi).

Bu sabablarning barchasi oxir-oqibatda ishsizlikni keltirib chiqaradi yoki uning yanada rivojlanishiga sabab bo'ladi. Bu hodisaning nazoratdan chiqib ketib rivojlanishi jiddiy makroiqtisodiy oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Ishsizlikning birinchi oqibati – potensial YaIM darajasidan ortda qolish, ya'ni mahsulotni yetarli ishlab chiqarmaslikdir. 1960-yilda amerikalik iqtisodchi A.Ouken ushbu fenomen ustida tadqiqotlar o'tkazdi. Ulkan statistik materialni tahlil qilib chiqqach, u quyidagi xulosaga keldi: siklik ishsizlik ko'rsatkichi bilan amaliy YaIMning potensial YaIM darajasidan ortda qolishi o'rtasida barqaror o'zaro bog'liqlik mavjud ekan. U o'z hisob-kitoblari asosida *Ouken qonuni* deb nomlangan qoidani asoslab berdi.

Ouken qonuni quyidagicha: agar ishsizlikning amaldagi darajasi ishsizlikning tabiiy darajasidan 1 foizga yuqori bo'lsa, joriy YaIMning potensialYaIM ko'rsatkichdan ortda qolishi 2,5 foizni tashkil qiladi. Boshqacha qilib aytganda, siklik ishsizlikning har bir foizi YaIM bo'yicha 2,5 foiz ortda qolishga sabab bo'ladi. Masalan, berilgan muddat (yil) mobaynida siklik ishsizlik 3 foizni tashkil qilgan bo'lsa, joriy YaIMning potensialYaIM ko'rsatkichdan ortda qolishi 7,5 foizga tengdir.

2,5 soni *Ouken soni*, *Ouken parametri* (ko'rsatkichi) yoki *Ouken koeffisienti* deb ataladi. Statistikaning ko'rsatishicha, bu koeffisient turli mamlakatlarda va turli davrlarda 2 bilan 3 orasida o'zgarib turishi mumkin. Uning qiymati mehnat omilining mahsulotni ishlab chiqarishdagi ahamiyatiga bog'liqdir.

Siklik ishsizlik potensial YaIMdan ortda qolishdan tashqari boshqa bir qator salbiy oqibatlarni ham yuzaga keltiradi. Yuqori ishsizlik natijasida aholining daromadlari kamayadi, ya'ni to'lovga layoqatli talab susayadi va agar davlat zarur chora-tadbirlarni ko'rmasa, so'nishning yanada chuqurlashuviga olib keladi.

Aholi daromadlarining ishsizlik oqibatida pasayishi real jamg'armalarning qisqarishiga olib keladi. Jamg'armalar – investisiyalar manbai bo'lgani tufayli, bunday jarayon investision imkoniyatlarning qisqarishiga ham olib keladi.

Davlat uchun esa, investisiyalarning va demak ishlab chiqarish hajmlarining qisqarishi tufayli byudjetga soliq tushumlari kamayadi.

Ishsizlikning yana bir salbiy oqibati shuki, u sababli mamlakat aholisining tabaqalashuvi yanada chuqurlashib ketadi. Ishsizlik yuki turli ijtimoiy guruhlariga turlicha ta'sir qiladi. Ma'lumki, ishsizlik darajasi aynan mehnat bozorida ko'proq kamsitiladigan aholi tabaqalari orasida yuqori bo'ladi. Bunday tabaqalarga o'quv yurtlarini endi tamomlagan va ish qidirayotan yoshlar, ozchiliklar, ayollar kiradi. Aholining bu guruhi ko'pincha birinchi navbatda ishdan bo'shatiladi. Aynan shu guruhlarining daromadi avvaldan pastligini e'tiborga oladigan bo'lsak, ishsizlik yuqori bo'lgan davrlarda daromad taqsimotidagi tengsizlik ham kuchayadi, degan xulosaga kelish mumkin.

Bundan tashqari, shuni ham unutmaslik kerakki, ishsizlik oddiy iqtisodiy hodisa emas, balki u ijtimoiy-iqtisodiy hodisadir.

Ishsizlikning ijtimoiy oqibatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ◆ ijtimoiy tushkunlikning o'sib borishi;
- ◆ ruhiy tanglikning o'sishi;
- ◆ ijtimoiy faollik ko'rinishlarining kuchayishi (namoyishlar, mitinglar, ommaviy chiqishlar);
- ◆ jinoyatchilikning o'sishi va hokazo.

Davlat ishsizlik sharoitlarida bir qator ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni tartibga solishga qaratilgan murakkab vazifalar kompleksini hal qilish zaruratiga duch keladi.

Davlatning ishsizlikka nisbatan olib boradigan siyosatiga kelsa, bu yerda bir xil nuqtai nazar yo'qligini aytib o'tish joizdir. Ishsizlikka va uni tartibga solish masalalariga klassik va keynscha yondashuvlar mavjuddir. Bu qarashlar mehnat bozori faliyatini klassiklar va keynschilar tomonidan turlicha tushunishga asoslangan.

Klassik maktabda mehnat bozoridagi muvozanat g'oyasi hukmronlik qiladi. Har qanday bozordagi kabi, mehnat bozorida ham, agar u o'z holiga tashlab qo'yilsa, muvozanat yuzaga keladi, iqtisodiyot esa uzoq muddat mobaynida to'liq bandlik darajasiga, ya'ni tabiiy ishsizlik darajasiga intiladi. Ishlab chiqarishning tabiiy darajasi gipotezasi (ishsizlikning tabiiy darajasi) amerikalik iqtisodchi M.Fridmenga mansubdir. Agar so'nish davrida ishsizlik ortsa, buni vaqtinchalik holat deb baholash lozim, jonlanish boshlangach, mehnat bozori o'zining tabiiy holatiga – to'liq bandlik darajasiga qaytadi.

Keyns maktabi vakillari tabiiy daraja gipotezasini inkor qiladilar va unga muqobil ravishda ishsizlikning gisterezisi konsepsiyasini ilgari suradilar.

Iqtisodiyotda gisterezis (yunon. «gisterezis» - ortda qolish) – ayrim makroiqtisodiy chora-tadbirlarning uzoq vaqt saqlanib qoluvchi oqibatlari, boshqacha qilib aytganda, tabiiy darajaga qaytmasligidir.

So‘nish davridan so‘ng, jonlanish davri kirib kelsa, ya‘ni ishsizlikning dastlabki darajaga qaytishi uchun barcha sharoitlar yuzaga kelsa ham, bu narsa amalga oshmasligi ham mumkin, chunki so‘nish davrida ishchi kuchi sifat jihatdan o‘zgargan bo‘lishi (ishchilar mehnat ko‘nikmalarini yo‘qotgan bo‘lishlari, ishlashdan chiqib qolgan bo‘lishlari) mumkin, ya‘ni bu maktab tabiiy daraja gipotezasini inkor qiladi.

Mehnat bozoriga va ishsizlik muammosiga nisbatan turlicha qarashlar davlatning ishsizlikni tartibga solishga qaratilgan iqtisodiy siyosatiga nisbatan turli xulosalarga olib keladi.

Klassik maktab vakillari davlatning mehnat bozori faoliyatiga qisman aralashuvi tarafdorlaridir: davlatning passivligi bozorning o‘z-o‘zini tartibga solish kuchlari to‘liq namoyon bo‘lishiga imkon beradi. Keyns maktabi vakillari mehnat bozoridagi gisterezis va qiyinchiliklarni rad etmagan holda, davlatning ish o‘rinlarini tashkil qilish va iqtisodiyotda bandlik muammolarini hal qilish orqali to‘lovga layoqatli talabni tartibga solishga qaratilgan faol aralashuvini yoqlaydilar.

Nazorat savollari

1. Makroiqtisodiy beqarorlik yoki bozor iqtisodiyoti rivojlanishining davriyligi deb nimaga aytiladi?
2. Ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini tavsiflang.
3. Friksion ishsizlikni qanday sabablar keltirib chiqaradi?
4. Friksion va tarkibiy ishsizlikning umumiy jihatlari?
5. Friksion va tarkibiy ishsizlik o‘rtasida tafovutlar

Mustaqil ish mavzulari

1. O‘rganilayotgan mamlakatlarda mehnat bozori faoliyati qanday shakllangan?
2. O‘rganilayotgan mamlakatlarda ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini tavsiflang.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
- 3.Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. To‘xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O‘zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O‘quv qo‘llanma. T. O‘zME. 2006, 280 b.
5. To‘xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 96 b.
6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЭ. 2009, 240 б.
7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-Пб,1993.

14-MAVZU: INFLYATSIYA VA UNING OQIBATLARI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda inflyatsiya tushunchasi va uning turlari, talab va taklif inflyatsiyasi, inflyatsiya va ishsizlik: Fillips egri chizig'i, hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati, inflyatsiyaning oqibatlari haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Inflyatsiya, keynschilar maktabi namoyondalari, neoklassik yondoshuv tarafdorlari, inflyatsiya darajasi, ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya, yashirin inflyatsiya, talab inflyatsiyasi, taklif inflyatsiyasi, kutilayotgan inflyatsiya, kutilmagan inflyatsiya, Fillips egri chizig'i, antiinflyatsiya siyosati

Asosiy savollar

1. Inflyatsiya tushunchasi va uning turlari
2. Talab va taklif inflyatsiyasi.
3. Inflyatsiya va ishsizlik: Fillips egri chizig'i
4. Hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati
5. Inflyatsiyaning oqibatlari

Pul chop etish soliqqa tortishning

**bosh tortish eng qiyin bo'lgan va ayni paytda eng zaif,
qo'lidan boshqa hech narsa kelmaydigan hukumatning
ham qo'lidan keladigan shaklidir.**

Jon M. Keyns, angliyalik iqtisodchi

Inflyatsiya umumjahon miqyosidagi iqtisodiy muammo sifatida XX asrda, oltin standartdan voz kechilib, davlat xarajatlarini moliyalashtirishning inflyatsion usuli keng tarqalgandan paytdan boshlab keskin namoyon bo'la boshladi.

Barcha rivojlangan mamlakatlarda XX asr davomida narxlar oshib bordi. Inflyatsiya rivojlanayotgan mamlakatlarni egallab oldi, ularning ko'pchiligi giperinflyatsiya g'alayonlarini ham boshdan kechirdilar. Bir qator mamlakatlarning XX asr oxirida bozor iqtisodiyotiga o'tishi bu mamlakatlarda ham kuchli inflyatsion tendensiyalarni vujudga keltirdi. Inflyatsiya muammosi Rossiya uchun ham dolzarb muammo bo'lib qoldi.

Bularning barchasi inflyatsion jarayonlarni, shuningdek, inflyatsiyaga qarshi siyosatni amalga oshirishning mumkin bo'lgan variantlarini tahlil qilishni taqozo etmoqda.

1. Inflyatsiya tushunchasi va uning turlari

Inflyatsiya - mamlakatda umumiy narxlar darajasining o'sishidir.

Bu ta'rifda "umumiy" degan so'zga e'tibor qaratish lozim. Shuni nazarda tutish kerakki, inflyatsiya haqida so'z yuritganimizda bizni qandaydir ayrim bozorlardagi tovar yoki xizmatlarning narxi oshganligi emas, balki aynan narxlar darajasining umumiy o'sishi qiziqtiradi.

Inflyatsiya (lotincha inflatio - shishish, bo'rtish, taranglashish) - ma'lum davr mobaynida mamlakatda baholar o'rtacha (umumiy) darajasining barqaror o'sishi, pulning xarid qobiliyatini uzoq muddatli pasayishi.

Umuman olganda inflyatsiya pul muomalasi qonunlarining buzilishi shakli sifatida makroiqtisodiy muvozanatning buzilishini, talab va taklif nomutanosibligini anglatadi.

Keynschilar maktabi namoyondalari bunday nomutanosiblikning sababi to'liq bandlik sharoitida talabning haddan ziyod bo'lishida deb bilishadi. Boshqacha aytganda yalpi talabni ko'paytirish inflyatsiyaga olib kelmaydi deb hisoblashishadi.

Neoklassik yondoshuv tarafdorlari inflyatsiyaning manbai ishlab chiqarishning haddan ziyod o'sishida, ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishida deb bilishadi. Demak keynschilar inflyatsiyaga talab tomonidan, neoklassiklar esa taklif tomonidan yondoshishadi.

Inflyatsiya nafaqat pul muomalasining izdan chiqishi, balki butun takror ishlab chiqarish mexanizmining kasali, makroiqtisodiy buzilishlar natijasidir. Baholarning o'sishi, pul birligi xarid qobiliyatining pasayishidan tashqari inflyatsiya namoyon bo'lishining quyidagi uch belgisi ham bor. Bular:

- 1) valyuta kururlarining o'zgarishi;
- 2) kredit berish shartlarining qimmatlashuv va muddatlarining qisqarishi tomon o'zgarishi;
- 3) kundalik ehtiyoj mollaridan iborat iste'mol savati bahosining o'sishi.

Inflyatsiya baho indeksleri - deflyator va iste'mol narxlar indeksi yordamida aniqlanadi.

Baholar o'rtacha (umumiy) darajasining nisbiy o'zgarishi **inflyatsiya darajasi (baholarning o'sish sur'ati)** deb ataladi. Makroiqtisodiy modellarda inflyatsiya darajasi quyidagicha ifodalanishi mumkin:

$$P - P_{-1}$$

$$\pi q \text{ -----}$$

$$P_{-1}$$

bunda: π - yillik inflyatsiya sur'ati;

P - joriy yilning narxlar indeksi; P_{-1} - o'tgan yilning narxlar indeksi.

Ba'zan inflyatsiyaion jarayonlarni rivojlanish darajasini aniqlashda "70 qoidasida" dan ham foydalaniladi. Bu orqali necha yildan so'ng mavjud inflyatsiya darajasi ikki marotaba ko'payadi. Buning uchun 70 sonini mavjud inflyatsiya darajasiga bo'lish kerak. Masalan, inflyatsiya darajasi 10 foiz bo'ladigan bo'lsa, uning ikkilanishi 7 yildan so'ng amalga oshadi.

Namoyon bo'lishiga qarab inflyatsiya ikki ko'rinishda bo'ladi:

1. Ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya.
2. YAshirin inflyatsiya.

Ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya - narxlar darajasining yuqori darajada o'sib borishida namoyon bo'ladi.

YAshirin inflyatsiya - bu shunday holatki, bunda narxlar, bozor darajasida bo'lishini ta'minlab turuvchilar (davlat) evaziga rasman o'zgarmaydi, lekin tovar va xizmatlar sifatini pasayishi, defitsit vujudga kelishi natijasida narxlarning,

pulning qadrsizlanishini namoyon bo'lishi yashirish inflyatsiyani namoyon bo'layotganidan dalolat beradi.

2. Inflyatsiyaning turlari. Talab va taklif inflyatsiyasi.

Talab inflyatsiyasi iqtisodiyotda talab keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirish mumkin bo'lmay qolgan sharoitlarda kelib chiqadi. YA'ni, to'liq bandlilikka yaqin sharoitda iqtisodiyotning ishlab chiqarish imkoniyatlari o'sib borayotgan yalpi talabni qondirolmaydi. Ortiqcha talab esa, real tovarlar bahosining ortishiga iqtisodiy bosim beradi va talab inflyatsiyasi kelib chiqadi.

Taklif inflyatsiyasi bu, mamlakat iqtisodiyotida tovar va xizmatlar taklifining kamayishi natijasida tovar va xizmatlar baholarining oshishidan paydo bo'ladi. Bunday hollarda ortiqcha talab bo'lmasa ham tovarlarning baholari oshib boradi. Hatto ish bilan bandlik va YAIM ishlab chiqarish kamaygan yillari tovarlarning bahosi oshadi. Jami taklif qisqarishining asosiy sababi mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarning o'sishi hisoblanadi. Bunda nominal ish haqi, xom ashyo va yoqilg'i narxlarining oshishi natijasida ishlab chiqarish tannarxi ham oshadi.

Taklif inflyatsiyasining kelib chiqishiga, shuningdek, taklif mexanizmining buzilishi ham ta'sir qiladi. Taklif mexanizmi esa tasodifiy holda asosiy ishlab chiqarish omillari bahosining keskin ko'payishidan kelib chiqadi.

Inflyatsiyani real daromadlar darajasiga ta'siri u kutilayotgan yoki kutilmayotganiga ham bog'liq.

Inflyatsiyani iqtisodiy agentlar tomonidan tahlil qilish tamoyillariga qarab, kutilgan va kutilmagan inflyatsiyaga ajratish mumkin.

Kutilayotgan inflyatsiya – bunda iqtisodiy agentlar inflyatsiya darajasini yildan-yilga ma'lum darajada dinamik o'sishini oldindan biladilar.

Kutilmagan inflyatsiya – bunda narxlar kutilmaganda birdaniga yuqori darajada o'sib boradi va bu holat iqtisodiy agentlar uchun kutilmagan xolat bo'ladi.

Kutilayotgan inflyatsiya sharoitida daromad oluvchi inflyatsiyaning u olayotgan daromadga ta'sirini kamaytirish, ya'ni real daromadi darajasini saqlab qolish chorasini ko'radi.

Kutilmagan inflyatsiya daromadlarni debitorlar va kreditorlar o'rtasida kreditorlar foydasiga qayta taqsimlaydi. Shuningdek kutilmagan inflyatsiya daromadlarni qayd qilingan daromad oluvchilar va qayd qilinmagan daromad oluvchilar o'rtasida keyingilari foydasiga qayta taqsimlaydi. Talab va taklif inflyatsiyasini qat'iy chegaralash qiyin. Ba'zida bu ikki turdagi inflyatsiya bir-biri bilan qo'shilib ketadi.

Agarda taklif inflyatsiyasi ishlab chiqarishni to'xtatib qolishi va YAIMni ortda qolishi bilan birga bo'ladigan bo'lsa bu holat **stagflyatsiya** deyiladi.

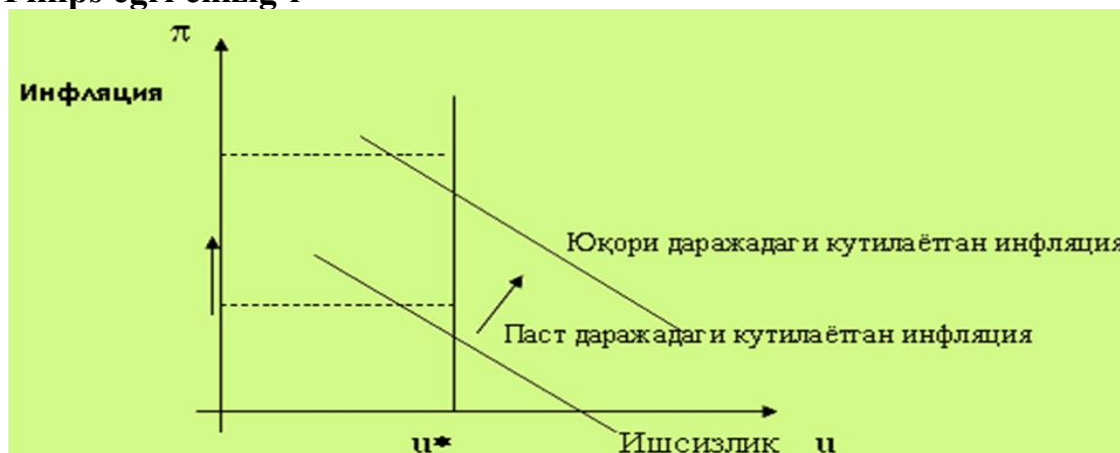
3. Inflyatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liklik. Fillips egri chizig'i.

Iqtisodiyot o'z rivojlanishida potensial darajaga yaqinlashgan shariotda yoki bandlilik darajasini oshirish yoxud inflyatsiya darajasini pasaytirish kabi muqobil variantlardan birini tanlashga majbur bo'linadi. Chunki qisqa muddatli davrda ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud. Ishsizlik va

inflyatsiya ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ingliz iqtisodchisi A.V.Fillips tomonidan aniqlangan va **Fillips egri chizig'i** (1 -chizma) deb ataladi.

Fillips egri chizig'i ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasidagi teskari bog'lig'likni xarakterlaydi.

Fillips egri chizig'i



1-chizma. Fillips egri chizig'i

Mamlakat iqtisodiyotining xususiyatiga ko'ra, shuningdek, inflyatsiyaning qaysi turi mavjudligiga qarab Fillips egri chizig'idagi inflyatsiya va ishsizlik darajalarining kombinatsiyasi farq qilishi mumkin. Bunday tanlov kutilayotgan inflyatsiyaning sur'atiga bog'liq. Kutilayotgan inflyatsiya darajasi qanchalik yuqori bo'lsa ishsizlikning har qanday darajasida (sur'ati past bo'lgan inflyatsiya darajasiga nisbatan) haqiqiy inflyatsiya darajasi yuqori bo'ladi.

Ouken qonuniga ko'ra YAIMning uzilishi, ya'ni $(Y_h - Y_p) / Y_p$ miqdor davriy ishsizlikning o'zgarishiga bog'liq.

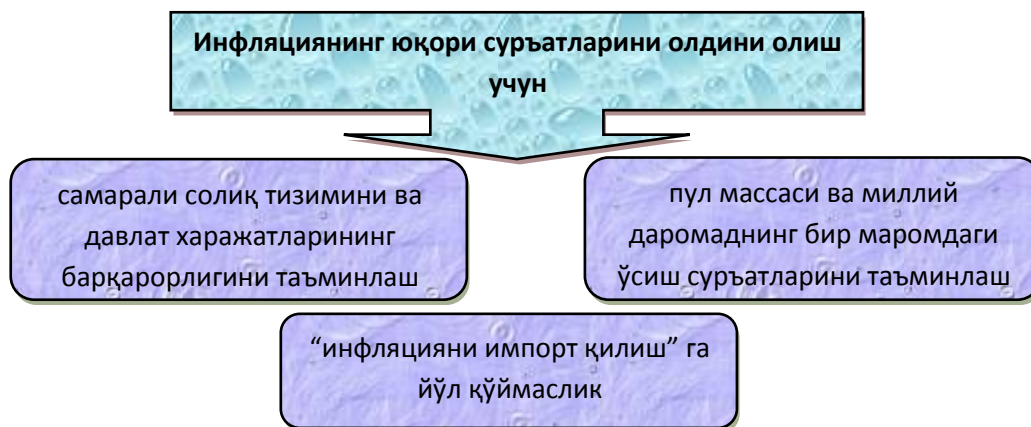
Hukumat Fillips egri chizig'iga asoslanib, qisqa davr uchun, iqtisodiy siyosat maqsadlaridan kelib chiqib ishsizlik va inflyatsiya darajalarining istalgan kombinatsiyasini tanlashi mumkin.

4. Antiinflyatsiya siyosati va jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida uni amalga oshirish xususiyatlari.

Antiinflyatsiya siyosati-baholar umumiy darajasini barqarorlashtirish, inflyatsion keskinlikni yumshatishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy siyosat.

Antiinflyatsiya siyosati inflyatsiyani yuzaga keltirgan sabablarni tugatishga qaratilgan faol va inflyatsiya sharoitlariga moslashishga qaratilgan passiv ko'rinishda bo'lishi mumkin.





Antiinflyatsiya siyosati o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- yalpi talabni tartibga solish;
- yalpi taklifni tartibga solish.

Keynschi iqtisodchilar birinchi yo'nalish tarafdorlari bo'lib, ular davlat buyurtmasi va arzon kredit hisobiga samarali talabni shakllantirish asosida yalpi taklif darajasini ko'tarish mumkin deb hisoblashadi. Hukumatnin bu tadbirlar iqtisodiy pasayishni qisqartiradi va ishsizlikni kamaytiradi.

“Antiinflyatsiya siyosatining monetaristik yo'nalishi tarafdorlari keyinchalik, keynschilarning inflyatsiyaga qarshi kurash bo'yicha takliflari doimo samara beravermagach va kamchiliklari yuzaga chiqib qolgach yuzaga keldi. Jumladan, bir qator mamlakatlarda davlat qarzi haddan oshib ketdi. Bunday sharoitda monetaristlar radikal asilinflyatsiya usullarini taklif etishdi. Ular yalpi talabni konfiskatsiya tipidagi pul islohoti o'tkazish hisobiga cheklash va byudjet taqchilligini ijtimoiy dasturlarni qisqartirish kamaytirishni taklif etishdi”.

Monetaristlar inflyatsiya aynan pul bilan bog'liq hodisa bo'lganligi sababli shok terapiyasi pul massasining o'sish sur'atlarini keskin qisqartiradi va inflyatsiya sur'atlarini tushiradi deb hisoblashadi. Ammo bunda ishlab chiqarish keskin pasayishi va bandlilik qisqarishi mumkin.

Monetaristlar tomonidan taklif qilinayotgan Antiinflyatsiya siyosatining yana bir ko'rinishi - inflyatsiya sur'atlarini asta sekinlik bilan pasaytirib borish (graduallash) usulidir. Bu usulda inflyatsiya sur'atlari pul massasini ko'p marotalaba, lekin oz ozdan kamaytirish orqali pul massasining o'sish sur'atini pasaytirishni ko'zda tutadi. Graduallash usuli inflyatsiyani asta sekinlik bilan pasaytira borib iqtisodiyotda chuqur pasayishni oldini olish imkonini beradi.

Graduallash usulini qo'llash pul massasi va baholar darajasining yillik o'sish sur'ati 20-30 foizdan oshmaganda muvaffaqiyatli bo'ladi, deb hisoblanadi.

“Soliqlar tarkibini o'zgartirish, yalpi soliq tushumlaridagi to'g'ridan-to'g'ri soliqlarning ulushini kamaytirish, bilvosita soliqlar ulushini ko'paytirish, soliq stavkalarini pasaytirish, ularning rag'batlantirish funksiyalarini kuchaytirish, davlat byudjeti xarajatlarini pasaytirish kabilar ham inflyatsiyaga qarshi kurash tadbirlari hisoblanadi”.

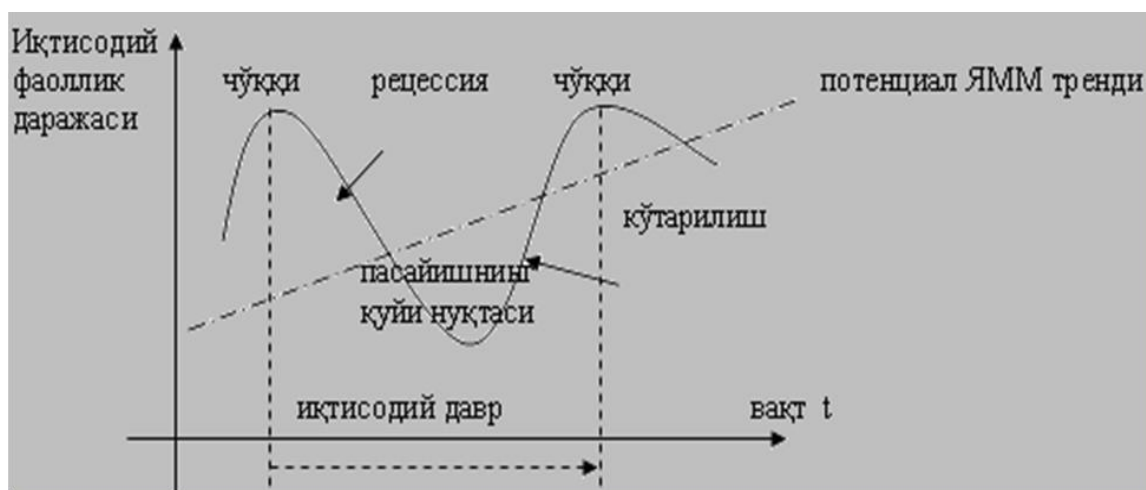
Antiinflyatsiya siyosatining u yoki bu turini tanlash inflyatsiya jarayonlarining xususiyatiga bog'liq.

Inflyatsiyaning yuqori sur'atlarini oldini olish uchun hukumat quyidagilarni ta'minlashi kerak:

- samarali soliq tizimini va davlat xarajatlari ning baaqarorligini;
- pul massasi va milliy daromadning bir maromdagi o'sish sur'atlarini;
- "inflyatsiyani import qilish" ga yo'l qo'ymaslik.

Jahon moliyaviy -iqtisodiy inqirozi sharoitida inflyatsiyaga qarshi chora tadbirlarni keskin amalga oshirish zarurati yanada kuchaydi

O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan Inqirozga qarshi chora-tadbirlar dasturida ko'zda tutilgan vazifalarni amalga oshirish, jumladan ishlab chiqarishni modernizatsiya va texnik qayta qurollantirishni izchil davom ettirish, energetika tizimini modernizatsiya qilish, asosiy sanoat tarmoqlarida mahsulot tannarxini 20 foizga qisqartirish, kommunal xizmatlar baholari o'sishini cheklash mexanizmini shakllantirish, bank tizimini yanada takomillashtirish, ishlab chiqarishni mahalliyashtirish va h.k.lar inflyatsiya sur'atlarini cheklash imkonini beradi



Nazorat savollari

1. Inflyatsiyaning mohiyati faqatgina muomaladagi pul massasining ortiqchaligi bilan izohlanishi to'g'rimi?
2. Inflyatsiyani tushuntirib berishga keynchilarning va neoklassiklarning yondoshuvlari qanday farq qiladi?
3. Talab inflyatsiyasi qanday sodir bo'ladi?
4. Fillips egri chizig'i qaysi ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi? Bu bog'liqlik qanday tavsiflanadi?

Mustaqil ish mavzulari

1. O'rganilayotgan mamlakatlarda antiinflyatsiya siyosatining mohiyatini tushuntirib bering.
2. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida inflyatsiyaga qarshi kurash siyosatining xususiyatlari nimada?

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)

2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред. проф. А.Г.Грязновой и проф. Н.Н.Думной. Москва-2008
3. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.-СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. То'xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2006, 280 b.
5. То'xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЭ. 2009, 240 б.
7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-Пб, 1993.
8. Мировая экономика и МЭО. Под ред. Булатова А.С. М.: 2008 г.

15-MAVZU: ISTE'MOL, JAMG'ARISH VA INVESTITSIYA FUNKSIYALARI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari va funksiyalari, iste'mol va jamg'arishga o'rtacha hamda chegaralangan moyillik, investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi, investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz stavkasidan boshqa omillar, Akselerator modeli haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Inflyatsiya, keynschilar maktabi namoyondalari, neoklassik yondoshuv tarafdorlari, inflyatsiya darajasi, ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya, yashirin inflyatsiya, talab inflyatsiyasi, taklif inflyatsiyasi, kutilayotgan inflyatsiya, kutilmagan inflyatsiya, Fillips egri chizig'i, antiinflyatsiya siyosati

Asosiy savollar

1. Iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari va funksiyalari.
2. Iste'mol va jamg'arishga o'rtacha hamda chegaralangan moyillik.
3. Investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi.
4. Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz stavkasidan boshqa omillar. Akselerator modeli.

1. Iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari va funksiyalari.

Uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari (bundan buyon iste'mol deb yuritiladi), yalpi talab, yoki YAIMning yakuniy iste'molga ko'ra tarkibida eng katta ulushga ega bo'lgan komponentdir. Shu tufayli ham iste'mol xarajatlariga ta'sir etuvchi omillarni, uning o'zgarish qonuniyatlarini o'rganish muhim ahamiyatga ega.

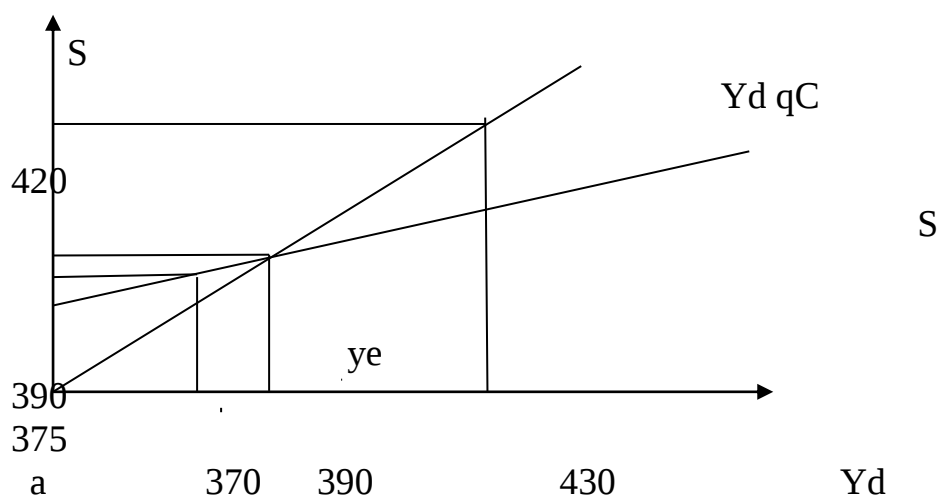
Iste'mol va jamg'arish hajmini belgilovchi asosiy omil uy xo'jaliklarining ishlab topgan daromadlari, olgan transfert to'lovlari va to'lagan soliqlari bilan belgilanadigan tasarrufidagi daromadi (DI – disposable income, yoki Yd) ko'rsatkichidir.

Uy xo'jaliklari tasarrufidagi daromadning iste'mol qilinmasdan qolgan qismi ularning jamg'armalarini tashkil etadi.

J.M. Keynes uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari va jamg'arishlari hajmini belgilovchi asosiy omil ularning ishlab chiqarishda ishtirok etishdan olingan daromadlari, yanada aniqrog'i tasarrufidagi daromad deb hisoblaydi

Ma'lumki, uy xo'jaligi tasarrufidagi daromad iste'mol va jamg'arish uchun ishlatiladi. YA'ni, qancha ko'p iste'mol qilinsa, shuncha kam jamg'ariladi va aksincha. Iste'mol va jamg'arish o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik har xil daromadga ega bo'lgan shaxslarda bir xil emas: kam daromadga ega bo'lganlar, odatda, uning ko'proq qismini iste'mol qilib, kamroq qismini jamg'aradi, lekin daromadlari oshib borishi bilan bu nisbat jamg'arish foydasiga o'sadi.

1 - chizma. Iste'mol grafigi



Uy xo'jaliklari tasarrufidagi daromadlar 390 sh.b.ka teng bo'lganda, uning miqdori iste'mol miqdori bilan tenglashadi. Bu miqdor bo'sag'aviy daromad deb yuritiladi (1- chizma).

Bo'sag'aviy nuqtadan quyida haqiqiy iste'mol daromaddan oshiq. Bu vaziyat insonlarning qarz hisobiga hayot kechirishini bildiradi. ye— nuqtada yuqorida haqiqiy iste'mol daromaddan kam hamda ular o'rtasidagi farq jamg'arishni tashkil etadi. Haqiqiy iste'mol to'g'ri chizig'i iste'mol hajmini belgilovchi vertikal o'qni **a** nuqtada kesib o'tadi. Bu hol uy xo'jaliklari umuman daromad olmaganlarida ham ma'lum miqdorda iste'mol qilishlarini anglatadi. **a** – nuqta esa avtonom iste'mol hajmini bildiradi.

Iste'mol funksiyasini yozamiz:

$C = a + b Y_d$, bu yerda: **a** – avtonom xarajatlar; Y_d – tasarrufidagi daromad ($Y_d = Y - T$), bu yerda: **T** – soliqlar;

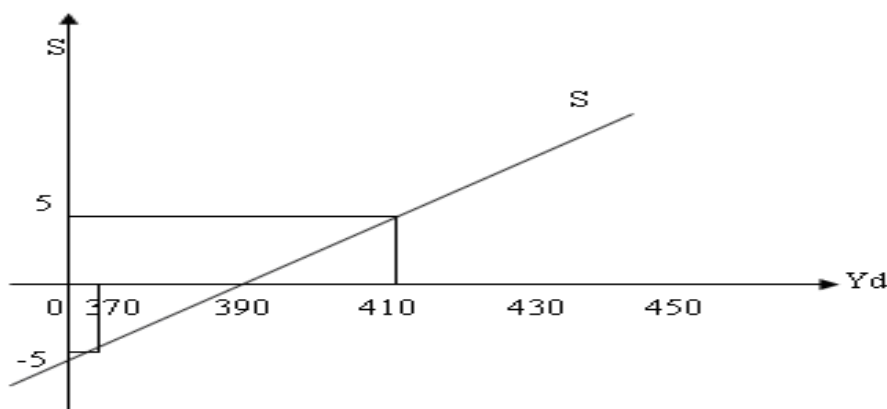
b – iste'mol hajmining tasarrufidagi daromadga bog'liqligini ifodalovchi koeffitsient, boshqacha aytganda iste'molga chegaralangan moyillik.

$$b = \frac{\Delta S}{\Delta Y_d} \cdot 100$$

Demak, iste'mol hajmi avtonom iste'molga, tasarrufidagi daromad hajmiga va iste'mol hajmining tasarrufidagi daromad o'zgarishiga ta'sirchanligiga bog'liq.

Jamg'arish grafigini ham iste'mol grafigiga o'xshab algebraik ifodalash mumkin, ya'ni jamg'arish funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega:

$$S = -a + (1 - b) Y_d$$



2 - chizma. Jamg'arish grafigi

Iste'mol va jamg'arish hajmiga tasarrufidagi daromad dinamikasidan tashqari quyidagi omillar, to'g'rirog'i bu omillardagi o'zgarishlar ham ta'sir ko'rsatadi:

1. Uy xo'jaliklari daromadlari.
2. Uy xo'jaliklarida to'plangan mulk hajmi.
3. Baholar darajasi.
4. Iqtisodiy kutish.
5. Iste'molchilar qarzlari hajmi.
6. Soliqqa tortish hajmi.

2. Iste'mol va jamg'arishga o'rtacha hamda chegaralangan moyillik.

Iste'molga o'rtacha moyillik deganda tasarrufidagi daromaddagi iste'mol xarajatlarining ulushi tushuniladi, ya'ni:

$$APC = \frac{S}{Y_d} \cdot 100$$

bunda: APC – (average propensity to consume) iste'molga o'rtacha moyillik.

Tasarrufidagi daromaddagi jamg'arish ulushini jamg'arishga o'rtacha moyillik deb ataladi, ya'ni:

$$APS = \frac{S}{Y_d} \cdot 100$$

Bunda: APS (average propensity to saving) – jamg'armaga o'rtacha moyillik.

Iste'moldagi o'zgarishlarning shu o'zgarishni keltirib chiqargan tasarrufidagi daromad o'zgarishdagi ulushi iste'molga chegaralangan moyillik deyiladi.

$$MPC = \frac{\Delta S}{\Delta Y_d} \cdot 100$$

Bu yerda: MPC (marginal propensity to consume) – iste'molga chegaralangan moyillik.

Jamg'arishdagi o'zgarishning ixtiyordagi daromad o'zgarishdagi ulushi jamg'arishga chegaralangan moyillik deyiladi.

$$MRS = \frac{\Delta S}{\Delta Yd} \cdot 100$$

Daromadning o'sgan qismi yoki iste'molga, yoki jamg'armaga sarflanadi. Shu sababga ko'ra iste'mol va jamg'arishga o'rtacha moyillik ko'rsatkichlari yig'indisi 100%ga yoki koeffitsient ko'rinishida 1ga teng bo'ladi.

$MRS + MRS \cdot 100\%$ yoki 1.

MRS va MRS ancha barqaror ko'rsatkichlar bo'lib, juda sekin o'zgarishga uchraydilar.

3. Investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi.

Investitsiyalar yoki kapital qo'yilmalar – bu, hali buyumlashmagan, lekin ishlab chiqarish vositalariga qo'yilgan kapitaldir.

Makroiqtisodiy tahlilda eng ko'p duch kelinadigan guruhlashda investitsiyalar investitsiyalash ob'ektiga ko'ra uch turga bo'linadi.

1. Ishlab chiqarish investitsiyalari;
2. Tovar-moddiy zahiralarga investitsiya;
3. Uy-joy qurilishiga investitsiya.

Makroiqtisodiy tahlilda investitsiyalar dinamikasini belgilovchi omil sifatida real foiz stavkasi qaraladi.

Avtonom investitsiyalarning grafigi investitsiyalar hajmi foiz stavkasi dinamikasiga teskari proporsional tarzda o'zgarishini ko'rsatadi.

Avtonom investitsiya funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega:

$$I = ye - dR$$

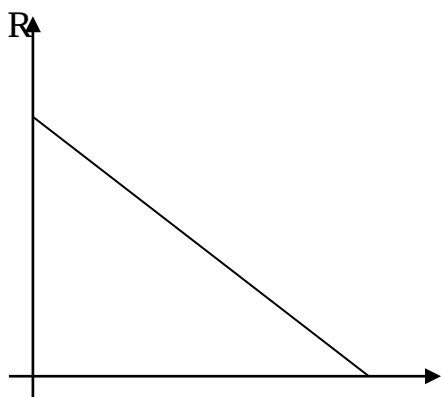
Bu yerda: I – avtonom investitsiya xarajatlari;

e – foiz stavkasi 0 ga teng to'lgandagi investitsiya xarajatlarining maksimal hajmi. U tashqi iqtisodiy omillar, resurs imkoniyatlari, yer, foydali qazilma boyliklari va boshqalar bilan belgilanadi;

R – real foiz stavkasi;

d – investitsiyalarning real foiz stavkasi dinamikasi o'zgarishga ta'sirchanligini miqdoriy belgilovchi empirik koeffitsient.

Grafikdan ye nuqtasi shuni bildiradiki, banklar nolga teng foiz stavkasi bilan kredit berganlarida hamda ularning kredit resurslari cheksiz



2.-chizma. Avtonom investitsiyalar grafigi

ko'p bo'lganda ham mamlakatdagi boshqa resurslari miqdorining cheklanganligi tufayli investitsiya xarajatlari ma'lum miqdor bilan chegaralanadi.

4. Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz ctavkasidan boshqa omillar. Akselerator modeli.

Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi eng muhim omillardan biri bo'lib kutilayotgan sof foyda normasi hisoblanadi. Agar real foiz stavkasi bilan investitsiya xarajatlari miqdori o'rtasida teskari bog'liqlik bo'lsa, kutilayotgan sof foyda normasi (KSFN) dinamikasi bilan investitsiya xarajatlari o'rtasida to'g'ri bog'liqlik bor.

Investitsiya xarajatlari dinamikasiga ta'sir etuvchi boshqa omillar quyidagilar kiradi:

1. Soliqqa tortish darajasi;
2. Ishlab chiqarish texnologiyalaridagi o'zgarishlar;
3. Mavjud bo'lgan asosiy kapital miqdori;
4. Investorlarning kutishi;
5. YAlpi daromadlarning o'zgarishi.

Investitsiyalar hajmining YAMM yoki daromadlar darajasiga bog'liqligini akselerator modeli aks ettiradi:

$I = f(Y)$, ya'ni investitsiyalar (I) YAMM (Y)ning funksiyasi ekan.

Akselerator modelining to'liqroq ko'rinishi quyidagicha bo'ladi:

$$I = I_{reja} Q r Y$$

bu yerda:

$$r = \frac{\Delta I}{\Delta Y} = \frac{I_t - I_{t-1}}{Y_t - Y_{t-1}}$$

I_{reja} – rejalashtirilgan investitsiyalar; Y – YAIM (daromad) hajmi.

Akselerator modelini hisobga olib, investitsiya funksiyasini quyidagicha yozish mumkin:

$$I = ye - dR + rY$$

YAIM hajmi oshishi korxonalar foydasining ko'payishiga olib keladi. Korxona foydasi investitsiyalarning manbai ekanligini hisobga olsak, bu holatda investitsiya xarajatlari oshadi..

O'zbekiston Respublikasida olib borilgan oqilona makroiqtisodiy siyosat natijasida yuzaga kelgan qulay investitsiya muhit yaxshilandi. jumladan siyosiy va iqtisodiy barqarorlikning ta'minlanganligi, soliq yukining pasaytirila borishi, bozor infratuzilmasining rivojlantirilishi, bank tizimining mustahkamlanishi va bakk foiz stavkalarining pasaytirilishi, investorlarga keng imtiyoz va kafolatlar tizimining yaratilganligi mamlakatimiz iqtisodiyotiga jalb qilinayotgan investitsiyalar hajmining o'sishiga olib keldi

2008 yilda jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi ro'y berganligiga qaramasdan asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar 2007 yilga nisbatan 128,3 foizga o'sdi. 2009 yilda asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi 24,8 foizga o'sdi.

Nazorat savollari

1. Daromad, iste'mol va jamg'armalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka izoh bering?
2. Avtonom iste'mol kategoriyasining mohiyatini tushuntirib bering.
3. Iste'mol va jamg'arish grafiklarini izohlang.
4. Iste'mol va jamg'armaga o'rtacha va chegaraviy moyillik ko'rsatkichlarini izohlab bering?
5. Qaysi mablag'larni investitsiya tarkibiga kiritamiz?
6. Akselerator modelini tushuntirib bering.

Mustaqil ish mavzulari

1. O'rganilayotgan mamlakatlarda daromad, iste'mol va jamg'armalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka izoh bering.
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda qaysi mablag'larni investitsiya tarkibiga kiritiladi?

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
3. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2009.-544с.
4. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. O'zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O'quv qo'llanma. T. O'zME. 2006, 280 b.
5. To'xliiev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Xolmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo'llanma. T. O'zME. 2004, 96 b.
6. О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎЗМЭ. 2009, 240 б.
7. Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-Пб,1993.
8. Мировая экономика и МЭО. Под ред. Булатова А.С. М.: 2008 г.

16-MAVZU. IQTISODIY O'SISHNING UMUMIY TAVSIFI VA MODELLARI

Darsning o'quv maqsadi:

Talabalarda iqtisodiy o'sish tushunchasi va o'lchanishi, iqtisodiy o'sishning omillari va tiplari, iqtisodiy o'sishning keynscha modellarining umumiy tavsifi, E. Domar modeli, iqtisodiy o'sishning R. Xarrod modeli haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy o'sish, to'liq bandlilik, real YAIM, talab va taqsimot omillari, intensiv iqtisodiy o'sish, iqtisodiy o'sishning keynscha va neoklassik modellari, Domar modeli, R. Xarrod modeli

Asosiy savollar

1. Iqtisodiy o'sish tushunchasi va o'lchanishi.
2. Iqtisodiy o'sishning omillari va tiplari.
3. Iqtisodiy o'sishning keynscha modellarining umumiy tavsifi.
E. Domar modeli.
4. Iqtisodiy o'sishning R. Xarrod modeli.

1. Iqtisodiy o'sish tushunchasi va o'lchanishi

Iqtisodiy o'sish to'liq bandlilik sharoitiga mos keluvchi potensial ishlab chiqarish darajasini uzoq muddatli ko'payishi tendensiyasini anglatadi.

Iqtisodiy o'sish jami taklifning o'sishini yoki boshqacha aytganimizda, haqiqiy va potensial YAIM hajmining oshishini bildiradi. Iqtisodiy o'sish nafaqat mamlakat real daromadlarining o'sishi, shuningdek, jon boshiga to'g'ri keladigan real daromadlarning o'sishini ham anglatadi. Shu sababli ham iqtisodiy o'sish ikki xil usul bilan o'lchanadi.

Birinchi usulda iqtisodiy o'sish real YAIM ni o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi sifatida aniqlanadi va mamlakatning umumiqtisodiy imkoniyatlari dinamikasini aniqlash uchun ishlatiladi.

Ikkinchi usulda iqtisodiy o'sish aholi jon boshiga to'g'ri keladigan real YAIM ning o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi sifatida aniqlanadi.

Iqtisodiy o'sish nazariyasi va modellarida YAIM o'rniga SIM, YAMD, SMD ko'rsatkichlaridan ham foydalanilishi mumkin. Iqtisodiy nazariyada iqtisodiy o'sish daromadlarni qanday nisbatlarda iste'mol va investitsiyalarga bo'linishiga bog'liq deb qaraladi.

Iqtisodiy o'sish real kattaliklarda, qiyosiy baholarda o'lchanadi..

2. Iqtisodiy o'sishga omillari va tiplari

Real ishlab chiqarish hajmlarining uzoq muddatli o'sishi sur'atlarini, ko'lamlarini, samaradorligi va sifati oshishini belgilovchi hodisa va jarayonlar iqtisodiy o'sish omillari deyiladi.

Iqtisodiy o'sish omillari ikki guruhga ajratiladi.

Birinchi guruh omillari iqtisodiy o'sishni fizik (ashyoviy) jihatdan ta'minlaydi. Bu guruhga ishlab chiqarish omillari kiritiladi:

- tabiiy resurslar soni va sifati;
- mehnat resurslari soni va sifati;
- asosiy kapital hajmi;
- texnologiyalar va ishlab chiqarishni tashkil etish;
- jamiyatda tadbirkorlik malakalarining rivojlanishi darajasi..

Ikkinchi guruhga omillari jamiyatdagi iqtisodiy o'sish potensialini yuzaga chiqarish imkonini beruvchi omillar – talab va taqsimot omillari bilvosita omillar) kiritiladi:

- bozorning monopollashuvi darajasini pasayishi;
- iqtisodiyotdagi soliq muhiti;

- kredit-bank tizimi samaradorligi;
- iste'mol, investitsiya va davlat xarajatlarining o'sishi;
- eksport hajmining o'sishi;
- iqtisodiyotda ishlab chiqarish resurslarini qayta taqsimlash imkoniyatlari;

- daromadlarni taqsimlashning shakllangan tizimi.

Agar o'sish qo'shimcha resurslarni jalb etish hisobiga ta'minlansa va jamiyatdagi resurslardan foydalanishning shakllangan o'rtacha samaradorligi darajasini oshirmasa ekstensiv iqtisodiy deb ataladi.

YAIMning o'sishi iqtisodiyotda band bo'lganlar sonidan yuqori sur'atga ega bo'lsa intensiv iqtisodiy o'sish ro'y beradi.

"Iqtisodiy o'sishning intensiv tipi ishlab chiqarish samaradorligining oshishiga bog'liq. U foydalanilayotgan resurs birligiga to'g'ri keladigan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishni, ishlab chiqarishning texnik xususiyatlarini yaxshilashni ko'zda tutadi.

Iqtisodiy o'sishning bu ikki tipi sof holda ro'y bermaydi. Iqtisodiy o'sish uni ta'minlashdagi intensiv yoki intensiv omillarning ulushi darajasiga qarab ko'proq ekstensiv, yoki ko'proq intensiv bo'lishi mumkin.

3. Iqtisodiy o'sishning keynscha modellarining umumiy tavsifi. E

Domar modeli.

Iqtisodiy o'sish modellari yalpi ishlab chiqarishning uzoq muddatli ko'payishi taklif omillariga tayangan holda tahlil etish imkonini beradi.

Iqtisodiy o'sishning keynscha va neoklassik modellari mavjud. Keynscha modellarning mohiyati quyidagicha:

1) ularning barchasi Keynsning yalpi talb to'ovrisididagi bosh g'oyasiga tayanadi. YA'ni ularni tuzishda mualliflar iqtisodiyotni uzoq muddatli mutanosib rivojlanishining hal qiluvchi sharti yalpi talabni oshirish deb qarashgan;

2) iqtisodiy o'sishning asosiy omili investitsiyalar hisoblanadi, boshqa ishlab chiqarish omillari e'tiborga olinmaydi;

Keynscha iqtisodiy o'sish modelidan soddarog'i 40-yillarda E Domar tomonidan taklif etilgan model hisoblanadi.

Domar modelida mehnat bozorida ortiqcha taklif mavjud, bu baholarni barqaror xolatida ushlab turadi, investitsion lag «0» ga teng, kapital quyilmalarning chegaraviy unumdorligi doimiy deb olinadi.

E Domar investitsiyalarni ham talab ham taklif omili deb qaraydi. YA'ni investitsiyalar nafaqat multiplikativ ta'sir ko'rsatib yalpi talabni oshiradi, balki ishlab chiqarish quvvatlarini yuzaga keltirib, ishlab chiqarishni rivojlantiradi, tovarlarning taklifini oshiradi. Shunday ekan, yalpi talabning o'sishi yalpi taklifning o'sishiga teng bo'lishi uchun investitsiyalar qanday o'sishi kerak degan savol paydo bo'ladi. Bu savolga javob topish uchun Domar uch tenglamani o'z ichiga olgan tenglamalar sistemasini tuzdi:

- 1) taklif tenglamasi;
- 2) talab tenglamasi;
- 3) talab va taklif tengligini ifodalovchi tenglama.

1. Taklif tenglamasida investitsiyalar ishlab chiqarish omillarining qanchaga qo'shimcha o'sishini ko'rsatadi. Agar berilgan sharoitda investitsiyalar I o'ssa, yalpi ishlab chiqarish $\Delta K \propto$ miqdorga o'sadi:

$\Delta Y_s = \Delta K \alpha$, ΔK investitsiyalar hisobiga ta'minlanganligi uchun tengikni:

$\Delta Y_s = I \alpha$ deb yozish mumkin. , bunda, α – kapital quyilmalar(investitsiyalar)ning chegaraviy unumdorligi. Agar bir yilda yalpi ishlab chiqarishni 1 mlrd. so'mga oshirish uchun 4 mlrd so'm investitsiya talab etilsa $\alpha = 0,25$ bo'ladi.

$\alpha = \Delta Y_s * I$ bir so'mlik investitsiya hisobiga yaratilgan yangi mahsulot miqdorini ko'rsatadi.

2. Talab tenglamasi quyidagi ko'rinishga ega

$\Delta Y_d = \Delta I (1 * \mu)$, bu yerda $1 * \mu$ – xarajatlar multiplikatori, μ – jamg'arishga chegaralangan moyillik.

Bu tenglama milliy daromad ΔY_d , yoki yalpi talab qo'shimcha investitsiyalarning multiplikativ ko'payishiga teng miqdorda o'sishini ko'rsatadi.

Ishlab chiqarish to'plangan jami kapital bilan ta'minlanishi, milliy daromad esa qo'shimcha investitsiyalarning multiplikativ ta'siri ostida ko'payishi sababli taklif tenglamasida jami investitsiyalar, talab tenglamasida esa qo'shimcha investitsiyalargina ko'rib chiqiladi.

3. Daromadlar va ishlab chiqarish quvvatlarining qo'shimcha o'sish sur'atlari tengligi tenglamasi:

$$\Delta I (1 * \mu) = I \alpha$$

Bu tenglamani yechib quyidagi natijani olamiz:

$$\Delta I * I = \mu \alpha$$

$(\Delta I * I)$ – investitsiyalarning yillik o'sish sur'ati bo'lib, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish yordamida to'liq bandlilikni ta'minlab turish uchun

$(\mu \alpha)$ miqdorga teng bo'lishi kerak. Bundan xulosa shuki investitsiyalarning mutanosib o'sish sur'ati jamg'arishga chegaralangan moyillik va investitsiyalarning unumdorligi (kapital qaytimi) darajalarining hosilasi ekan.

Agar $\mu = 0,2$ $\alpha = 0,4$ bo'lsa $\Delta I * I = 0,2 * 0,4 = 0,08$ yoki 8 %

Demak investitsiyalarning o'sish sur'ati 8% bo'lishi talab etiladi.

E. Domar modelidan kelib chiqadigan umumiy xulosa shuki iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun investitsiyalar hajmini oshirish, bu uchun esa jamg'arish normasi hamda fan texnika taraqqiyoti orqali kapitalning samaradorligini oshirish zarur.

4. Iqtisodiy o'sishning R. Xarrod modeli.

Agar E Domar o'z modelida investitsiyalarni ekzogen tarzda berilgan miqdor deb olgan bo'lsa R.F. Xarrodning 1939-yilda ishlab chiqilgan iqtisodiy o'sish modeliga akselerator prinsipi va tadbirkorlarning kutishiga asoslangan endogen funksiyasi ham kiritildi. Akselerator prinsipiga ko'ra nafaqat investitsiyalar ishlab chiqarishning o'sishini keltirib chiqaradi, balki ishlab chiqarish va daromadlarningning o'sgan hajmi ham investitsiya jarayonlarining jadallashishiga olib keladi.

R.Xarrod o'z modeliga uch tenglamani kiritadi:

- 1) kafolatlangan o'sish sur'ti tenglamasi;
- 2) haqiqiy o'sish sur'ati tenglamasi;
- 3) tabiiy o'sish sur'ati tenglamasi.

R Xarrod modelida haqiqiy o'sish sur'ati ishchi kuchining o'sish sur'ati va kapital unumdorligining o'sish sur'ati bilan belgilanadi.

$G_c = s$, bu yerda

G - YAIMning haqiqiy qo'shimcha o'sish sur'ati; $\Delta Y^* Y$;

c- ishlab chiqarishning kapital talabchanligi koeffitsienti, $I * \Delta Y$;

s- Milliy daromaddagi jamg'arish hajmi yoki jamg'arishga o'rtacha moyillik, $S * Y$;

Tadbirkorlar dinamik muvozanat ta'minlangan o'sish sur'ati bo'lgan kafolatlangan (prognoz qilingan) o'sish sur'atiga asoslanib o'z investitsiya rejalarini tuzadilar. Kafolatlangan o'sish sur'ati jamg'arishga o'rtacha moyillik darajasini akseleratorga nisbati sifatida aniqlanadi:

$G_w = s * cr$, bu yerda:

Gw – kafolatlangan o'sish sur'ati

cr – talab etiladigan kapital talabchanlik koeffitsienti (qtgan yillardagi shakllangan darajasi);

Bu ko'rsatkichlar doimiy bo'lganligi sababli kafolatlangan o'sish sur'atlari ham doimiy bo'ladi. Agar haqiqiy o'sish sur'ati kafolatlangan o'sish sur'atiga mos kelsa iqtisodiyotda barqaror uzluksiz o'sish ta'minlanadi. Amaliyotda bunga doimo erishib bo'lmasligi tufayli qisqa muddatli davriy tebranishlar ro'y beradi.

Xarrod modelida resurslardan to'liq foydalangan sharoitda ta'minlanishi mumkin bo'lgan maksimal o'sish sur'ati tabiiy o'sish sur'ati deb nomlandi.

$G_n cr = \text{yoki} \neq s$

Iqtisodiyotning barqaror dinamik muvozanati to'liq bandlilik sharoitida kafolatlangan va tabiiy o'sish sur'atlari o'zaro teng bo'lganda ta'minlanadi. Ammo bunday tenglikka davlatning faol aralashuvi orqaligina erishiladi.

Nazorat savollari

1. Iqtisodiy o'sish tushunchasi va uni o'lchash usullarini izohlab bering.
2. Iqtisodiy o'sish omillarini ishlab chiqarish, talab va taklif omillariga qaysi tamoyillarga asoslanib bo'linadi?
3. Ekstensiv va intensiv iqtisodiy o'sishning farqlari nimada, sof intensiv o'sishga erishish mumkinmi?
4. Domar modelida investitsiyalar tahlili Keyns tahliliga nisbatan qanday farq qiladi?
5. Domar modelining asosiy o'zgaruvchilariga tavsif bering va uning mohiyatini tushuntiring?
6. Iqtisodiy o'sishning Xarrod modeli Domar modelidan qaysi jihatlariga ko'ra farq qiladi?
7. Domar modelida iqtisodiy o'sish shartlari qanday izohlangan?

Mustaqil ish mavzulari

1. O'rganilayotgan mamlakatlarda iqtisodiy o'sish omillarini izohlang.
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda sof intensiv o'sishga erishish mumkinmi?

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

1. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 4-е изд., перераб. и доп.–М.:Эксмо,2010.- 480 стр.- (Полный курс МВА)
2. Макроэкономика: теория и Российская практика./Под ред.проф.А.Г.Грязновой и проф.Н.Н.Думной. Москва-2008
- 3.Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. /Пер. с англ.-СПб.: Питер, 2009.-544с.
- 4.To‘xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Holmatov N. O‘zbekiston iqtisodiyoti asoslari. O‘quv qo‘llanma. T. O‘zME. 2006, 280 b.
- 5.To‘xliev N., Haqberdiev Q., Ermamatov Sh., Holmatov N. Iqtisodiy bilim asoslari. Qo‘llanma. T. O‘zME. 2004, 96 b.
- 6.О. Атамирзаев, Н.Тухлиев. Узбекистан, природа, население, экономика. Т. ЎзМЭ. 2009, 240 б.
- 7.Долан Эдвин Дж. Денги, банковское дело, денежно-кредитная политика. М-С-Пб,1993.
- 8.Мировая экономика и МЕО. Под ред. Булатова А.С. М.: 2008 г.