A. O'LMASOV, A. VAHOBOV

IQTISODIYOT NAZARIYASI

65(075)
63
13900

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

A. O‘LMASOV, A. VAHOBOV

IQTISODIYOT NAZARIYASI

(to‘ldirilgan va qayta ishlangan nashri)

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining Muvofiqlashtiruvchi kengashi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan

Toshkent islom universiteti
Axborot-resurs markazi
Inv. № 34517
20__ "__"

Toshkent
«IQTISOD-MOLIYA»
2014

UO'K: 338(075)
KBK: 65.01
O'-69

Taqrizchilar: **E. Akramov – i.f.d. prof.;**
Sh. Yo'ldoshev – i.f.d. prof.

O'-69 **Iqtisodiyot nazariyasi.** Darslik (to'ldirilgan va qayta ishlangan nashri). A. O'lmasov, A. Vahobov. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. Toshkent Davlat Iqtisodiyot universiteiti. – T.: «Iqtisod-Moliya», 2014. - 424 b.

Mazkur darslik bakalavrlarga mo'ljallangan asosiy kurs tarzida yozilgan bo'lib, bo'lg'usi mutaxassislarga kasb-korining qanday bo'lishidan qat'iy nazar o'z faoliyatining iqtisodiy natijalarini bilishlariga, iqtisodiy hodisalar mohiyatini tushunish, sir-asrorlarini idrok etishlariga yaqindan yordam beradi.

Shuningdek, «Iqtisodiyot nazariyasi» beradigan fundamental bilimlar bozor iqtisodiyoti sharoitida yashash va ishlash uchun unda yuz beradigan o'zgarishlarni anglab, ularga moslashib borishga xizmat qiladi.

UO'K: 338(075)
KBK: 65.01

ISBN 978-9943-13-503-1
© «Iqtisod-Moliya», 2014
© O'lmasov A., Vahobov A., 2014

KIRISH

Hadisi sharifda aytilishicha, savobli ishlar orasida ilm-ma'rifat tarqatish muhim o'rin tutadi. Bunga bilim manbayi hisoblangan kitoblarni yozib chop etish ham kiradi. Mustaqillik sharofati bilan ko'plab milliy darsliklar va o'quv qo'llanmalari chop etildiki, bular yosh mutaxassislarni «Kadrlar tayyorlash milliy dasturi»ga asoslangan holda va hozirgi zamon talablari darajasida tayyorlashga xizmat qiladi. Mana shunday ijobiy siljishlar iqtisodiyot fanlariga ham xosdir. Mana shu fanlarning karvonboshisi hisoblangan «Iqtisodiyot nazariyasi»ga bag'ishlangan darslik va qo'llanmalarning chop etilishi ham e'tiborga loyiq voqea bo'ldi. Biroq oliy o'quv yurtlari talabalariga mo'ljallangan ommaviy darsliklarning yetishmasligi kuzatilmoqda. Keyingi paytda bir qator o'quv qo'llanmalar chop etildiki, bular iqtisodiy ta'limga xizmat qilib kelmoqda. Lekin yangi darsliklarni ham yaratish lozim. Shuni nazarda tutib mazkur darslikni chop etishga jazm etildi. «Iqtisodiyot nazariyasi»ni o'qitish tajribasidan shu narsa ayonki, bu fan 3 xil darajada o'qitiladi. Birinchisi, boshlang'ich kurs bo'lib, bu akademik litsey va kollejlarda, ikkinchisi asosiy kurs bo'lib, bu oliy o'quv yurtlarida bakalavrlar tayyorlashda o'qitiladi. Uchinchisi kengaytirilgan va chuqurlashtirilgan kurs bo'lib, bu magistrlar tayyorlashga xizmat qiladi.

Mazkur darslik bakalavrlarga mo'ljallangan asosiy kurs tarzida yozildi. Bo'lg'usi mutaxassis kasb-korining qanday bo'lishidan qat'iy nazar u o'z faoliyatining iqtisodiy natijalarini bilishi, iqtisodiy hodisalar mohiyatini tushunib yetishi, iqtisodiyotning sir-asrorlarini idrok etishi talab qilinadi. Bu ishda «Iqtisodiyot nazariyasi» qo'l kelishiga shubha yo'q.

Ko'pgina olimlar va mutaxassislar XXI asr iqtisodiyotida jiddiy o'zgarishlar yuz berib, u yangi qiyofaga kirishini qayd etmoqdalar. Yangilangan iqtisodiyot sharoitida yashash va ishlash uchun unda yuz berayotgan o'zgarishlarni anglab, ularga moslasha borish kerak bo'ladi, buning uchun esa «Iqtisodiyot nazariyasi» beradigan fundamental bilimlarni egallab olishga to'g'ri keladi. Mazkur darslikni tayyorlashda aytilgan zaruratdan kelib chiqqan holda nazariyadagi yangi g'oyalar, bu fanni o'qitishda to'plangan tajriba, amaldagi darslik va qo'llanmalarning yutuqlar va nuqsonlari inobatga olindi. Darslikni tayyorlashda bir qator tamoyillarga tayanildi:

- talabalarga beriladigan iqtisodiyotga oid nazariy bilimlar qabul qilingan standartlar talabi darajasida bo'lishi zarur;

- iqtisodiyot fani erishgan yangiliklar bakalavrlarga mo'ljallangan kurs chegarasida o'z aksini topishi kerak;

- o'qitishning ilmiyligi, nazariy qonun-qoidalar bayonining soddaligi bilan birga bo'lishi zarur;

- nazariy bilimlar real iqtisodiy hayot bilan bog'lanishi, iqtisodiyotga taalluqli ma'lumotlar bilan boyitilishi talab qilinadi.

Aytilgan tamoyillardan kelib chiqqan holda darslikning tarkibiy tuzilishi belgilandi, unda boshqa darsliklarda ko'zda tutilmagan mavzular ham o'rin oldi, ayrim mavzular nomi boshqacharoq bayon etildi, nazariy tushunchalarni aniq ta'riflashga harakat qilindi. Har bir bobda ixcham xulosalar va tayanch tushunchalar, shuningdek, turli rasmlar, chizmalar va jadvallar keltirildi.

Darslikda talabalar mustaqil ishlab qo'shimcha bilim olishlari, yozma ishlar tayyorlashlarini hisobga olib bir qator nazariy masalalar kengroq yoritildi, ulardan ayrimlari alohida boblarda bayon etiladi.

Bilim standartlari doirasida bir necha darsliklar amal qilishi mumkin, bular tarkibiy tuzilishi va bayon etish usuli jihatidan farqlanadi, albatta. Shundan kelib chiqib bu kitob muqobil darslik sifatida qayta chop etildi, toki buni boshqa darslik va qo'llanmalarga qiyoslagan holda ulardan birini talabalar tanlab olishlari mumkin.

Mazkur darslik talabalar iqtisodiy bilimi va ma'naviyatini yuksaltirishga xizmat qiladi, deb umid qilamiz. Darslikning qayta nashri yuzasidan bildiriladigan tanqidiy fikr-mulohazalar, albatta, inobatga olinadi.

I B O‘ L I M
IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI

I bob. IQTISODIYOT NAZARIYASINING PREDMETI VA METODOLOGIYASI

1.1. Iqtisodiyot nazariyasi predmeti

Iqtisodiyot nazariyasi – iqtisodiyot qonun-qoidalari va rivojlanish prinsiplarini o‘rganuvchi umumiqtisodiy fanlar turkumiga kiruvchi nazariy fan. Iqtisodiyot nazariyasi xorij mamlakatlarida «Ekonomiks», «Экономика» va «Политэкономия» nomlari bilan, MDH mamlakatlarida «Iqtisodiyot nazariyasi», «Ekonomiks» nomi bilan yuritiladi.

Iqtisodiy bilim beruvchi fanlar g‘oyat xilma-xil. Ular sirasiga hozir 20 dan ortiq turli fanlar kiritiladi. Iqtisodiy fanlarni shartli ravishda 3 ta guruhga ajratish mumkin:

1) umumiqtisodiy;
2) xususiy iqtisodiy;
3) funksional iqtisodiy fanlar.

Umumiqtisodiy fanlar iqtisodiyotni yaxlitlikda, butun xalq xo‘jaligi doirasida o‘rganadi. Xususiy iqtisodiy fanlar iqtisodiyotning u yoki bu sohasini alohida o‘rganadi. Funksional iqtisodiy fanlar ayrim iqtisodiy faoliyat turlarini o‘rganadi. Iqtisodiyot nazariyasi umumiqtisodiy fanlar turkumiga kiradi, iqtisodiy fanlarning karvonboshisi hisoblanadi. Iqtisodiyotning qonun-qoidalarini bilish shu fanni o‘rganishdan boshlanadi.

Iqtisodiyot nazariyasining har qanday fan singari o‘z predmeti bor. Bu fanni bilish uchun eng avval u nimani o‘rgatishini aniqlab olish zarur, albatta. Iqtisodiyot nazariyasi fan sifatida paydo bo‘lganidan boshlab shu kunga qadar uning predmetiga har xil ta’rif berib kelingan. Iqtisodiyot fani paydo bo‘lgan kezlarda (XVII asr) uni politekonomiya (xo‘jalik yuritish haqidagi fan), deb atashgan, uning predmeti tovar ayirboshlash, ya’ni savdo-sotiq, deb qarashgan. So‘ngra bu fan predmetiga ishlab chiqarish, xususan, dehqonchilik kiritilgan. XVIII asr oxiri va XIX asr boshlarida politekonomiya boylikni o‘rganadi, deb aytilgan. XIX asrning 2-yarmidan e’tiboran marksizm ta’limotida politekonomiya – sinfiy

iqtisodiy munosabatlar haqidagi fan sifatida baholangan, shunga ko‘ra proletar (ishchi sinfi) va burjuaziya (kapitalistlar sinfi) politekonomiyasi borligi qayd etilgan. Marksizmga muqobil nazariya sifatida paydo bo‘lgan oqim – marjinalizm vakillari politekonomiya tovarlar nafliligini va uni odamlar qanday qabul qilishini o‘rgatuvchi fan, deb ta’riflashgan. Bu oqimning so‘nggi yirik namoyandasi A.Marshall yozishicha: «Politekonomiya yoki iqtisodiyot fani kishilik jamiyatining normal hayotiy faoliyatini tadqiq etadi. U individual va ijtimoiy xatti-harakatlarning shunday sohasini o‘rganadiki, bu farovonlikning moddiy asosini yaratish bilan chambarchas bog‘langan».[1] A.Marshall fikriga ko‘ra, bu fan insonning iqtisodiy xatti-harakatlarini o‘rganadi. Bu g‘oya hozir ham tan olinadi. G‘arbdagi yirik iqtisodchilar nazariya qanday fan deganda, unga qisqa va lo‘nda javob berib bo‘lmaydi, deb hisoblashadi. P. Samuelson[2] shundan kelib chiqib, quyidagilarni yozadi:

1. Iqtisodiyot nazariyasi – ayirboshlash, pullik bitimlar bilan bog‘liq iqtisodiy faoliyat turlari haqidagi fan.

2. Iqtisodiyot nazariyasi – har-xil tovarlarni (bug‘doy, mol go‘shti, konservalar, yo‘llar, kichik kemalar) ishlab chiqarish maqsadida kishilar tomonidan noyob va cheklangan unumli resurslardan (yer, ishlab chiqarishga mo‘ljallangan tovarlar, mehnat, mashinalar, texnikaviy bilimlar) foydalanilishi to‘g‘risidagi fan.

3. Iqtisodiyot nazariyasi – kishilarning kundalik ishbilarmonlik faoliyati, kishilarning tirikchilik uchun mablag‘ topishi va undan foydalanishi to‘g‘risidagi fan[3].

Ko‘pchilik iqtisodchilar iqtisodiyot nazariyasiga cheklangan resurslar sharoitida iqtisodiy faoliyatning tanlab olinishi bilan bog‘liq fan, deb qaraydilar.

Iqtisodiyot nazariyasining predmeti – bu kishilarning cheklangan iqtisodiy resurslar sharoitida muqobil xo‘jalik yuritish asosida o‘z ehtiyojini qondirishga qaratilgan xatti-harakatlari, bularni belgilovchi iqtisodiy shart-sharoitlar hisoblanadi.

Bu shart-sharoit obyektiv, ya’ni inson o‘z bilganicha buni o‘zgartira olmaydi, ammo shu sharoitni bilgan holda o‘z faoliyatini unga moslab tashkil etadi. Barcha kishilarning aniq maqsadni ko‘zlagan iqtisodiy xatti-harakatlari o‘zaro bog‘langan holda jamiyatning iqtisodiy hayotini tashkil etadi va buni iqtisodiyot nazariyasi tahlil etadi. **Jamiyatning iqtisodiy faoliyati – bu iqtisodiy insonlar faoliyatining majmuasidir.** Iqtisodiy inson bu tovar va xizmatlarni

---

[1] А.Маршал. Принципы экономичсской науки. М.: 1993. стр. 5.
[2] П.Самуэльсон. Экономика. Т.1. М.: 1992. стр. 7.
[3] А.Маршал. Принципы экономической науки. М.: 1993. стр. 5.

yaratish orqali o‘z ehtiyojini qondiruvchi, ya’ni xo‘jalik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi kishidir. Insonning xatti-harakatlari aniq maqsadga yo‘naltiriladi, bu individual (yakka) tarzda, xonadon yoki firma doirasida va nihoyat jamiyat (mamlakat) miqyosida yuz beradi. Iqtisodiyot subyektlari (ishtirokchilari) – bu firmalar, xonadonlar va davlat hisoblanadi, ularning faoliyatini nazariya yaxlitlikda olib o‘rganadi. Iqtisodiy insonlar faoliyati ko‘p jabhali, bu ishlab chiqarishdan boshlanadi, ayirboshlash va taqsimotda davom etadi va nihoyat tovar va xizmatlarning iste’mol qilinishi bilan yakunlanadi. Bu faoliyat bir lahzalik, qisqa bo‘ladigan hodisa emas. U doimo takrorlanib, yangilanib turadi, shu tarzda to‘xtovsiz davom etadi. Nazariya iqtisodiyotni mana shunday uzluksizlikda olib o‘rganadi. Iqtisodiyot nazariyasi o‘z-o‘zidan tabiiy sharoitni o‘rganmaydi, chunki bu boshqa fanlarning ishi, lekin shu sharoitning ta’sirida iqtisodiyotda nima yuz berishini ko‘rib chiqadi. Bu fan predmeti aslida ijtimoiy-iqtisodiy sharoit bo‘lib, bunga resurslar, mulkchilik, iqtisodiy motivatsiya (rag‘bat), ichki va tashqi iqtisodiy vaziyat, kishilarning bilim darajasi, kasbiy mahorati, ularning ijtimoiy holati (maqomi) kiradi. Bular ma’lum xatti-harakatlarni yuzaga keltiradi. Iqtisodiyotning o‘ziga xos tamoyillari ham borki, buni iqtisodiyot nazariyasi fani tahlil etadi. Mulkning bor-yo‘qligi yoki uning katta-kichikligiga qarab kishilar o‘z ehtiyojini qondirish uchun har xil yo‘l tutadilar. Mulki bor, agar u yetarli bo‘lsa, uni ijaraga berib pul topadi, o‘zi ishlatadi, mulki yo‘q yoki mulki g‘oyat oz kishi yollanib ishlab, kun ko‘radi. Bir narsaga ega bo‘lish uchun boshqasidan voz kechishga to‘g‘ri keladi. Shu sababli inson nima qilishini muqobil tanlov asosida belgilaydi, o‘ziga naf keltiradigan ish bilan mashg‘ul bo‘ladi, ishlarning eng samaralisini tanlab oladi. Kishilar daromadning ozidan voz kechib, ko‘pini olishga intiladilar, ular nimani yo‘qotish hisobidan nimaga ega bo‘lishlarini belgilab oladilar.

Insonning faolligini iqtisodiy stimullar (rag‘batlantiruvchi kuch) yuzaga keltiradi, chunki bular kishilarning maqsadini bildiradi, maqsad esa manfaatlardan kelib chiqadi. Faol bo‘lish – yaxshi yashashni kafolatlaydi, yuqori turmush darajasini esa yuqori mehnat unumdorligi belgilaydi. Ne’matlarni kam yaratib ko‘p iste’mol qilish mumkin emas. Kishilar yaratgan mahsuloti va xizmatlarini bir-biriga yetkazib berib o‘z ehtiyojilarini qondiradilar va shu tufayli farovonlikka erishadilar.

Xullas, kishilarning xatti-harakatini yuzaga keltiruvchi omillar xilma-xil va iqtisodiyot nazariyasi ularni birgalikda ko‘rib chiqadi.

Iqtisodiyotda kishilar o‘zaro iqtisodiy munosabatda bo‘ladilar, bu ularning o‘zaro aloqalarida o‘z ifodasini topadi.

Iqtisodiy munosabat subyekti, deganda uning ishtirokchilari tushuniladi. Iqtisodiy munosabat obyekti – bu iqtisodiy munosabat nima xususida yuz bersa, mana shu bo‘ladi.

Iqtisodiy munosabatlarning asosiy subyektlari ayrim individlar (kishilar), xonadonlar, firmalar va davlat idora tashkilotlari nodavlat jamoat tashkiloti hisoblanadi. Mazkur munosabatlar ishlab chiqarish, ayirboshlash, yaratilgan ne’matlarni taqsimlash, ularni iste’mol qilish yuzasidan paydo bo‘ladi. Har bir subyekt bu munosabatlarda turlicha mavqeni egallaydi. Firmalar ishlab chiqarish bilan shug‘ullansa, xonadon iste’molchi sifatida maydonga chiqadi, davlat esa iqtisodiyotda milliy manfaatlarning posboni, ularni tartiblovchi sifatida amal qiladi, ne’matlarni taqsimlash va iste’mol qilishda boshqalar singari ishtirok etadi.

Iqtisodiy munosabat obyekti bo‘lib ishlab chiqarishda kerak bo‘lgan resurslar, tabiiy boyliklar, yaratilgan tovar va xizmatlar, pul mablag‘lari, umuman boylik xizmat qiladi. Ularni yaratish, taqsimlab olish va iste’mol qilish xususida iqtisodiy munosabatlar kelib chiqadi. Iqtisodiy munosabatlar ma’lum tipdagi **iqtisodiy mexanizmni** yuzaga keltiradiki, bu **iqtisodiy vositalar**dan iborat bo‘lib, bular kishilarni rag‘batlantirishda va iqtisodiyotni tartiblab turishda qo‘llanadi.

Iqtisodiy mexanizm iqtisodiyotning tabiatiga mos bo‘ladi, bu mehnatga zo‘rlash va mehnatning rag‘bat-mexanizmidan iborat bo‘ladi. Bozor iqtisodiyoti tabiatiga mos ravishda bozor mexanizmi bo‘ladiki, bu iqtisodiy rag‘batlantirishga qaratiladi. Nazariyada iqtisodiy mexanizm va uning qanday amal qilishi ham o‘rganiladi.

1.2. Metodologiya

Metodologiya – bu fan predmetini o‘rganishga qanday ilmiy tamoyillar asosida yondashilishini bildiradi. Iqtisodiyot nazariyasida kishilarning xo‘jalik faoliyati **tizimli yondashuv** asosida o‘rganiladi. Bunda yaxlit iqtisodiyot turli bloklarga – qismlarga ajratilib, har biri alohida o‘rganiladi, ulardan har biriga xos bo‘lgan xususiyatlar aniqlanadi. Masalan, yaxlit bozor resurslar bozori, iste’mol tovarlari bozori va moliya bozorlariga ajratilib o‘rganiladi. Ajratilgan bloklar tashkil etilgach, ular faoliyatining shart-sharoiti va belgilari, ular qanday funksiyani bajarishi aniqlanadi. Iqtisodiyotning turli jihatlari tahlilidan so‘ng ular birgalikda qaraladi, turli bloklar majmuidan iborat iqtisodiyot yaxlitlikda nima ekanligi, u qanday rivojlanishi

ko‘rsatiladi. Yana bozor misoliga qaytsak, uning har bir blokining funksiyalari o‘rganilgach, ular birgalikda yagona bozor sifatida qaraladi va bozorning umumiy funksiyalari ta’riflanadi.

Iqtisodiyot nazariyasida qo‘llanadigan yana bir metodologik yondashuv bu iqtisodiyotni sof holda emas, boshqa, ya’ni **g‘ayri-iqtisodiy omillar** ta’sirini hisobga olgan holda o‘rganishdir. Iqtisodiyot birlamchi bo‘lgani holda siyosiy, ijtimoiy, milliy demografik va hatto ruhiy-axloqiy omillar ta’siriga beriladi. Boshqa sohalardagi o‘zgarishlar iqtisodiyotda ham o‘z aksini topadi. Jamiyatda to‘s-to‘polon bo‘lib, siyosiy beqarorlik yuzaga kelsa, bu iqtisodiyotning rivojiga putur yetkazadi, chunki kishilar vahimaga tushib ishdan soviy boshlaydilar. Milliy nizolar ham shunday salbiy oqibatlarga olib keladi. Kishilarda ruhiy ko‘tarinkilik bo‘lsa, ular iqtisodiy faol bo‘ladilar. Aksincha, ruhiy tushkunlik ularda befarqlik hosil qiladi, faollikni so‘ndiradi.

Iqtisodiyot nazariyasining yana bir metodologik tamoyili – bu **iqtisodiyot va tabiat o‘rtasidagi o‘zaro bog‘lanish**ni hisobga olishdir. Iqtisodiyot tabiatdan tashqarida bo‘lishi mutlaqo mumkin emas, chunki bu uning moddiy tayanchidir. Tabiatdan olingan resurslardan foydalanmay turib, ishlab chiqarishning bo‘lishi mumkin emas. Tabiiy sharoit ishlab chiqarishning qanday bo‘lishini belgilab beradi. Qazilma boylik qayerda ko‘p bo‘lsa shu yerda undirma sanoat, yer yaxshi joyda dehqonchilik, yaylovlar ko‘p joyda chorvachilik, o‘rmonzor ko‘p yerda yog‘ochni ishlash sanoati, suvga yaqin joyda kemasozlikning rivojlanishi bunga guvohlik beradi.

Iqtisodiyot nazariyasida **iqtisodiyotning tabiatga qayta ta’siri** ham hisobga olinadi. Tartibsiz iqtisodiy faoliyat tabiatga putur yetkazadi, undagi ekologik muvozanatni buzadi, ekologik xatarni yuzaga keltirishi mumkin, bu bilan iqtisodiyotning tabiiy tayanchi larzaga keladi. Mana shu muammo ham nazariyada uning predmeti nuqtayi nazaridan tahlil etiladi.

Iqtisodiyot nazariyasining yana bir metodologik tamal toshi – bu iqtisodiyotni statistikada (turib qolgan holatda) emas, balki **dinamikada** (rivojlanishda) olib o‘rganishdir. Bu bilan iqtisodiy hodisalarning kelib chiqish sabablari, undagi o‘zgarishlar qanday borishi bilib olinadi. Iqtisodiyotning rivojlanishiga xos bo‘lgan tendensiyalar (moyillik) aniqlanadi. Bular nimaga olib kelishi va shunga ko‘ra xo‘jalik faoliyatini kelajakda qanday tashkil etish kerakligi aniqlanadi. Mazkur fan iqtisodiyotga xos qonun-qoidalarni obyektiv bo‘lishidan, kishilar ularni o‘z bilganicha bekor qila olmasligidan, lekin ularni anglab yetgan holda ular talabiga moslashib faoliyat qila olishlaridan kelib chiqadi.

Nazariyadagi boshqa bir metodologik tamoyil bu iqtisodiyotni **texnologik o'zgarishlarni** hisobga olib o'rganishdir. Texnologiyaning o'zi iqtisodiyot nazariyasining predmeti emas, shu bois uni texnikaviy fanlar o'rganadi. Ammo texnologiya iqtisodiyotning moddiy asosi bo'lganidan, undagi jiddiy o'zgarishlar iqtisodiy faoliyatni tubdan yangilab yuboradi. Mana shu narsani nazariya e'tibordan qochirmaydi. Masalan, nazariyada «Katta sikllar – katta to'lqinlar» degan tushunchalar borki, bular texnologiyadagi katta burilishning iqtisodiyotga ta'sirini nazarda tutadi. Mutlaqo yangi texnologiya paydo bo'lishi bilan iqtisodiyot rivojida yangi davr – katta sikl boshlanadi, bu odatda 50–60 yil davom etadi. Mana shularni ham nazariya tahlil etadi.

1.3. Tahlil uslublari

Iqtisodiyot nazariyasi predmetini o'rganishda idrok etishning ikki bosqichi qo'llaniladi.

Birinchi bosqich – kuzatish bosqichi hisoblanadi. Bu bosqichda iqtisodiyotga oid ma'lumotlar to'planadi, ular boshqa noiqtisodiy ma'lumotlardan ajratib olinadi. Ularga dastlabki tarzda umumiy baho beriladi va hali sinab ko'rilmagan xulosa – gipoteza olg'a suriladi.

Ikkinchi bosqichda gipotezalar boshqa ma'lumotlarni o'rgangan holda sinab ko'riladi, ular tasdiqlansa, qabul qilinadi, ular asosida nazariy qonun-qoidalar ta'riflanadi.

Nazariy xulosa amaliyot bilan solishtirib ko'riladi. Agar real iqtisodiy hayot nazariy qoidani doimo tasdiqlab tursa, demak u to'g'ri bo'lib chiqadi. Agar aytilgan hodisa qisman tasdiqlansa yoki tasdiqlanmasa, ta'riflangan qoidani qaytadan ko'rish, zarur bo'lsa to'ldirish yoxud undan tamomila voz kechish kerak bo'ladi.

Iqtisodiyot nazariyasi tabiiy fanlardan farqliroq o'z xulosalarini laboratoriyadagi tajriba yoki tabiatdagi sinovlar yordamida tekshirib ko'ra olmaydi. Agar iqtisodiy beqarorlik bo'lsa, nazariyada uning belgilari ishlab chiqarishning pasayishi, ishsizlik va inflatsiya, deb qaralsa, uni tasdiqlash uchun tajriba yoki sinov o'tkazib bo'lmaydi.

Bularni faqat kuzatish, ular haqida ma'lumot to'plash va bu ma'lumotni nazariy umumlashtirish mumkin, xolos.

Nazariyada tasodifiy yoki juz'iy emas, balki doimo takrorlanib turadigan iqtisodiy hodisalarni anglash uchun **abstraksiyalash** usuli qo'llaniladi. Bu usul nazariya uchun asosiy hisoblanadi. Bu usul yordamida iqtisodiy hodisalar ularga ta'sir etuvchi o'tkinchi va ikkinchi darajali omillardan xoli etib olinadi, ularga nazariy baho beriladi. Abstraksiyalashda taxmin usuli qo'llanadi, ya'ni ma'lum

shart-sharoit bo'lganda nima yuz berishi taxmin etiladi. Masalan, narxning talabga ta'sirini bilish uchun talabga ta'sir etuvchi boshqa omillar o'zgarmay turibdi, deb taxmin qilinadi. Shunday sharoitda narx va talabning o'zgarishi qanday bo'lishi aniqlanadi.

Boshqa bir misol: texnologiyaning mehnat unumdorligiga ta'siri aniqlanganda narx-navo, ishchilarning malakasi, ishlab chiqarishning tabiiy sharoiti, tovarlarning sotilib turishi o'zgarmaydi, deb taxmin qilinadi. Ammo bunday taxmin qilish amalda bor narsalarni vaqtincha nazardan kechirib turishni bildiradi. Hayotda uchramaydigan fantastik hodisalarni, masalan, boshqa planetalardan odamsimon jonzotlar keldi yoki kelmadi, deb hech qachon taxmin qilinmaydi.

Abstraksiyalash asosida **mantiqiy** usul yotadi, bunda mantiq yordamida iqtisodiy hodisalarning o'zaro bog'lanishi, ularning umumiyligi va farqlari, kelib chiqish sabablari va oqibatlari aniqlab olinadi.

Abstraksiyalash – bu iqtisodiyotning **nazariy modelini** yaratishdir. Lekin model real iqtisodiy voqelikni aks ettirgandagina ilmiy bo'ladi. Model aslida iqtisodiy voqelikning nazariy ifodasidir.

Murakkab iqtisodiy hodisalarni dastlab tahlil etish va so'ngra tushuntirib berish uchun **sodda** yoki **murakkab** iqtisodiy modellar qo'llaniladi. Sodda modelga misol tariqasida iqtisodiy sirkulyatsiya (oborot) modelini olish mumkin. Bu modelda iqtisodiyot ishtirokchilari faqat firmalar va xonadonlardan iborat, ular boshqalar bilan aloqa qilmaydi, ular bor tovarini va pulini bozorga tashlaydi, deb taxmin qilinadi. Shu modelga binoan iqtisodiyotning asosiy ishtirokchilari o'rtasidagi aloqalar tahlil qilinadi, bu aloqalar bir-biriga tovar va xizmatlar yetkazib berishdan iborat va shunga mos ravishda ular o'rtasida pulning oldi-berdisi yuz berishi haqida xulosa chiqariladi. Murakkab modellar tuzilganda ko'pchilik subyektlar o'rtasidagi va ko'p turdagi iqtisodiy aloqalar olinib, ular matematik hisob-kitoblar asosida ko'rib chiqiladi, bunda aloqalarning miqdoriy tahlili o'tkaziladi.

Iqtisodiyot nazariyasi o'z predmetini tahlil etganda **pozitiv** va **normativ** usullarni qo'llaydi. Pozitiv usul – bu iqtisodiy voqelikni nazariy jihatidan qandayligini tushuntirib berish, ya'ni uni ilmiy talqin etishdan iborat. Normativ usul – bu iqtisodiy voqelikning amalda qanday bo'lishi kerakligini va buning uchun nima qilish zarurligi xususida tavsiya berishdir. Masalan, pozitiv usulda stipendiya mohiyatan nimaligi tushuntiriladi, ya'ni uni yoshlarga ular o'qigan paytida beriladigan yordam, deb talqin etilsa, normativ usulda uni qachon va qanchaga oshirish zarurligi asoslanadi. Pozitiv

usul nazariy talqinni bildirsa, normativ usul amaliyotda nima bo'lishini bildiradi.

Nazariyada tahlilning **induktiv** va **deduktiv** usullari ham ishlatiladi. Induktiv usul qo'llanilganda hodisalarni kuzatishdan ularni umumlashtirishga o'tilib, umumiy xulosalar chiqariladi. Deduktiv usul qo'llanilganda esa shakllangan nazariy xulosalar asosida iqtisodiyotdagi ayrim hodisalar tahlil etiladi. Bu bilan aytilgan qoidalar naqadar haqqoniy ekanligi sinab ko'riladi. Nazariyada oddiy hodisalar tahlilidan murakkab hodisalar tahliliga o'tish ham qo'llaniladi. Masalan, dastlab individual talab, so'ngra ayrim bozor talabi va nihoyat jamiyatdagi yalpi talab tahlili o'tkaziladi. Yana bir usul – bu hodisalarni turli darajada olib o'rganishdir.

Nazariyada iqtisodiyotning qonun-qoidalari 3 xil darajada o'rganiladi:

1) **mikrodarajada** – bunda firmalar va xonadonlarning iqtisodiy xatti-harakati, ayrim bozordagi o'zgarishlar o'rganiladi;

2) **makrodarajada** – bunda butun iqtisodiyotdagi, aniqrog'i milliy iqtisodiyot darajasidagi, milliy bozordagi hodisalar va jarayonlar o'rganiladi;

3) **megadarajada** – xalqaro-global miqyosdagi, jahon xo'jaligida yuz beradigan jarayonlar, ularga xos bo'lgan qoidalar o'rganiladi.

Har uchala daraja o'zaro bog'liqlikda ko'rib chiqiladi, chunki mikrodarajadagi iqtisodiy faoliyat yaxlitlikda makrodarajani, turli mamlakatlardagi makrodarajadagi iqtisodiyot megadarajani, jahon iqtisodiyotini yuzaga keltiradi. Turli darajadagi iqtisodiyot o'rganilganda, ularning har biriga xos qonun-qoidalar alohida ko'rib chiqiladi.

Nazariyada **miqdoriy** tahlil ham qo'llaniladi, ammo bu yo'l bilan olingan ma'lumotlar nazariy xulosa chiqarishga xizmat qiladi. Masalan, miqdoriy tahlil ishsizlar sonining kamayishini ko'rsatsa, iqtisodiyotda bandlik oshayapti degan, bordi-yu bu tahlil inflatsiya pasayishini ko'rsatsa, pul muomalasi barqarorlashib borayapti, degan xulosalarga kelamiz. Miqdoriy tahlil o'tkazilganda turli formulalar qo'llaniladi, ular vositasida iqtisodiyotga oid hisob-kitob ishlari olib boriladi. Bular yordamida iqtisodiy qonun-qoidalarning naqadar amal qilishi, iqtisodiyotga xos bo'lgan tendensiyalar bilib olinadi. Miqdoriy tahlil natijalari turli illyustratsiyalar – chizmalar, rasmlar, egri chiziqlar yordamida tasvirlanadi. Iqtisodiyotdagi o'zgarishlarni ifodalovchi miqdoriy ko'rsatkichlar **o'zgaruvchan qiymatlardan** iborat bo'lib, bunda bir qiymat ikkinchisiga, ikkinchisi uchinchisiga va h.k. bog'liq bo'ladi. Masalan, resurslar narxining o'zgarishi xarajatlar o'zgarishini, o'z navbatida bu narxning, bino-

barin chiqarilgan tovarga talabning o'zgarishini yuzaga keltiradi. Bunday o'zaro bog'liqlik chizmalarda aks ettiriladi. Bular yordamida nazariy g'oya atroflicha, ya'ni tasvir vositasida ham ifoda etiladi va shuningdek, o'zgaruvchan qiymatlar o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashga xizmat qiladi. Chizmalar doirasimon bo'lganda, u bo'laklarga ajratiladi, ya'ni hissa – ulush tasvirlanadi. Masalan, davlatning daromadlardagi ulushi 25 % bo'lsa, bu doiraning 1/4 qismi shaklida bo'ladi.

Chizmalar miqdoriy o'zgarishlarni, masalan, narxni yoki mahsulot miqdoridagi o'zgarishlarni bildiradi. Ikki o'zgaruvchan qiymatning o'zaro ta'sirini anglash uchun koordinatlarga asoslangan chizma hosil qilinadi. Bunda abssissa o'qiga bir ko'rsatkich qo'yilsa, ordinata o'qiga boshqasi qo'yiladi. Bir qiymat miqdorining o'zgarishi boshqasining qanchaga o'zgarishiga qarab vertikal va gorizontal chiziqlar hosil qilinadi, ular kesishgan nuqtalar egri chiziq bilan birlashtirilganda iqtisodiy o'zgarishlar qandayligi aniqlanadi.

Nazariyada **sifatli tahlil** usuli birlamchi, u mantiqqa asoslangan abstraksiyalash usulidan iborat bo'lib, nazariy xulosalar chiqarishga va qonun-qoidalarni ilmiy ta'riflashga xizmat qiladi. Ammo bu miqdoriy tahlilga tayanadi, chunki mazkur usul kuzatish ma'lumotlarini jamlash, ularni umumlashtirishga imkon beradi. Bundan tashqari miqdoriy tahlil yordamida nazariy qonun-qoidalar iqtisodiyotda naqadar amal qilayotganligi bilib olinadi. Masalan, inflatsiya darajasini miqdoran aniqlash orqali pul muomalasi qonunining amal qilishi ko'rsatiladi. Nazariy tahlilda qo'llanadigan turli-tuman usullar bir-biridan ajratib olib alohida ishlatilmaydi, ular birgalikda, lekin turli kombinatsiyada (nisbatda) ishlatiladi. Bu tahlil darajasi va miqyosiga bog'liq bo'ladi.

1.4. Iqtisodiy kategoriyalar va qonunlar

Nazariya iqtisodiy hodisalar, jarayonlar va ulardagi o'zgarishlarni iqtisodiy kategoriyalar yordamida tushuntirib beradi, ya'ni ularni tahlil etish va izohlash orqali o'z predmetini o'rganadi.

Iqtisodiy kategoriyalar – bu iqtisodni o'rganishda qo'llanadigan nazariy tushunchalar bo'lib, ular real iqtisodiy voqelikning ilmiy ifoda etilishidir.

Nazariyada kategoriyalar 2 guruhga bo'linadi:

1. **Umumiqtisodiy kategoriyalar** – Bular iqtisodiy taraqqiyotning hamma bosqichlariga xos kategoriyalar, masalan, ehtiyoj, mehnat, ishlab chiqarish, mahsulot, ish kuchi, iqtisodiy resurs, iste'mol, jamg'arish kabi tushunchalar. Bular iqtisodiyotning umumiy

jihatlarini izohlaydi, ular har qanday iqtisodiy tizimga nisbatan qo'llanadi.

2. **Ayrim ijtimoiy-iqtisodiy tizimga xos kategoriyalar.** Masalan, tovar, pul, talab, taklif, narx, kredit, emissiya, inflatsiya kabi tushunchalar bozor tizimiga xos bo'lib, bular shu tizim tahlilida qo'llanadi. Iqtisodiyot yangilanib borganidan uni tahlil etishda bu fanga yangi kategoriyalar kiritiladi. Masalan, retsessiya, integratsiya, globalizatsiya, infrastruktura, konversiya, restrukturizatsiya, privatizatsiya, lokalizatsiya degan tushunchalar iqtisodiyot nazariyasiga yangidan kiritilgan kategoriyalardir.

Iqtisodiyot nazariyasida iqtisodiy hodisalarni umumlashtirish asosida qonunlar ta'riflanadi.

Iqtisodiy qonunlar – iqtisodiy jarayonlarning turli asosiy tomonlari o'rtasida muhim takrorlanib va yuzaga kelib turadigan uzviy, iqtisodiy zaruratni taqozo etuvchi sabab-oqibatni bildiruvchi o'zaro bog'lanishlardir.

Qonunlar ma'lum iqtisodiy jarayon va ayrim hodisalarning muqarrarligini bildiradi. Kategoriyalar kabi iqtisodiy qonunlar ham har xil bo'ladi. Ular quyidagi guruhlarga bo'linadi:

1. **Umumiqtisodiy qonunlar** – jamiyat taraqqiyotining hamma bosqichlarida, iqtisodiyotning aniq tizimidan qat'iy nazar amal qiluvchi qonunlar. Bular jumlasiga mehnat taqsimoti, jamg'arish, mehnat unumdorligining o'sib borishi, ehtiyojlarning yuksalishi qonunlari kabilar kiradi.

2. **Ayrim iqtisodiy tizimlarga xos qonunlar**, bular – maxsus iqtisodiy qonunlar – faqat muayyan sotsial-iqtisodiy tizim doirasida amal qiluvchi, shu tizimning o'ziga xos xususiyatlarini ifoda etuvchi qonunlar. Masalan, talab qonuni, taklif qonuni, me'yoriy naflilik qonuni, raqobat qonuni bozor tizimiga xos qonunlar sifatida o'rganiladi.

Kategoriya va qonunlar o'rganilganda dastlab, ularning mazmuni ochib beriladi va bunga ularni ta'riflash orqali erishiladi. Iqtisodiyot rivojlanishi bilan bir kategoriya eskirganligi tufayli nazariyadan olib tashlansa, boshqasi yangi bo'lganligi uchun unga kiritiladi. Kategoriyalar iqtisodiy hodisalarni batafsil tushuntirib berishi uchun birgalikda va ketma-ket qo'llaniladi, ular bir-birini to'ldirib boradi. Iqtisodiyot uzluksiz rivojlanishda bo'lgani uchun kategoriyalar o'rin almashibgina qolmay, ularning transformatsiyasi yuz beradi, ya'ni bir kategoriya boshqasiga aylanadi. Masalan, ehtiyoj kategoriyasidan talab kategoriyasi, individual mulk kategoriyasidan korporativ mulk kategoriyasi kelib chiqadi, iqtisodiy

avtarkizm (biqiqlik) kategoriyasi o'rniga ochiq iqtisod kategoriyasi, barter kategoriyasi o'rniga savdo-sotiq kategoriyasi keladi. Kategoriya real iqtisodiy hodisaning nazariy ifodasi bo'lganidan, bu hodisa yuz bermagach, aytilgan kategoriyani qo'llashga zarurat qolmaydi. Buning o'rniga yangi hodisani ifodalovchi yangi kategoriya kiritiladi. Masalan, keyingi paytda iqtisodiyotda yuz berayotgan o'zgarishlarni tavsiflash uchun «yangi iqtisodiyot», «ko'pik iqtisodiyot», «moliya krizisi», «indeksatsiya», «globalizatsiya», degan kategoriyalar kiritildi.

Qonunlar o'rganilganda ularning ikki jihatiga e'tibor beriladi. Birinchisi – **sifat jihati**, bunda qonunlar o'zi nimani taqozo etishi, ya'ni ular muntazam takrorlanib turuvchi qanday iqtisodiy hodisalar o'rtasida bog'liqlikni ifoda etishlari ko'rib chiqiladi. Ikkinchisi – **miqdoriy jihati**, bunda muayyan qonunning amal qilishini ifodalovchi miqdoriy ko'rsatkichlar tahlil etiladi. Buning natijasida qonunlarni naqadar amal qilishining miqdoriy o'lchami aniqlanadi. Masalan, tovar taklifining elastiklik koeffitsiyentini hisoblash orqali taklifdagi o'zgarish naqadar taklif qonuniga mos borishi aniqlanadi. Nazariyada qonunlar birgalikda o'rganiladi, ularning oqibatlariga umumiy baho beriladi. Masalan, bozor muvozanati baholanganda talab, taklif va me'yoriy naflilik qonunlari birgalikda qaraladi.

Qonunlarning miqdoriy jihatdan qaralishi amaliy xo'jalik faoliyatini ularga binoan tashkil etish uchun, ya'ni uni bo'layotgan o'zgarishlarga moslashtirish uchun zarur. Bu bilan nazariyaning amaliy hayot bilan bog'lanishiga erishiladi.

1.5. Funksiyalar

Iqtisodiyot nazariyasi fan sifatida turli funksiyalarni bajaradi. Bulardan birinchisi – **bilish funksiyasidir.**

Bunda nazariyani o'rganish orqali iqtisodiy hodisalar nima ekanligi, ularni nima yuzaga chiqarishi, ular nimaga olib kelishi anglab olinadi. Nazariya iqtisodiyotning sir-asrorlarini o'rganib, kishilarni ulardan xabardor qiladi, ularning bilim darajasini oshiradi. Boshqa iqtisodiy fanlar qatori u ham kishilarga iqtisodiy bilimlarni yetkazib beradi, ularni iqtisodiyotda ma'lum qonun-qoidalar borligidan ogoh etadi, ularga rioya etish zarurligini tushuntirib beradi.

Mazkur fanning ikkinchi funksiyasi – bu boshqa iqtisodiy fanlar uchun **nazariy asos** bo'lib xizmat qilishidir. Bu fan umumnazariy, ya'ni iqtisodiyotga xos bo'lgan umumiy qonun-qoidalarni o'rganadi. Shu jihatdan u boshqa xususiy va funksional nazariyalardan, masalan, moliya nazariyasi, pul nazariyasi, statistik nazariya, buxgalteriya nazariyasi kabi fanlardan farqlanadi. Iqtisodiyot nazariyasi

umumiy fan bo‘lganidan, u asoslangan nazariy qonun-qoidalarga boshqa iqtisodiy fanlar tayanadi.

Masalan, nazariyada asoslab berilgan talab kategoriyasining talqiniga mikroiqtisodiyot, makroiqtisodiyot, marketing, firma iqtisodi, menejment kabi fanlar tayanadi. Ammo boshqa fanlar nazariyadan faqat oziqa olish bilan cheklanadi, deb bo‘lmaydi. Bu fan boshqa iqtisodiy fanlar uchun nazariy tayanch bo‘lsa-da, ularning yutuqlarini umumlashtirish hisobidan ulardan ham oziqa oladi. Boshqa fanlar erishgan natijalar va xulosalarga tayanib iqtisodiyot nazariyasi o‘z kategoriyalari va qonunlariga yangilik kiritadi, yangi ilmiy xulosalar chiqaradi. Xullas, boshqa iqtisodiy fanlar yutish nazariyasining ham fan sifatida rivojlanishiga xizmat qiladi.

Mazkur fanning uchinchi funksiyasi – bu uning amaliyot uchun **ilmiy baza** bo‘lib xizmat qilishi, unga umumiy tarzdagi tavsiyalar berishidir. Bu fan muayyan firma ishi yoki xonadon xo‘jaligini qanday tashkil etish to‘g‘risida tavsiyalar bermaydi. Uning tavsiyalari umumiqtisodiy tavsifga ega qonun-qoidalarga qanday amal qilishga taalluqli bo‘ladi. Bu tavsiyalar iqtisodiy siyosatni takomillashtirishga qaratiladi. Bular davlatning, firmalarning, xonadonlarning, xalqaro iqtisodiy uyushmalar va tashkilotlarning siyosatiga tegishli bo‘ladi. Demak, nazariya amaliyot bilan **iqtisodiy siyosat** orqali bog‘lanadi. Iqtisodiy siyosatda u yoki bu nazariy g‘oyaga tayaniladi, u taqozo etadigan yo‘l-yo‘riqlar asos qilib olinadi. Buni tarixiy dalillar tasdiqlaydi. 1929–1933-yillarda AQSh dahshatli iqtisodiy krizisga yo‘liqib, iqtisodiyot falaj bo‘lib qolgan, undan chiqish uchun o‘sha paytdagi AQSh Prezidenti F.Ruzveltning «Yangi kurs», deb nomlangan siyosati amalga oshirilgan. Bu siyosat tanglikdan chiqish uchun davlat iqtisodiyotga faol aralashuvi zarur degan g‘oyaga tayangan. Uning natijasida AQSh iqtisodiyoti o‘nglanib ketgan.

XX asr 70-yillar ikkinchi yarmidagi tanglikdan chiqish uchun AQSh hukumati Prezident (Reygan) nomi bilan aytilgan «Reygonomika» siyosatiga amal qildi.

Bu iqtisodiyot barqaror o‘sib borishini bozor kuchlari, bozor mexanizmining o‘zi ta’minlay oladi, shu bois davlat iqtisodiyotni erkin qo‘yib, o‘z iqtisodiy faoliyatini cheklashi kerak, degan nazariy xulosaga tayangan «Reygonomika» siyosati AQSh iqtisodiyotini tanglikdan chiqib o‘sib ketishini ta’minlagan.

Iqtisodiyot nazariyasi tavsiyalari mikrodarajadagi siyosatga ham qo‘l keladi, bu firmalarga to‘g‘ri strategik (kelajakni ko‘zlagan) yo‘lni tanlash imkonini beradi. Masalan, nazariyadagi diversifikatsiya g‘oyasi kapitalni bir vaqtning o‘zida turli sohalarga joy-

lashtirish zarurligini bildiradi. Kapitali katta firmalar shunga amal qilganlarida bir sohadan ko'rilgan zarar, boshqa sohaga qo'yilgan kapital keltirgan foyda hisobidan qoplanib turadi. Nazariyaning yana bir amaliy ahamiyati shundaki, bu fan iqtisodiyotning sir-asrorlarini ochib berar ekan, undan xabardor har bir kishi iqtisodiyot qoidalariga amal qilsa, bundan faqat naf ko'radi.

Xulosalar

1. Iqtisodiyot nazariyasi – umumiqtisodiy fan, uning predmeti kishilar iqtisodiy xatti-harakatining shart-sharoiti va qonun-qoidalaridir.

2. Mazkur fanning metodologik tamoyillari quyidagicha: iqtisodiyotni tizim sifatida o'rganish, unga noiqtisodiy omillar va tabiiy shart-sharoit, texnologik o'zgarishlar ta'sirini nazarda tutish; iqtisodiyotni statistikada emas, balki dinamikada o'rganishdir.

3. Bu fanda iqtisodiy hodisalarni kuzatish, abstraksiyalash orqali nazariy xulosa chiqarish, nazariy modellar yaratish, pozitiv va normativ usullarni qo'llash, miqdoriy va sifatli tahlilni birlashtirish, oddiy hodisalardan murakkab hodisalarni o'rganishga o'tish, iqtisodiyotni uning turli darajalarida o'rganish kabi usullar ishlatiladi.

4. Bu fan o'z predmetini o'rganishda qonun va kategoriyalarni qo'llaydiki, bular umumiqtisodiy va ayrim tizimlarga xos bo'ladi.

5. Bu fanning funksiyalari iqtisodiy hodisalarni idrok etish, kishilarga iqtisodiy bilim berish, boshqa iqtisodiy fanlarga nazariy asos bo'lish, iqtisodiy siyosatga oid amaliy tavsiyalar berishdan iborat.

Tayanch tushunchalar

Iqtisodiy faoliyat, iqtisodiy inson, iqtisodiy munosabatlar obyekti, iqtisodiy munosabatlar subyekti, iqtisodiy mexanizm, tadqiqot metodologiyasi, tahlil uslublari, iqtisodiy kategoriyalar, iqtisodiy qonunlar, fanning funksiyalari.

Toshkent islom universiteti
Axborot-resurs markazi
Inv. № 34517

II bob. IQTISODIYOT VA UNING UMUMIY SHART-SHAROITI

2.1. Iqtisodiy faoliyat – ehtiyojlarni qondirish vositasi

Iqtisodiyot deganda kishilarning o'z hayotiy ehtiyojini qondirishga qaratilgan faoliyati tushuniladi. Bu siyosiy, ijtimoiy, madaniy va ma'naviy faoliyatdan o'zining asosiy bo'lishi, boshqa faoliyat uchun moddiy shart-sharoit yaratib berishi bilan ajralib turadi. Iqtisodiyot kishilarning hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan noz-ne'matlarni yaratadi, ularni kishilar iste'moliga yetkazib beradi. Demak, u hayot kechirishni kafolatlaydi. Qayerda iqtisodiyot rivoj topgan bo'lsa, shu yerda kishilar rohat-farog'atda yashaydi va aksincha, qayerda iqtisodiyot qoloq bo'lsa, shu yerda kishilarning qorni to'ymaydi, usti but bo'lmaydi, ular doimiy muhtojlikda zo'rma-zo'raki kun o'tkazadilar. Har qanday iqtisodiyotning pirovard maqsadi ehtiyojni qondirish bo'lar ekan, xo'sh, ehtiyojning o'zi nima?

Ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlar – bu kishilarning hayot kechirishi va kamol topishi hamda jamiyatda ma'lum mavqega ega bo'lishi uchun zarur bo'lgan turli-tuman noz-ne'matlar, ya'ni barcha mahsulot va xizmatlar majmuasidir.

Ehtiyojlar tarkiban g'oyat xilma-xil, lekin ular ikki yirik guruhga ajratiladi:

1) **moddiy** mahsulotlarga bo'lgan ehtiyoj. Oziq-ovqat, kiyim-kechak, turarjoy, uy asbob-anjomlari, kommunikatsiya (transport va aloqa) vositalari va boshqalarga bo'lgan ehtiyoj – bu moddiy ehtiyoj bo'ladi;

2) turli **xizmatlarga** bo'lgan ehtiyoj. Bunga ta'lim, tibbiy yordam, jismoniy tarbiya va sport, dam olish, sayohat va madaniy-ma'rifiy xizmatlarga bo'lgan ehtiyoj kiradi. Bu ehtiyojni ijtimoiy (sotsial) ehtiyoj, deb atashadi. Iqtisodiyot ham moddiy, ham ijtimoiy ehtiyojlarni birgalikda qondirishga xizmat qiladi. Inson uchun ahamiyatiga qarab birlamchi va ikkilamchi ehtiyojlar bo'ladi.

Birlamchi ehtiyoj – bu moddiy, birinchi navbatda qondiriladigan, eng zarur bo'lgan ehtiyoj hisoblanadi, bunga ovqatlanish, kiyinish, turarjoyga ega bo'lish kabi ehtiyojlar kiradi.

Ikkilamchi ehtiyojlar – bu ko'pincha nomoddiy, ya'ni ijtimoiy ehtiyojlar bo'ladi, bunga bilim olish, malaka oshirish, davolanish, dam olish kabi ehtiyojlar kiradi. Ammo iqtisodiyot rivojlanib, mo'l-ko'lchilik bo'lgan sharoitda moddiy ehtiyojlar qondirilgan

bo‘lib, ijtimoiy ehtiyojlar birinchi o‘ringa chiqadi. Kishilar bir xil bo‘lmagan ularning ehtiyoji jiddiy tabaqalashgan bo‘ladi. Ehtiyojlar kishilarning yoshiga, jinsiga, millatiga, diniga, bilim darajasiga, kasbi-koriga, oilaviy ahvoliga va qayerda istiqomat qilishiga qarab farqlanadi.

«BIRLAMCHI EHTIYOJ»



– Sizga nimaning tovushi yoqadi, dutornikimi yoki tanburnikimi?
– Menga osh suzilayotgan paytdagi kapgirning tovushi yoqadi.

Yosh bilan qarining, erkak bilan ayolning, talaba bilan ishchining, olim bilan dehqonning, shaharlik bilan qishloqlikning ehtiyojlari bir xil bo‘lmasligi turgan gap. Ehtiyojlar ularning kimga taalluqli bo‘lishi jihatidan ham farqlanib 4 turga ajratiladi:

1) individual, ya’ni yakka ehtiyoj. Bu ayrim kishining yoki xonadonning ehtiyoji;

2) guruhiy – korporativ ehtiyoj. Bu ayrim guruhlarga, masalan, jamoalarga birlashgan kishilarning umumiy ehtiyoji;

3) Hududiy ehtiyoj. Bu ayrim hududlarda istiqomat qiluvchi kishilarning birgalikdagi ehtiyoji;

4) umumjamiyat ehtiyoji. Bu kishilarning jamiyat miqyosidagi hamma uchun umumiy bo‘lgan ehtiyoji. Buni umummilliy ehtiyoj, deb atash ham mumkin.

Bu ehtiyojlar turli darajadagi ehtiyojlar bo‘lib, ularning miqdori va tarkibi ham bir xil emas.

Ehtiyojlar to‘xtovsiz yuksalib boradi, shu jihatdan ehtiyojlar doimo cheksiz bo‘ladi, chunki tobora yaxshi yashashga intilmagan inson umuman bo‘lmaydi. Kishilar har doim ehtiyojlarini imkon

boricha to'laroq qondirishga intiladilar bu esa iqtisodiyotni rivojlantirishni talab qiladi. Demak, ehtiyojlar iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi kuch hisoblanadi. Ehtiyojlarning cheksizligini **ehtiyojlarning yuksalishi qonuni** izohlab beradi. Bu qonun umumiqtisodiy bo'lib, hamma vaqt, hamma yerda amal qiladi. Bu qonun ilgarilari ham bo'lgan, hozir ham mavjud, bundan keyin ham amal qilaveradi.

Ehtiyojlarning yuksalish qonuni shunday qonundirki, unga binoan ehtiyojlar miqdoran ko'payib boradi, tarkiban doimo yangilanib turadi, eski ehtiyojlar o'rniga yangisi keladi, ehtiyojlarning o'sishi murakkab kechadi.

Ehtiyojlarning o'sishi aholining ko'payishi, yangi ehtiyojlarning paydo bo'lishi va ularning turlanib borishi bilan bog'liq. Shuning uchun ehtiyojlarning o'sishi quyidagi yo'nalishlarda boradi:

1) ehtiyojlar miqdoran ko'payadi;

2) kmutlaqo yangi ehtiyojlar paydo bo'ladi;

3) turli ehtiyojlarning nisbati o'zgaradi;

4) ehtiyojlarning o'rin almashuvi yuz beradi. Ehtiyojlarning yuksalishi uning struktura (tarkibiy) siljishlarini yuzaga keltiradi. Bunga xos bo'lgan narsa yangi mahsulotga va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojning ustuvor bo'lishidir. XXI asr ekologik toza, texnikaviy murakkab bo'lgan, binobarin ilmtalab mahsulotlarga va informatsiya xizmatlariga, ta'lim xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarning ustuvorligi bilan ajralib turadi.

2.2. Iqtisodiy faoliyat va uning turlari

Yuksalib borayotgan ehtiyojlarni qondirish mahsulot va xizmatlarning ko'plab iste'mol qilinishini bildiradi. Ammo buning uchun ularni oldin yaratish kerak va bu ishlab chiqarishda yuz beradi.

Mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish iqtisodiyotning asosi, uning bosh bo'g'ini hisoblanadi, iqtisodiy faoliyat mana shundan boshlanadi.

Ishlab chiqarish noz-ne'matlarining yaratilishi ularning pirovard qanday maqsadda ishlatilishiga qarab ikki qismga bo'linadi:

1. **Moddiy ishlab chiqarish** – moddiy shakldagi mahsulotlarni, masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak, turarjoy va boshqalarni yaratish hamda ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xizmatlarni yaratish, masalan, yuk tashish, yo'l xizmati ko'rsatish, ishlab chiqarish axborotini uzatish va hokazolar. Mazkur sohaga sanoat, transport, aloqa, qurilish, qishloq xo'jaligi kabilar kiradi.

2. **Nomoddiy ishlab chiqarish** – moddiy shaklga ega bo'lmagan, lekin aholi uchun zarur xizmatlarni ko'rsatish. Mazkur sohaga

aholiga madaniy-maishiy, tibbiy, sport-fizkultura xizmati ko‘rsatish, bilim berish xizmati kabilar kiradi.

Moddiy ishlab chiqarish birlamchi, unga qarab nomoddiy soha rivojlanadi. Moddiy ishlab chiqarish nomoddiy soha uchun ish kuchini bo‘shatib beradi, uni moddiy resurslar bilan ta’minlaydi, bu sohada ishlovchilar iste’molini qondiradi. Uning darajasi qancha yuqori bo‘lsa, nomoddiy soha ham shunchalik rivoj topadi. Demak, ikki soha to‘g‘ri mutanosiblikda turadi, ammo ularning nisbati iqtisodiyotning darajasiga bog‘liq bo‘ladi.

Yaratiladigan mahsulot va xizmatlar qaysi maqsadni ko‘zlashiga qarab iste’mol buyumlari va xizmatlariga va shuningdek, yaratiladigan moddiy resurslarga – ishlab chiqarish vositalariga bo‘linadi. Masalan, ishlab chiqarilgan don-dun, meva-sabzavot, sut-qatiq kiyim-kechak kishilar iste’molini qondirishni mo‘ljallaydi. Yaratilgan mashinalar, uskunalar, qazib olingan neft yoki rudalarni esa kishilar iste’mol qilmaydi. Ular ishlab chiqarishda moddiy resurs sifatida ishlatiladi, ular yordamida iste’mol ne’matlari yangidan yaratiladi.

Jamiyat uchun iste’mol ne’matlarini ko‘paytirish birlamchi ahamiyatga ega. Ammo buning uchun ishlab chiqarishga qo‘shimcha jalb etiladigan resurslar talab qilinadi va bunga ularni ko‘plab ishlab chiqarish orqali erishiladi. Yaratiladigan (ko‘rsatiladigan) xizmatlar ham bir xil bo‘lmaydi. Ularning bir qismi kishilar hayoti uchun zarur bo‘lgan ijtimoiy xizmatlar bo‘lsa, boshqa qismi ishlab chiqarish xizmatlaridirki, bularga transport, energetika, suv xo‘jaligi, aloqa xizmatlari kiradi. Ishlab chiqarishda yaratilgan ne’matlar **iqtisodiy ne’matlar** bo‘ladi. Bulardan birinchisi **individual ne’matlar**, ya’ni ayrim kishilar yoki xonadonning ehtiyojiga xizmat qiluvchi ne’matlar. Ikkinchisi – **ijtimoiy ne’matlar** – kishilarning birgalikdagi ehtiyojini qondiruvchi ne’matlardir. Bular jumlasiga ekologik toza muhitni ta’minlash, turmush xavfsizligini ta’minlash, kishilar sog‘lig‘ini saqlash, ta’lim-tarbiya xizmatlari kabilar kiradi.

Ehtiyojni qondirishning bosh vositasi ishlab chiqarishdir. Ammo iqtisodiyot bu bilan cheklanmaydi, chunki yaratilgan mahsulot va xizmatlarni iste’molga yetkazib berish ham kerak bo‘ladi. Ishlab chiqarish turlari ixtisoslashgan, ya’ni ular muayyan mahsulot va xizmatni muayyan miqdorda yaratishga moslangan bo‘ladi. Ehtiyojlar g‘oyat xilma-xil, ularni muayyan bir turdagi ishlab chiqarish bilan qondirib bo‘lmaydi. Shu sababli turli sohalardagi mahsulot va xizmatlar bir-biriga ayirboshlanib, ularni ehtiyoj uchun zarur to‘plamlari paydo bo‘ladi, so‘ngra esa ular iste’mol qilinadi.

Ayirboshlash jarayonida kishilar zarur bo'lgan noz-ne'matlarga ega bo'ladilar. Ayirboshlash 2 usulda yuz beradi.

1. **Barter,** bunda bir mahsulot boshqasiga to'g'ridan to'g'ri va ma'lum miqdoriy nisbatda ayirboshlanadi. Bu yerda pul ishtirok etmaydi. Masalan, barter ayirboshlashi yuz berganda 1 tonna metall = 10 tonna bug'doy = 3 tonna paxta = 2 tonna shakar = 12 m^3 taxta bo'ladi. Barter – ayirboshlashning arxaik, ya'ni o'ta ko'hna shakli, mahsulot turlari ko'payib, ayirboshlash kengaygan sharoitda u ish bermay qo'yadi, chunki mahsulotlar g'oyat ko'p bo'lganidan bir mahsulotni boshqa kerak mahsulotni topib unga ayirboshlash g'oyat qiyin bo'ladi, bu operatsiya uzoq vaqt talab qilganidan, ehtiyojni qondirish kechikadi va bu qimmatga tushadi.

2. **Tovar ayirboshlash usuli.** Bu usul savdo-sotiqni bildiradi, u yuz berganda bir tovar boshqasiga pul vositasida ayirboshlanadi, ya'ni tovar pulga sotiladi va shu pulga boshqa tovar xarid etiladi. Bu usul ehtiyojni o'z vaqtida, tez va arzon qondirish imkonini yaratadi, chunki pulga xohlagan narsani xohlagan vaqtda sotib olish mumkin. Bu usul barterdan farqli o'laroq, ayirboshlashning tez bo'lishini, binobarin tovar topish uchun zarur vaqtning tejalishini ta'minlaydi. Ayirboshlash jarayonida, u qanday bo'lmasin, pirovard natijada kishilar ehtiyoj uchun zarur mahsulot va xizmatlarga ega bo'ladilar. Ishlab chiqarishda kishilar turli darajada qatnashadilar va turli natija keltiradilar. Shu bois ular yaratilgan ne'matlarni bir xil miqdorda olishlari mumkin emas. Bu ne'matlar albatta taqsimlanishi kerak. Taqsimlash ishlab chiqarishning hosilasi hisoblanadi, ammo u ishlab chiqarishga qaytadan ta'sir eta oladi va bunga motivatsiya (mehnatga intilish) orqali erishiladi. Agar kishilar taqsimlash jarayonida ne'matlarga qanchalik ko'p ega bo'lsalar, ularda motivatsiya shunchalik kuchli bo'ladi va aksincha.

Taqsimlashda kishilarning iqtisodiy manfaati yuzaga chiqadi, manfaat esa ehtiyojni bildiradi.

Iqtisodiyotda shunday bog'liqlik bor: ehtiyoj manfaatni, manfaat maqsadni, maqsad motivatsiyani, bu esa, o'z navbatida iqtisodiy stimullarni, ya'ni rag'batlantiruvchi kuchlarni yuzaga keltiradi, mana shunday tartibda taqsimlash iqtisodiy faollikni yuzaga keltiradi.

Taqsimotning bosh tamoyili – bu adolatlilik tamoyilidir. Bunga ko'ra iqtisodiyot har bir ishtirokchisining yaratilgan mahsulot va xizmatlardan oladigan ulushi bularni yaratishga qo'shgan hissasiga to'g'ri mutanosiblikda bo'lishi talab qilinadi. Taqsimlash orqali yaratilgan mahsulot va xizmatlarning bir qismi joriy iste'molga yuborilsa, boshqa qismi ishlab chiqarishni kengaytirishga va shu

orqali bo'lg'usidagi ehtiyojlarni qondirishga yuboriladi. Masalan, 2003-yilda O'zbekistonda ularning 73,3 foizi joriy iste'molga, 22,1 foizi ishlab chiqarishga qaytadan yuborildi.

Iqtisodiy faoliyatning yakunlovchi bosqichi – iste'mol jarayonidir.

Iste'mol – bu yaratilgan mahsulot va xizmatlarning pirovard natijada ehtiyojni qondirish yo'lida ishlatilishidir.

Iste'mol birinchidan kishilarning kundalik ehtiyojlarini qondirishni, ikkinchidan ishlab chiqarishni rivojlantirishni ko'zlaydi.

Iste'mol ikki xil bo'ladi:

a) xususiy iste'mol;

b) davlat iste'moli.

Xususiy iste'mol yuz berganda iste'mol buyumlari va xizmatlar kishilarning juz'iy ehtiyojini qondiradi. Davlat iste'moli – bu davlat idora va tashkilotlaridagi iste'mol bo'lib, bu pirovard natijada ijtimoiy ne'matlarni yaratib, xalqqa yetkazib berishga xizmat qiladi.

Ishlab chiqarishdagi iste'mol esa turli moddiy vositalar – moddiy resurslarning korxonalar va xo'jaliklarda ishlatilishini bildiradi. Bular tarkibiga mehnat qurollari, bino-inshootlar, xomashyo, yarim fabrikat mahsulotlar, butlovchi qismlar va nihoyat, yoqilg'i va energiyalar kiradi.

Ishlab chiqarishdagi iste'mol oxir-oqibatda shaxsiy iste'molni ta'minlashga, ya'ni iste'mol buyumlari va xizmatlarni yangidan yaratishga xizmat qiladi.

Iste'mol o'zining shakli jihatidan ham farqlanadi. Shu o'rinda birinchidan, **natural iste'mol** borki, bu mahsulotlarni ayirboshlamay turib ishlab chiqaruvchining o'zi tomonidan iste'mol qilinishidir. Natural iste'mol yuz berganda uni qondirishda pul qatnashmaydi, ya'ni pulga iste'mol uchun zarur mahsulot sotib olinmaydi. Bu iste'molning ko'hna shakli, ammo uning ba'zi bir ko'rinishlari uzoq saqlanib qolishi mumkin. Bunga misol qilib O'zbekistondagi mayda dehqon xo'jaligi va tomorqadan olingan mahsulotning bir dismini shu yerning o'zida iste'mol qilinishini ko'rsatish mumkin. Agar dehqon tomorqasida kuniga 8 litr sut yetishtirilsa, buning 2 litri dehqon xonadonining o'zida natural shaklida iste'mol qilinadi, qolgan 6 litri boshqalarga sotiladi.

Iste'molning ikkinchi shakli – bu **tovar iste'molidir.** Bunda iste'mol tovarlarni pulga sotib olish orqali qondiriladi. Iste'molning bu turi zamonaviy hisoblanadi. Bu iste'mol tarkibini xilma-xil qiladi, nimani iste'mol qilishni tanlab olish imkonini beradi. Agar natural iste'mol uni tor doira bilan cheklasa, tovar iste'moli bu cheklovlarni olib tashlaydi, ya'ni xohlagan tovarlarni xohlagan

miqdorda va tarkibda sotib olib iste'mol qilish mumkin. Tovar iste'moli hozirgi iste'molning ustuvor turidir, chunki natural iste'mol kamdan kam hollarda uchraydi. Iste'mol o'zining usuli jihatidan yakka tartibdagi va birgalikdagi iste'molga bo'linadi. **Yakka** iste'mol bu ayrim shaxsning, xonadonning yoki firmaning iste'molidir. Ammo shunday ne'matlar borki, bulardan yakka tarzda emas, faqat birgalikda bahramand bo'lish mumkin. Masalan, mudofaa, huquq-tartibotni ta'minlash, bepul davolanish va ta'lim olish, ekologiyani yaxshilash, obodonchilik xizmatlari borki, bularni bir kishi iste'mol qilgani holda, boshqa kishi iste'mol qilmasligi mumkin emas. Shu sababli **birgalikda iste'mol qilish** mavjud bo'ladi.

Kishilar hayoti bir kunga ham to'xtab qolishi mumkin emas, shu bois ehtiyojni qondiradigan iqtisodiy faoliyat uzluksiz bo'ladi. Iqtisodiyot ishlab chiqarishdan boshlanib iste'mol bilan yakunlanuvchi faoliyat sifatida doimo takrorlanib turmasa, kishilar yashay olmaydi.

2.3. Iqtisodiy resurslar

Iqtisodiyot hech narsa yo'q yerda bo'lishi mumkin emas. Dehqonchilik bo'lishi uchun yer, suv, o'g'itlar, traktorlar, kombaynlar va yerga ishlov beruvchi dehqonlar bo'lishi kerak.

Sanoat uchun esa mashina-uskunalar, qazilma boyliklar, xomashyo, yoqilg'i, elektroenergiya va nihoyat ishchilar va injener-texnik xodimlar zarur. Binobarin, iqtisodiy faoliyat uchun resurslar kerak, resurslar esa ishlab chiqarish omillarini hosil qiladi.

Mahsulot va xizmatlarni yaratib, ularni ishlab chiqarishdan iste'molga yetkazib berish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy, nomoddiy vositalar, ashyolar va ish kuchi iqtisodiy resurslarni tashkil etadi.

Iqtisodiy resurslar, tarkiban uch qismdan iborat:

1) moddiyresurslar;
2) mehnatresurslari;
3) informatsion- axborot resurslari.

Moddiy resurslar – bu aniq moddiy shakldagi barcha vositalardir. Ular o'z navbatida 2 qismga ajratiladi. Birinchisi, **tabiiy resurslar.** Bularni insonga tabiat in'om etadi. Bular yer-suvning o'zi, yerosti va yer usti boyliklaridan iborat. Ikkinchisi, **inson mehnati bilan yaratilgan moddiy resurslar,** bularga bino-inshootlar, mashina va mexanizmlar, qo'l mehnati qurollari kiradi. Moddiy resurslar orasida eng qadrlisi yer hisoblanadi, chunki yerda qishloq xo'jaligi yuritiladi, korxonalar, turli bino-inshootlar qad ko'taradi, yo'llar

joylashadi, yer qa'rida tabiiy boyliklar mavjud. Yer eng qadrli resurs bo'lganligidan, u g'oyat qimmat turadi.

Mehnat resurslarini mehnat yoshidagi aholi, ya'ni mehnatga layoqatli kishilar tashkil etadi. Ularning band, ish qidirgan qismi aholining iqtisodiy faol qismi hisoblanadi, chunki o'z mehnati bilan mahsulot va xizmatlarni yaratishga qodir bo'ladi.

Mehnat resurslari – inson resurslari kishilarning mehnat qilib, ishlab chiqara olish qobiliyatidan, ishbilarmon bo'lish, xo'jalik faoliyatini boshqara bilish qobiliyatidan iborat bo'ladi.

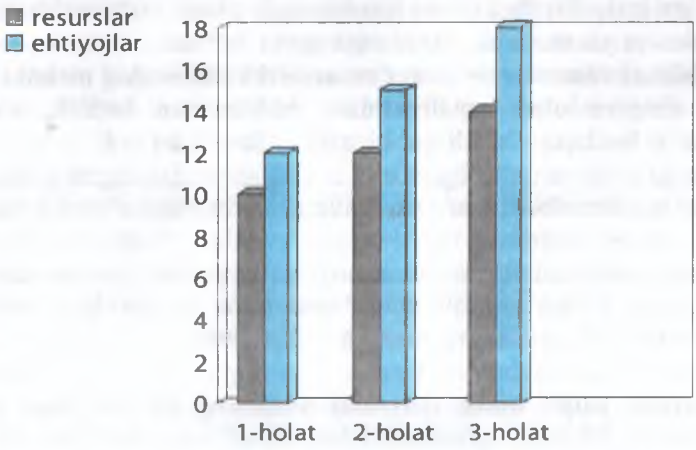
Yer kurrasi va qa'ridagi tabiiy boyliklar – ekiladigan yerlar, o'rmonlar, qazilma boyliklar, suv zaxirasi, umuman o'simlik va hayvonot dunyosi miqdoran cheklangan. Masalan, Markaziy Osiyodagi sug'orma dehqonchilik Amudaryo va Sirdaryoning suv zaxirasi bilan cheklangan. Ishga yaroqli aholi soni ham cheklangan. Ayniqsa, aholining o'sish sur'atlari pasaygan sharoitda aholi qariydi, uning tarkibida ishga layoqatli kishilar salmog'i qisqaradi. Masalan, Yaponiyada yaqin orada qariyalar aholining 25–30 %iga yetishi kutilmoqda. Mehnat qurollarini (asbob-uskuna, mashina va h.k.) miqdoran ko'paytirish imkoni ham ma'lum chegarada bo'ladi. Agar jamiyat ularni g'oyat ko'p ishlab chiqarsa, aholi uchun tirikchilik vositalari – iste'mol buyumlari yetishmay qoladi, natijada mehnat resursidan yaxshi foydalanib bo'lmaydi.

Har qanday iqtisodiyotga xos bo'lgan umumiy va azaliy ziddiyat mavjud, bu **resurslarning cheklanganligi va ehtiyojlarning cheksizligi o'rtasidagi ziddiyat bo'lib, kamyob resurslardan oqilona foydalanish orqali hal etiladi.**

Resurslar kamyobligi mutlaq emas, balki nisbiydir, ya'ni ularning cheklanganligi degani ehtiyojlarga nisbatandir. Aholi o'sishi bilan mehnat resurslari ko'payadi, ishlab chiqarish rivojlanishi bilan mehnat yaratadigan moddiy resurslar ham ko'payadi. Yangi yerlar, suv manbalari ochilishi bilan ekin maydoni kengayadi, yangi konlar topilishi bilan qazilma resurslar ham miqdoran ortadi, yangidan ekilgan o'rmonlar maydoni kengayadi. Lekin bularga nisbatan ehtiyojlar jadalroq o'sib boradi. Tabiiy resurslarning bir qismi qaytadan tiklanib, yangidan hosil bo'ladi. Bu o'rmon, suv, tuproq hosildorligi, havoning harorati, umuman flora va faunadir. Ammo tiklanmaydigan tabiiy resurslar ham bor. Bular jumlasiga yerosti boyliklari – ruda, ko'mir, neft, gaz kabilar kiradi. Ularning o'rnini to'ldirib bo'lmaydi, lekin ularga o'rinbosar resurslar topilib turadi.

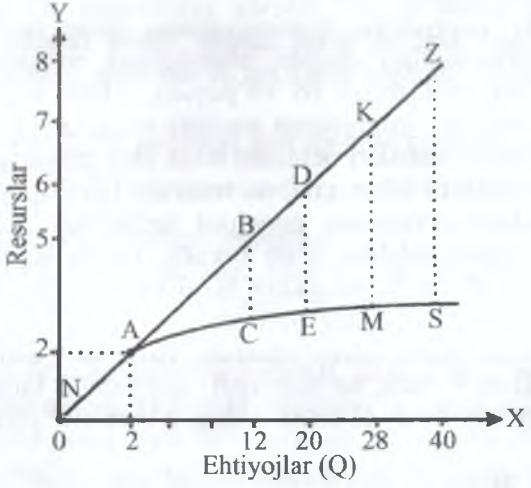
Masalan, gidroenergiya o'rniga issiqlik energiyasi, uning o'rniga atom energiyasi keladi. Resurslar qanchalik tiklanmasin va to'ldirib

borilmasin, baribir ular ehtiyojlarga nisbatan kamyoblik qiladi. Resurslar miqdori va tarkibi ehtiyojdan orqada qoladi. Buni quyidagi rasmdan ko'rish mumkin (2.1-rasm).



2.1-rasm. **Resurslar va ehtiyojlarning nisbati**

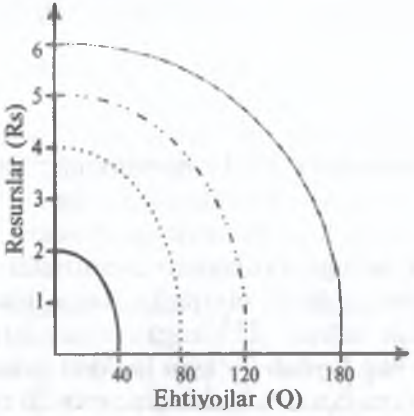
Resurslar tejamsiz ishlatilganda avval ular yetarli bo'laturib, so'ngra ularning kamyobligi kuchayib boradi. Ular orasidagi uzilish masofasi yiroqlashadi. Buni quyidagi rasmdan ham kuzatish mumkin (2.2-rasm).



2.2-rasm. **Resurslar va ehtiyojlarning o'zgarishi**

2.2-rasmdan shu narsa ayonki, dastlab resurslar va ehtiyojlar bir xil oshib borgani uchun resurs kamyobligi sezilmagan (2=2). Bu hodisa NA oralig'ida yuz bergan. So'ngra ehtiyojlar tez o'sib, resurslar bundan orqada qola boshlagan. Bunda 5<12, 6<20, 7<28 hosil bo'lgan. Bu grafikda BC<DE, DE<KM, KM<ZS shaklida bo'lgan. A nuqtadan boshlab resurslardan samarali foydalanish zarurati paydo bo'lgan va bu Z nuqtasiga qadar kuchayib borgan.

Resurslardan oqilona foydalanish yo'li tanlanganda ehtiyojni qondirish uchun ketgan resurs sarfi qisqaradi, ya'ni resurs birligi hisobidan ehtiyoj to'laroq qondiriladi. Bu jarayonning qanday kechishini 2.3-rasmdan ko'rsak bo'ladi.



2.3-rasm. **Resurslar va ehtiyojlar**

Rasmdan ma'lumki, dastlab ehtiyoj resurstalab bo'lgan, ya'ni 20 birlik ehtiyoj bitta resurs talab qilgan (40:2=20), so'ngra buning uchun zarur resurs o'zgarmagan (80:4=20). Bundan so'ng ehtiyojning resursga talabi qisqargan: 24 birlik ehtiyoj uchun bitta resurs kerak bo'lgan (120:5=24), nihoyat bir resurs hisobidan 30 birlikka teng ehtiyoj qondirilgan (180:6=30). Resurs birligi sarfi pirovard natijada qisqargan, shunga ko'ra bir resurs hisobidan qondirilgan ehtiyoj 50 % oshgan (30/20x100=150 %).

Har doim cheklangan resurslarni tejamli ishlatish cheksiz ehtiyojlarni qondirish vositasi bo'lib kelgan. Ammo resurslardan samarali foydalanish darajasi ularning kamyoblik darajasiga teskari mutanosib bo'ldi. Resurslar qisqarib, kamyoblashgan sari ulardan yanada samaraliroq foydalanish zarurati kelib chiqadi. Bu resurs birligidan ko'proq va xilma-xil mahsulot olishni talab qiladi. Bunga yangi texnologiyalarni joriy etish orqali erishiladi.

Masalan, keyingi 50 yilda tejamli texnologiyalarni to‘xtovsiz joriy etish natijasida o‘rtacha bitta ommabop yengil avtomashinaga sarflangan metall hajmi deyarli 2 marta qisqardi, ayni paytda avtomobil modellarining turi 5 marta ko‘paydi, avtomobil 100 km yo‘lga sarflaydigan benzin miqdori ham jiddiy qisqardi.

2.4. Iqtisodiy tanlov

Har qanday iqtisodiyotning bosh muammosi nimani, qancha va nihoyat kim uchun ishlab chiqarish muammosidir. Bu muammoning hal etilishi iqtisodiy tanlov orqali yuz beradi. Tanlovni iqtisodiyotdagi asosiy ziddiyat, ya’ni ehtiyojlarning cheksizligi va ularni qondirishga qaratiladigan resurslarning cheklanganligi yuzaga keltiradi.

Ehtiyojlar yuksalgan sharoitda resurslarning kamyob bo‘lishi ehtiyojlarning barchasini bir vaqtda qondirish imkonini bermaydi. Shu sababli ehtiyojlarning bir qismi to‘la qondirilsa, boshqasi resurslar yetishmaganidan chala qondiriladi, yana boshqasining qondirilishi orqaga surilib kechiktiriladi. Resurslar kamyob sharoitda ehtiyojlar bosqichma-bosqich qondiriladi, ya’ni avval ularning eng zarurlari, so‘ngra boshqalari qondiriladi.

Iqtisodiy tanlov qoidasi mavjudki, unga binoan kishilar o‘z ehtiyojini qondirish uchun cheklangan resurslarni o‘zlari uchun iqtisodiy jihatdan eng foydali bo‘lgan faoliyat uchun sarflaydilar.

Tanlovga hamma boradi. Ishlab chiqaruvchi nimani va qancha ishlab chiqarishni tanlaydi, sotuvchi qaysi bozorda nimani va qanchadan sotishni, iste’molchi qayerdan nimani va qancha xarid etishini, uy sohibi qancha pulni hozir sarflab, qanchasini jamg‘arishni tanlab oladi. Tanlov har doim **muqobil** bo‘ladi, chunki tanlash imkoniyatlari ko‘p. Iqtisodiyotning har bir ishtirokchisi nima qilishni tanlaganda birinchidan, o‘z **manfaatidan,** ikkinchidan, **imkoniyatidan** kelib chiqadi. Manfaatda ehtiyoj gavdalansa, imkoniyatda resursning cheklanganligi ifoda etiladi. Kishilar mana shulardan kelib chiqqan holda muqobil tanlovga qo‘l uradilar, ya’ni qiladigan ishning eng maqbuliga resurs sarflaydilar. Muqobil tanlov bir ish qilish uchun boshqasidan voz kechishni bildiradi. Tanlov chog‘ida voz kechilgan xatti-harakat keltirishi mumkin bo‘lgan naf **tanlov haqi,** deyiladi va bu turli ne’matlardan yoki pul daromadidan iborat bo‘ladi.

Muqobil tanlov tufayli yuzaga keladigan yo‘qotishlar voz kechilgan imkoniyat yoki zimmaga tushgan xarajat bo‘ladi. Tanlov tufayli olingan natija u yuzaga keltirgan yo‘qotishdan ko‘p bo‘lsa, tanlov

samarali bo'lib chiqadi. Tanlovga hamma borsada, uning turlari farqlanadi. Masalan, talaba bilan ishsiz kishining, uy bekasi bilan tadbirkorning tanlovi o'z maqsadi va usuli jihatdan farqlanadi. Talabaning maqsadi diplomli bo'lish, ishsizning maqsadi yaxshi ishga joylashib olish, uy bekasining maqsadi zarur tovarlarni arzoniga xarid etish, nihoyat tadbirkorning maqsadi ko'p foyda topish. Shunga ko'ra maqsadga erishish usullari ham farqlanadi, albatta.

Talaba o'qishga ketadigan vaqtni to'g'ri taqsimlash yo'lidan boradi, ishsiz serdaromad ishni qidiradi, uy bekasi tovarlar arzon bozorni xush ko'radi, tadbirkor serfoyda tovarni chiqaradi. Tanlov qanday bo'lishini tushunish uchun jadval ma'lumotlarini tahlil etamiz. Bunda korxonada motosikl va velosiped ishlab chiqarish o'rtasidagi tanlovni ko'rib chiqamiz (2.1-jadval).

2.1-jadval

Korxonada muqobil tanlov ko'rsatkichlari

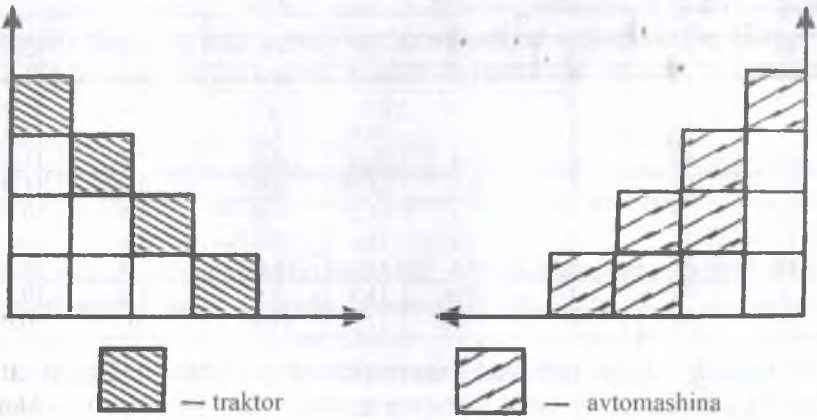
Motosikl ishlab chiqarish imkoni, dona	velosiped ishlab chiqarish imkoni, dona	Tanlash tufayli olingan foyda, mln so'm			Voz kechganlik tufayli boy berilgan foyda, mln so'm		
		Moto-sikldan	Velosi-peddan	Jami	Motosikl-dan	Velosipeddan	Jami
50	0	10	0	10	0	12,0	12,0
45	10	9	1,2	10,2	1,0	10,8	11,8
40	20	8	2,4	10,4	2,0	9,6	11,6
35	30	7	3,6	10,6	3,0	8,4	11,4
30	40	6	4,8	10,8	4,0	7,2	11,2
25	50	5	6,0	11,0	5,0	6,0	11,0
20	60	4	7,2	11,2	6,0	4,8	10,8
15	70	3	8,4	11,4	7,0	3,6	10,6
10	80	2	9,6	11,6	8,0	2,4	10,4
5	90	1	10,8	11,8	9,0	1,2	10,2
0	100	0	12,0	12,0	10,0	0	10,0

Jadvalga nazar tashlasak, motosikl chiqarishdan velosiped chiqarishga o'tish jarayonida korxona motosikldan keladigan foydani yo'qota borgan, ammo buning evaziga unga velosipeddan keladigan foyda ortib borgan. Pirovard natijada motosikl ishlab chiqarishni to'xtatish korxonani 10 mln so'm foydadan qoldirgan. Biroq velosiped ishlab chiqarishning tanlanishi 12 mln so'm foyda bergan. Bu yerda yutuq bilan yo'qotish o'rtasidagi farq 2 mln so'm (12−10=2)ni tashkil etgan. Demak, velosiped ishlab chiqarishga o'tish korxonaga naf keltirgani uchun u tanlab olingan.

Tanlov yuz berganda bir narsadan tamomila voz kechilib, uning o‘rniga boshqasi to‘laligicha tanlab olinadi, deb o‘ylash mumkin emas. Muqobil tanlov chog‘ida turli ishlarni saqlagan holda ular nisbatini o‘zgartirish ham bo‘lib turadi. Masalan, xonadon topgan pul bir oyda 100 ming so‘m, shundan 90 ming so‘m tovar va xizmatlarga sarflanadi, qolgan 100 ming so‘m jamg‘ariladi. Bunda iste’mol sarfi 900 ming so‘m, jamg‘arish sarfi 100 ming so‘m, ular nisbati 9:1.

Xonadon hamma pulini jamg‘armaga aylantira olmaydi, chunki u shunday qilsa och qoladi. U hamma pulini iste’molga ham yubora olmaydi, chunki unga pul zaxirasi ham kerak. Demak, xonadon har ikki xarajatni saqlagan holda uning nisbatini o‘zgartiradi. Uning tanlovi shu yo‘ldan boradi.

Muqobil tanlov sharoitida resurs ma’qul ko‘rilmagan sohadan olinib, afzal ko‘rilgan sohaga tashlanadi. Shunga binoan resurs ketgan sohada ehtiyoj kamroq qondiriladi, resurs borgan sohada u to‘laroq qondiriladi. Misol uchun, hammasi bo‘lib 10 tonna metall bor, deb faraz qilamiz. Bu metall 10 dona traktor yoxud 10 dona avtomashinani chiqarish uchun etadi. Ehtiyoj 4 dona traktor va 6 dona mashinadan iborat. Buni qondirish uchun resurs (metall) tegishlicha taqsimlanadi (2.4-rasm).



2.4-rasm. **Metall sarfining muqobil tanlovi**

Rasmga nazar tashlasak, 6 ta traktor chiqarishga ketadigan resurs avtomobil chiqarishga yuborilgan. Shuningdek, 4 ta mashinaga yetadigan resurs traktor ishlab chiqarishga qo‘yilgan. Natijada traktor va mashina islab chiqarish 1:1,5 nisbatida bo‘lgan. Resurslar

ham shunday taqsimlangani uchun ehtiyoj qondirilgan. Shu bois o'ng tomondagi 4 ta bo'sh katakka so'l tomondagi 6 ta bo'sh katak to'g'ri kelgan va aksincha, so'l tomondagi 6 ta bo'sh katakka o'ng tomondagi 6 ta chizmali katak to'g'ri keladi. Keltirilgan tasvirlar shundan dalolat beradiki, resurslar yetishmagan sharoitda ularning boriga tayanib, ehtiyojlar eng maqbul darajada qondirilishi kerak bo'ladi.

Tanlov qoidasi abadiy, undan hech bir kishi qochib qutila olmaydi, chunki buni obyektiv sharoit — resurslarning kamyobligi yuzaga keltiradi, lekin kishilar ulardan samarali foydalana biladilar. Iqtisodiy haqiqat mana shunday.

Xulosalar

1. Iqtisodiyot ehtiyojlarni qondirishga xizmat qiladi, ehtiyoj esa kishilarning yashashi va inson sifatida kamol topishi uchun zarur bo'lgan noz-ne'matlar majmuasidir. Ehtiyojlar miqdoran o'sadi va tarkiban yangilanadi.

2. Iqtisodiy faoliyat mahsulot va xizmatlarni yaratish, ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol qilinishini bildiradi. Ishlab chiqarish iqtisodiyotning asosi, u moddiy va nomoddiy ishlab chiqarishdan iborat. Ayirboshlash barter va oldi-sotdi shakliga ega bo'ladi. Yaratilgan ne'matlar taqsimlash orqali iste'molga keladi. Iste'mol iqtisodiyotni yakunlaydi, bu natural va tovar iste'moli, xususiy va ishlab chiqarish, individual va birgalikdagi iste'mol shakliga ega.

3. Iqtisodiy resurslar moddiy, insoniy va informatsion resurslardan iborat. Ehtiyojlarning cheksizligi va resurslarning yetishmasligi o'rtasida nomuvofiqlik bor, bu esa muqobil iqtisodiy tanlov vositasida bartaraf etiladi. Tanlov chog'ida kishilar cheklangan resurslarni eng foydali faoliyatga yo'llaydilar, ya'ni resurslarni tejash hisobidan ehtiyojni to'laroq qondiradilar.

4. Iqtisodiy tanlovda bir ishni qilish uchun boshqasidan voz kechiladi. Voz kechish bergan yo'qotishlarga nisbatan tanlab afzal ko'rilgan ishlar ko'proq naf keltiradi. Shu sababli iqtisodiyotda muqobil tanlovga qo'l uriladi.

Tayanch tushunchalar

Ehtiyojlar; ehtiyojlarning yuksalish qonuni; ishlab chiqarish; iqtisodiy ne'matlar; barter; tovar ayirboshlash; taqsimlash; iste'mol; iste'mol shakllari va turlari; iqtisodiy resurslar; resurslar kamyobligi; iqtisodiy tanlov; resurslarning taqsimlanishi.

III bob. ISHLAB CHIQARISH – IQTISODIYOTNING BOSH BO‘G‘INI

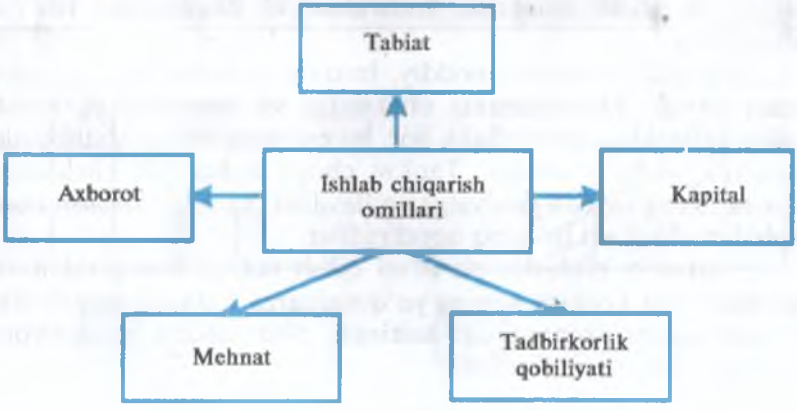
3.1. Ishlab chiqarish omillari

Ishlab chiqarish har qanday iqtisodiyotning asosini tashkil etadi, chunki bu yerda tirikchilik ne’matlari yaratiladi, buning uchun esa ishlab chiqarish omillari harakatga kelishi shart. Nimaiki ishlab chiqarishga xizmat qilsa, shu uning omili bo‘ladi, bu resurslardan iborat, albatta.

Ishlab chiqarish amaliyotida qo‘llanayotgan barcha resurslar ishlab chiqarish omillari, deb aytiladi.

Hayotiy ne’matlar yaratishda ishtirok etmay bekor yotgan resurslar ishlab chiqarish omillari bo‘la olmaydi, albatta. Masalan, ishlatilmay zang bosib yotgan stanok, chirib borayotgan xomashyo, ekinni sug‘ormay botqoqlik hosil qilayotgan suv, ishlamayotgan kishining mehnat qobiliyati kabilar resurs hisoblansa-da, ishlab chiqarish omili bo‘la olmaydi, chunki bular noz-ne’matlarni yaratishda ishtirok etmaydi. Demak, resurslar ishlab chiqarishga kirib kelgach va harakatda bo‘lgach, omillarni hosil qiladi.

Hozirgi ishlab chiqarishda 5 ta omil ishtirok etishi qayd etiladiki, bular tabiat, mehnat, kapital, tadbirkorlik qobiliyati va nihoyat axborot (informatsiya)dir (3.1-rasm).



3.1-rasm. **Ishlab chiqarish omillari**

Ishlab chiqarish omillari noz-ne’matlarni yaratishda har xil darajada ishtirok etadilar. Shunga qarab ular 3 ta guruhga ajratiladi: shaxsiy-insoniy omil, moddiy omil, axborot-informatsion omil.

Shaxsiy-insoniy omil – bu ish kuchi, uning amal qilish natijasi bo'lgan mehnatdir.

Ish kuchi – bu insonning mehnat qilishga qaratilgan jismoniy va aqliy qobiliyatidir.

Bu qobiliyat sohibi har bir mehnatga layoqatli kishidir. Mazkur qobiliyat amalda ishlatilganda mehnat yuz beradi. Ish kuchini faqat jismoniy kuch bilan cheklab bo'lmaydi. Ish kuchi sohiblari bilim, malaka, mahorat va ish tajribasining ham sohiblari bo'ladilar.

Shundagina ular ishlab chiqarishdagi mahsulot yaratuvchi va xizmatlar ko'rsatuvchi kuch bo'la oladilar. Ish kuchining miqdoriy va sifat o'lchami bor. Miqdoran olganda – bu ishlay oladigan kishilarning soni. Sifat jihatidan – bu ishlovchilarning malaka mahorati, bilimi-tajribasidir. Jamiyatning qancha noz-ne'matlarni yarata olishi mana shu ikki jihatga bog'liqdir. Ish kuchi shundayki, uni insondan ajratib bo'lmaydi, u moddiy shaklga ham ega emas, u insonning jismida mujassamlashgan qobiliyat. Shu sababli uni ishlab chiqarishdagi **inson kapitali,** deb ham atashadi. Ish kuchi ishlab chiqarishning birlamchi omili hisoblanadi, chunki inson mehnatisiz, uning ijodisiz eng mukammal mashinalar bo'lganda ham tirikchilik ne'matlarini yaratib bo'lmaydi. Inson jamiyatning oliy ishlab chiqaruvchisidir.

Insoniy omilni ishchi, xizmatchi yoki dehqonning ish qobiliyati bilan cheklab bo'lmaydi. Bunga albatta tadbirkorlik qobiliyati ham kiritiladi, lekin bu alohida omil hisoblanadi. Bu o'ziga xos noyob qobiliyat bo'lib, mahsulot va xizmatlarni yaratishda tashkiliy boshqarish faoliyati bilan qatnashadi.

Ishlab chiqarish yuz berganda tabiat in'om etgan ashyo-materiallar mehnat yordamida qayta ishlanishi kerak va buning uchun mehnat vositalari talab qilinadi. Shu sababli ishlab chiqarishda moddiy omillar ham qatnashadi.

Ishlab chiqarishning moddiy-ashyoviy omili – bu uning uchun zarur bo'lgan barcha mehnat vositalari va moddiy shakldagi ashyolardir.

Bu omilni tabiat in'om etgan boyliklar va kishilar yaratgan mehnat vositalari tashkil etadi. Ishlab chiqarish har doim tabiatga tayangan. Yer, suv, yerosti boyliklari, o'rmonlar va boshqalar unga tabiiy materiallar yetkazib beradi, uning uchun moddiy sharoit vazifasini o'taydi. Tabiat in'omi bo'lgan narsalar qayta ishlanib, ulardan kerakli mahsulot olinadi. Tabiatda uchraydigan materiallar undirib olingach va dastlabki ishlovdan o'tgach, xomashyoga aylanadi. Tabiiy xossalaridan foydalangan holda ular mahsulotga aylantiriladi. Tabiiy resurslar qishloq xo'jaligi, undirma sanoat

uchun o‘ta ahamiyatli. Yersiz dehqonchilikni tasavvur etib bo‘lmaydi, o‘rmonsiz yog‘och sanoatini, suvsiz baliqchilik bo‘lishi mumkin emas. Qurg‘oqchilik mintaqalarida, masalan, Markaziy Osiyoda, suv yer kabi dehqonchilik uchun asosiy vosita rolini o‘taydi. Tabiat qanchalik boy bo‘lmasin, baribir, bu boylikni mehnatsiz ishlab chiqarishga jalb etib bo‘lmaydi.

Tabiatning ahamiyati u beradigan boylik bilan cheklanmaydi. Tabiat – ishlab chiqarishning umumiy shart-sharoitidir. Undagi o‘zgarishlar ishlab chiqarishga jiddiy ta’sir etadi. Masalan, yerdagi harorat, ko‘kdagi havo oqimining o‘zgarishi, kosmik nurlanish, magnit bo‘ronlari – bularning hammasi ishlab chiqarish sharoitiga va kishilarning ishlash qobiliyatiga ta’sir etadi.

Ishlab chiqarish ma’lum sohalarda, masalan, ziroat, chorvachilik baliqchilik va mikrobiologiya sanoatida muayyan paytda o‘simlik va hayvonlarning biologik rivoji shaklini oladi, bioximiya jarayoni sifatida yuz beradi.

Mehnat bilan tabiatning boylik manbayi sifatidagi ahamiyati bir xil emas. Bir mamlakat ishlab chiqarishi u yerdagi tabiiy boylikka tayansa, boshqasiniki asosan mehnatga tayanadi. Masalan, Norvegiya, Quvayt, Saudiya Arabistonining iqtisodiy gullab-yashnashiga asosiy hissa qo‘shgan omil ular tabiatining neftga boy bo‘lishidir. Aksincha, tabiiy resurslar kamyob bo‘lgan Yaponiya, Koreya Respublikasi iqtisodiy rivojining asosiy omili mehnat, aniqrog‘i intellektual mehnat, ya’ni shaxsiy-insoniy omil bo‘ldi. Tabiiy resurslarning turli mamlakatlar uchun ahamiyati ularning oz yoki ko‘p bo‘lishidadir. Bundan qat’iy nazar, ularning ishlatilishi mehnat vositalariga, ularni qo‘llash usulining mukammalligiga bog‘liqdir.

Kapital ishlab chiqarish omili sifatida moddiy, ya’ni mehnat vositalari shaklini oladi. Bular o‘z navbatida 2 xil bo‘ladi:

1. **Mehnat qurollari**, unga qo‘l mehnati qurollari, mashina, mexanizm, uskuna, o‘lchov asboblari, hisoblash va aloqa texnikasi kabilar kiradi.

2. **Mehnat sharoitini hosil qiluvchi vositalar**, bunga har xil binolar, inshootlar, yordamchi qurilmalar, yo‘llar va boshqalar kiradi. Ishlab chiqarishda mehnat predmetlari ham bo‘ladi. **Nimaga mehnat ta’sir etsa, nimani qayta ishlab undan mahsulot olinsa, shu mehnat predmeti hisoblanadi**. Bunga xomashyo, materiallar va butlovchi qismlar kiradi. Masalan, to‘qimachilik uchun paxta xomashyosi, avtomobil zavodi uchun butlovchi qismlar kerak.

Mehnat qurollari inson bilan mehnat predmetlari o‘rtasida turadi. Ish kuchi shu qurollarni harakatga keltirib, ular vositasida mehnat predmetlariga ishlov berib mahsulot yaratadi.

Ishlab chiqarish omillari tarkibida **axborot (informatsiya)** alohida o'rin tutadi. Bu omil moddiy yoki jismoniy kuch shakliga ega emas, u turli ma'lumotlar tarzida bo'ladi. Ma'lum axborotga tayanilgan holda ishlab chiqarish yuz beradi, kelgan axborotga qarab nimani, qancha ishlab chiqarish masalasi hal etiladi. Axborot ijtimoiy-iqtisodiy, demografik tabiiy-texnikaviy va siyosiy xarakterga ega bo'ladi va shunga qarab ishlab chiqarish tashkil etiladi. Masalan, narx oshadi degan axborot kelsa ishlab chiqarish kengaytiriladi, narx pasayishi kutilsa buning aksi bo'ladi. Agar unumi yuqori texnika mavjud, degan axborot bo'lsa uni qo'llash chorasi ko'riladi. Internet ma'lumotlaridan foydalanib mahsulotni o'z vaqtida sotish, kerakli resurslarni xarid etish va hatto sherik topish mumkin. Shu sababli yer yuzida 2012-yil 2 mlrd kishi internetdan foydalangan.

Ishlab chiqarish omillari yaxlitlikda natija beradi, ulardan biri bo'lib, boshqasi bo'lmasa ishlab chiqarish yuz bermaydi. Ammo ularning funksiyasi bir xil emas, shu sababli ishlab chiqarishda ular turlicha qatnashadi, ularning roli o'zgarib turadi. XXI asr ishlab chiqarishi yangicha bo'lib, bu axborot texnologiyasi rolining kuchayishiga tayanadi, chunki yuksak darajada axborotlashgan ishlab chiqarish istiqbolli hisoblanadi.

3.2. Ishlab chiqarish va uning tarkibiy tuzilishi

Ishlab chiqarish – bu mahsulot va xizmatlarni yaratish jarayonidir. Buni mazmunan mehnat jarayoni, deb aytish mumkin.

Mehnat jarayoni – bu kishilarning aqliy va jismoniy kuch-qobiliyatlarining aniq maqsadni ko'zlagan holda va yaratuvchilik yo'lida sarflanishidir.

Shu sababli aql-idrok va kuch-quvvatni behuda sarflash mehnat bo'lmaydi, chunki bunda hech narsa yaratilmaydi, kishilarga hech bir naf tegmaydi. Mehnat jarayonida ishlab chiqarishning shaxsiy-insoniy va moddiy-ashyoviy omillari birikadi, ya'ni ish kuchi moddiy omillarni harakatga keltiradi. Bu birikish natijasida turli ashyo va materiallarga ishlov berilib, ehtiyojlarni qondirishga qodir bo'lgan mahsulot va xizmatlar yaratiladi. Ammo bunday birikish ikki xil yuz beradi:

1. **Bilvosita birikish.** Bunda o'zgaga tegishli moddiy omillar o'zganing ish kuchi bilan birikadi. Har ikkala omilning egasi har xil bo'ladi. Mehnat bir kishiniki bo'lsa, vositalar ikkinchi kishiniki bo'ladi.

2. **Bevosita birikish.** Bunda moddiy va shaxsiy omillar bir qo'lda bo'ladi, mulkchilik ularni bir-biridan ajratmaydi. Ham mulk egasi,

ham ishlovchi aynan bir shaxs bo'ladi. O'z mulki bo'lmish moddiy omillarni o'z kuchi bilan ishlatish yuz beradi. O'zbekistonda bunga misol qilib kichik hunarmandchilik ustaxonasining yakka tartibda ishlashini, nihoyat mayda dehqon va tomorqa xo'jaligini olish mumkin.

Ishlab chiqarish eng avval omillarning sifatiga, so'ngra miqdoriga va nihoyat ularning nisbatiga bog'liqdir. Moddiy va shaxsiy omillar bir-biriga mos bo'lgandagina ishlab chiqarish ravon rivojlanadi. Agar mehnat sifati texnika darajasidan orqada qolsa nomutanosiblik kelib chiqadi, omillar bir-biriga mos bo'lmaganidan ishlab chiqarish jadal o'sa olmaydi. Masalan, robot texnikasini savodsiz odam ishlata olmaydi, albatta. Chunki buning uchun chuqur texnikaviy bilim zarur.

Ishlab chiqarish jarayoni individual (yakka) tarzda, ayrim kishilar yoki korxona, xo'jalikda birlashgan kishilar jamoasi tomonidan amalga oshiriladi. Masalan, hunarmand yoki yakka dehqon mahsulotlarni o'zining individual mehnati bilan yaratadi. Bundan farqliroq firma yoki fermer xo'jaligida ishlab chiqarish birgalikdagi jamoa mehnatiga tayanadi. Korxonalar va xo'jaliklar ishlab chiqarishdagi sektorlarni, sektorlar esa yaxlitlikda milliy (mamlakat miqyosidagi) ishlab chiqarishni hosil qiladi.

Milliy ishlab chiqarish uch sektorli bo'ladi:

1. Industrial sektor. Bunga sanoat, qurilish va kommunikatsiya (transport, aloqa) kiradi.
2. Agrar sektor. Buni qishloq va o'rmon xo'jaligi tashkil etadi.
3. Xizmat (servis) sektori. Buni aholiga, korxonalar va muassasalarga xizmat ko'rsatuvchi sohalar tashkil etadi.

Bu sektorlar ishlab chiqarishda turli rol o'ynaydi va bu iqtisodiy salohiyatga bog'liq bo'ladi. Iqtisodiyot rivojlangan sari industrial sektor va xizmat sektorining roli oshib boradi. XXI asr iqtisodiyoti xizmat sektorining ustuvorligi bilan ajralib turadi.

Qayerda bo'lmasin, baribir ishlab chiqarish iste'mol uchun zarur bo'lgan mahsulot va xizmatlarni yaratishdan iborat bo'ladi. Kishilar uchun ishlab chiqarishning o'zi emas, balki u yaratgan noz-ne'matlar muhimdir. Binobarin, jamiyat va uning har bir a'zosi uchun ishlab chiqarish natijalari birlamchi ahamiyatga ega.

Jamiyat a'zolarining ishlab chiqarish faoliyati natijasi— bu yaratilgan barcha mahsulotlar va xizmatlar majmuasidir. Ularning kishilar ehtiyojini qondira bilish xususiyati ularning **foydaliligi** yoki **nafliligidir**.

Ishlab chiqarish yaratilgan mahsulot va xizmatlarning qanday xarakterda bo'lishiga qarab natural va tovar ishlab chiqarishga

bo‘linadi. **Natural ishlab chiqarish bo‘lganda mehnat mahsuli ishlab chiqaruvchining o‘z iste’molini qondirishga xizmat qiladi**, mahsulot bozorda ayirboshlanmaydi, ya’ni u bozor mahsuloti – tovar shakliga kirmaydi, u moddiy-natural mahsulot shakliga ega bo‘ladi. Natural ishlab chiqarishda mahsulot yoki xizmat o‘zini-o‘zi ta’minlash uchun yaratiladi. Shu sababli resurslar muayyan ishlab chiqarishga bog‘lab qo‘yiladi, ular ko‘chib turmaydi.

Tovar ishlab chiqarish – bu mahsulot va xizmatlarni tovar shaklida, ya’ni bozorda sotish uchun ishlab chiqarishdir. Bu yerda mahsulotning tovar shakli ustuvor bo‘ladi, bozorda tovarlarning oldi-sotdi qilinishida pul ishtirok etadi, o‘zini-o‘zi ta’minlash qoidasi amal qilmaydi. Tovar o‘z iste’moli uchun emas, boshqa mahsulotlarga bozorda pul vositasida ayirboshlash uchun yaratilgan mehnat mahsuli hisoblanadi.

Tovar sotishdan maqsad uning o‘rniga boshqa tovarni sotib olib ehtiyojni qondirishdir. Bu kishilar ehtiyoji bo‘ladimi yoki ishlab chiqarish ehtiyoji bo‘ladimi, buning farqi yo‘q, albatta.

Mahsulot tovar shakliga kirganda uni yaratuvchilar **tovar ishlab chiqaruvchilarga aylanadi.** O‘zbekistondagi tovar ishlab chiqaruvchilar yakka tartibda ishlovchilar, korxonalar, firmalar, qo‘shma korxonalar, agrofirmalar, fermer va dehqon xo‘jaliklaridan iborat.

Tovar ishlab chiqarish, u ixtisoslashgani uchun bu yerda mahsulotlar arzonga tushadi, hamma ularni bozorda taklif etgani uchun, ya’ni tovarlar dunyosi boy bo‘lgani uchun ulardan sarxilini tanlab olib ehtiyojni qondirish mumkin. Natural ishlab chiqarishda esa tanlov imkoni cheklangan. Ammo, o‘zini-o‘zi mahsulot bilan ta’minlash iste’mol sarf-xarajatlarini tejaydi, shu sababli natural ishlab chiqarishning ba’zi bir sarqitlari nisbatan rivojlangan iqtisodiyotda ham saqlanadi. O‘zbekistonda fermer va dehqonlar tomorqa xo‘jaligida, ishchi-xizmatchilar dala hovlisida yetishtirilgan mahsulotning bir qismi ularning o‘zi tomonidan iste’mol qilinadi, buning o‘ziga xos qulayligi bor, chunki iste’molchi o‘z mahsuloti sifatiga o‘zi kafil bo‘la oladi. Bundan tashqari, mahsulotni o‘z joyida iste’mol qilish uni boshqa yerdan qidirib topib, xarid etish va tashib keltirish xarajatlarini tejaydi.

Ishlab chiqarish faqat mahsulotning natural va tovar xarakteri jihatidan emas, balki pirovard natijada qanday ishlatilishiga qarab ham tabaqalashadi. Shu jihatidan u 2 qismga bo‘linadi:

1. **Iste’mol buyumlarini ishlab chiqarish.** Bu yerda kishilar ehtiyojini qondiruvchi va ular turmushini farovon qiluvchi ne’matlar yaratiladi. Bular jumlasiga kiradiganlar:

a) joriy iste'molni qondiruvchi oziq-ovqat, kiyim-kechak, sanitariya va gigiyena uchun zarur mahsulotlar;

b) uzoq muddat ishlatiladigan buyumlar, masalan, avtomashina, televizor, muzlatgich, mebel kabilar;

v) turli ijtimoiy xizmatlar, xususan bilim berish, malakani oshirish, davolash, hordiq chiqarish, sayohat qilish xizmatlari.

2. **Moddiy resurslarni ishlab chiqarish.** Bu yerda ishlab chiqarishda iste'mol qilinadigan barcha vositalar, chunonchi mashinalar, turli mexanizmlar, qo'l mehnati qurollari, xomashyo, yoqilg'i, elektroenergiya, butlovchi qismlar va nihoyat ishlab chiqarishga kerakli xizmatlar (omborlar, yuk tashish, aloqa o'rnatish, yo'l xizmati, resurslarni yetkazib berish) kiradi. Mazkur mahsulotlarni iste'mol qilish ishlab chiqarishni uzluksiz davom ettirish uchun zarur bo'ladi. Bularning bir qismi sarflangan moddiy resurslar o'rnini qoplab ularni qaytadan tiklasa, boshqa qismi resurslarni miqdoran ko'paytirish uchun xizmat qiladi, ya'ni ishlab chiqarish quvvatini oshiradi. Shu sababli ishlab chiqarish yaratgan resurslar sarflangan resurslardan ortiq bo'lishi talab qilinadi. Masalan, bir yilda 10000 dona stanok ishlab chiqilgan bo'lsa, shundan 8000 tasi eskirgan stanoklarni yangilash uchun, qolgan 2000 tasi ishlab turgan stanoklar sonini ko'paytirishni mo'ljallaydi.

Resurslarni yangidan ishlab chiqarish miqyosi ularning amalda naqadar tejamli ishlatilishiga bog'liq. Ular tejamli ishlatilsa, kam resurs bilan ko'proq ishlab chiqarish mumkin. Shunday bo'lganda resurslarga nisbatan iste'mol buyumlarini ko'proq ishlab chiqarish mumkin bo'ladi. Natijada iste'mol buyumlarini ishlab chiqarish tez o'sadi. Masalan, mamlakatda 500000 tonna metalldan 500000 dona yengil avtomashina chiqariladi, demak, bitta mashinaga 1 tonna metall sarflanadi. Bordi-yu metall sarfi bir mashinaga 2 marta qisqarib 0,5 tonnani tashkil etsa, mashina chiqarish 2 marta ko'payib, 1000000 donani tashkil etadi. Shunday sharoitda metall (resurs) ishlab chiqarish ko'paymagan holda iste'mol buyumi (mashina) ishlab chiqarish 2 marta o'sadi. Ishlab chiqarish muttasil o'sib borishi uchun ayrim resurslar emas, barcha resurslarning tejalishi talab qilinadi.

3.3. Ishlab chiqarish samaradorligi

Cheklangan resurslar sharoitida ehtiyojlarni to'laroq qondirish uchun ishlab chiqarish samaradorligini muttasil oshirib borish zarur bo'ladi, aks holda farovonlikni ta'minlab bo'lmaydi.

Samaradorlik resurs sarflari bilan ishlab chiqarishdan olingan natijaning taqqoslanishini bildiradi, ya'ni bu nima sarflab nimaga erishilganligini ko'rsatadi.

Samaradorlik ishlab chiqarishning pirovard natajasiga qarab belgilanadi. Ammo bu natija qilingan sarflar bilan taqqoslanishi shart. Pirovard natija – mahsulot va xizmatlarning pulda hisoblangan miqdori, ya'ni qiymati. Uni yaratish uchun moddiy resurslar, informatsiya-axborot va ish kuchi sarflanadi, ularning ham puldagi qiymati bor. Samaradorlik (S) aniqlanganda yaratilgan mahsulot va xizmatlar qiymati (M_q) bilan resurslarning sarfi (R_s) taqqoslanadi:

$$S=M_q/R_s$$

Bu bilan sarflangan resurs birligiga qancha natija olinganligi aniqlanadi. Agar M_q=10 mlrd, R_s=5 mlrd bo'lsa, S=10/5=2,0 bo'ladi. Demak, sarf birligiga 2 birlik mahsulot olingan. Agar S=1,5 bo'lsa, samaradorlik pasaygan, agar S=2,2 bo'lsa, u ortgan bo'ladi. Samaradorlikni boshqacha hisoblasa ham bo'ladi. Bunda resurs sarfi natijaga nisbatlanadi, ya'ni $S=R_s/M_q$ hosil bo'ladi. Bu natija qanday sarf evaziga olinganligini bildiradi. Oldingi misolga qaytsak, S=5/10=0,5 hosil bo'ladi. Demak, bir birlik mahsulot olish uchun 0,5 birlik resurs ketgan. Bu mahsulotning resurs sig'imini ko'rsatadi. Agar S=0,6 bo'lsa, samaradorlik pasaygan, aksincha S=0,4 bo'lsa, samaradorlik oshgan bo'ladi, chunki mahsulotning resurs sig'imi kamaygan. Bu esa kam sarflab ko'p ishlab chiqarilganligini, sarf va natija ijobiyligini bildiradi.

Samaradorlik mehnat unumdorligining hosilasidir. Resurslar cheklanganidan jamiyat o'z ehtiyojini qondirish uchun mehnat umumdorligini oshirish yo'lidan boradi. Mehnat unumdorligi mehnat natijasini, mehnat samaradorligini anglatadi.

Mehnat unumdorligi vaqt birligida yaratilgan mahsulot va xizmatlar miqdori yoki mahsulot va xizmatlar birligini yaratish uchun sarflangan ish vaqtidir.

Agar 7 soatlik ish kuni davomida bir ishchi 140 dollarlik mahsulot yaratsa, uning bir soatlik mehnat unumi 20 dollarga teng bo'ladi (140:7=20). Unumdorlik oshsa, 210 dollarlik mahsulot olinadi. Bir soatlik unum 20 dollardan 30 dollarga (210:7=30) etadi. Bunda mehnat unumdorligi 1,5 marta (30:20=1,5) oshgan bo'ladi.

Ishlab chiqarish hajmi jamiyatda yil davomida sarflangan ish vaqtiga va mehnat unumdorligiga bog'liq bo'ladi. Muayyan mamlakatda bir yilda 1 mln kishining ishlashi hisobidan 2 mlrd soat vaqt

sarflansa va har soatlik mehnat unumdorligi 20 dollar bersa, yil davomida yaratilgan mahsulot 40 mlrd dollarga teng bo'ladi. Demak, ishlab chiqarish hajmi qancha kishining ishlashiga va har bir kishining mehnat unumdorligiga bog'liq.

3.4. Mehnat unumdorligining turlari va omillari

Resurslar kamyob bo'lar ekan, ularni tobora ko'proq ishlatish orqali ehtiyojlarni to'liq qondirib bo'lmaydi. Shu sababli jamiyat resursni tejab, resurs birligidan ko'proq mahsulot oladi, bunda ham moddiy, ham mehnat resurslari tejaladi. Mana shu mehnat unumdorligini o'sishi bo'ladi.

Mehnat unumdorligi mehnat sarfi minimum bo'lgani holda, mahsulotning maksimum bo'lishini bildiradi.

Mehnat unumdorligi turli darajada ifodalanadi:

1. **Ish o'rnidagi mehnat unumdorligi.** Bu alohida olingan ishlovchi vaqt birligida o'z ish joyida qanday miqdorda mahsulot yaratgani yoki qanchalik xizmat ko'rsatganini bildiradi.

2. **Korxona darajasidagi unumdorlik.** Bu jamoada ishlovchi bir kishi vaqt birligida o'rtacha qancha mahsulot yoki xizmat yaratganini bildiradi.

3. **Sektor sohasidagi unumdorlik.** Mazkur sektor bo'yicha bitta ishlovchi muayyan vaqtda qancha ishlab chiqarganini bildiradi. Masalan, agrar sektorda 3 mln kishi band bo'lgani holda 15 mlrd dollarlik mahsulot yetishtirilsa, bir kishi mehnatining unumdorligi 5 ming dollarni tashkil etadi (15 mlrd / 3 mln = 5 ming). Bordi-yu hozir shu 3 mln kishi o'zidan tashqari 12 mln kishini boqishga yetadigan mahsulot bersa, keyinchalik u 15 mln kishiga yetadigan mahsulot beradi. Bunda mehnat unumdorligi 25 %ga oshgan bo'ladi (15x100/12=125 %).

4. **Milliy iqtisodiyot darajasidagi unumdorlik.** Bunda mamlakat miqyosidagi bitta ishlovchi o'rtacha qancha mahsulot va xizmatlar yaratganligini bildiradi. Masalan, mamlakatda jami aholi 40 mln, shundan 20 mln kishi ishlaydi va 240 mlrd dollarlik mahsulot va xizmat yaratadi. Bunda bir ishlovchining yillik mehnat unumdorligi jamiyat miqyosida 12 ming dollarga teng bo'ladi.

Mehnat unumdorligi turli korxonalar, sektorlar va mamlakatlar miqyosida jiddiy farqlanadi va bu mehnat unumdorligiga ta'sir etuvchi omillarga bog'liq. Bu omillar quyidagicha:

1. **Mehnat qurollarining naqadar mukammalligi, ya'ni ishlab chiqarishning texnik-texnologik darajasi.** Qo'l mehnatiga asoslangan ishlab chiqarishda mehnat unumdorligi past va aksincha ma-

shinalashgan ishlab chiqarishda u g'oyat yuqori va muttasil ortib boradi. Yangi texnika va texnologiyani qo'llash unumdorlikda burilish yasaydi. Masalan, zamonaviy robotlar texnikasining qo'llanilishi mehnat unumdorligini 8–10 marta oshiradi. Olimlar hisobiga ko'ra, mehnat unumdorligi o'sishining 2/3 qismi fan-texnika taraqqiyoti hisobiga, 1/3 qismi esa boshqa omillar hisobiga yuz beradi. Aytaylik mehnat unumdorligi yiliga 6 foiz o'sgan bo'lsa, shundan 4 foizi texnika taraqqiyoti hissasiga tushadi.

2. **Ishlovchilarining bilim saviyasi, mehnat malakasi va mahorati, ya'ni ishlab chiqarish shaxsiy-insoniy omilining sifati**. Bu omil mashinalashgan ishlab chiqarishda beqiyos ahamiyatga ega. Murakkab texnika-texnologiya yuksak saviya va malakani talab qiladi, aks holda uni samarali ishlatib bo'lmaydi. Gap shundaki, ishlab chiqarishning moddiy va shaxsiy omillari bir-biriga mos bo'lishi kerak. Masalan, yangi texnikani ishlatish chuqur texnikaviy bilim va ish tajribasini talab qiladi.

3. **Ishlab chiqarishning tabiiy sharoiti, tabiiy resurslarning ishlatilish sharoitining naqadar qulay bo'lishi.** Bu ayniqsa, undirma sanoat va qishloq xo'jaligida mehnat unumdorligiga jiddiy ta'sir etadi. Qazilmalar tarkibida foydali moddalar ko'p va ular sayoz joylashgan bo'lsa, shubhasiz ularni undirib olish ham sarf talab qiladi. Quvayt neft konlarida mehnat unumdorligi Rossiyaning shimolidagi konlarga nisbatan ancha yuqori. Buning sababi Quvayt tabiiy sharoitining qulayligidir. O'zbekiston janubidagi paxtachilikda uning shimolidagiga nisbatan mehnat unumdorligi yuqori. Buning sababi ham tabiiy sharoitning har xil bo'lishidir. Gap shundaki, tabiiy sharoitga qarab, bir xil mehnat har xil natija beradi.

4. **Mehnat stimullarining naqadar kuchli bo'lishi.** Buni motivatsiya, ya'ni ish natijasiga qiziqish, undan manfaatdor bo'lish hosil qiladi. Motivatsiya unumli ishlashdan yaxshi daromad topish bilan cheklanmaydi, bu o'z qobiliyatini ishga solish, dovruq qozonish, obro' orttirishni ham bildiradi. Ishlovchilar mehnat unumdorligini oshirishga qiziqqan joyda stimullar harakatga keladi, kishilar jonbozlik qilib mahsulot va xizmatlarni yaratishga ketadigan resurslar sarfini tejaydilar, natijada ish unumi ortadi. Mehnatni rag'batlantirish o'rniga mehnatga zo'rlash bo'lgan joyda unumdorlikni oshirishga intilish so'na boradi, ishlab chiqarish natijasiga befarq qarash paydo bo'ladi. Agar qul holatidago ishchini misol qilib olsak, u mehnatga zo'rlanganidan unumdorlikni ko'tarishga oshiqmaydi.

Aksincha, mehnatni erkin tanlagan, undan manfaat topgan, ozod ishlab chiqaruvchi mehnat unumdorligini oshirishga intiladi,

chunki Abu Rayhon Beruniy aytganlaridek: «Insonning qadr-qimmati o'z vazifasini a'lo darajada bajarishdan iborat, shuning uchun insonning eng asosiy vazifasi va o'rni mehnat bilan belgilanadi, inson o'z xohishiga mehnat tufayli erishadi».

Ishlab chiqarishning, umuman iqtisodiyotning naqadar rivojlanganligining asosiy ko'rsatkichi mehnat unumdorligi darajasidir.

Iqtisodiyotga baho berishda jamiyat, ya'ni mamlakat iqtisodiyoti miqyosidagi mehnatning unumdorligi asos bo'lib xizmat qiladi. Bu jamiyat miqyosida sarflangan mehnat evaziga nima yaratilganligini bildiradi. Mehnat unumdorligini (U) aniqlash uchun bir yilda yaratilgan mahsulot va xizmatlarning pulga chaqilgan miqdori (Mq)ni ishlovchilar soniga (N) bo'linadi. Buni formula shakliga keltirsak, u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$U=M_q/N$$

M_q = 3 mlrd dollar, N = 500 ming kishi bo'lsa,

U=3mlrd /500ming=6000 dollar.

Bu ko'rsatkich mehnat unumdorligi darajasini bildiradi va jamiyatning ishlab chiqara olish qobiliyatini ifodalaydi.

Eng yuksak mehnat unumdorligi XXI asrga kelib rivojlangan mamlakatlarda kuzatildi. Bir ishlovchi ko'p miqdorda ishlab chiqargani uchun jon boshiga yaratilgan tovar va xizmatlar ko'p bo'ldi. Masalan, 2010-yil AQShda jon boshiga ishlab chiqarish 47 ming, Yaponiyada 34,8 ming, Germaniyada 38,2 ming dollar bo'ldi.

Unumdorlik darajasi bilan uning o'sish sur'atlarini farqlash kerak, chunki daraja yuqori bo'la turib, sur'atlar past bo'lishi mumkin va aksincha. Unumdorlikning o'sish sur'ati uning yuksalish tezligi bo'lib, foiz bilan ifodalanadi. Masalan, mehnat unumdorligi 10 yilda 57 foizga oshgan bo'lsa, uning yillik o'sish sur'ati 4,6 % bo'ladi.

Ammo bu unumdorlik darajasini bildirmaydi. Iqtisodda shunday qoida borki, unumdorlik darajasi yuqori bo'lsa, uning o'sish sur'atlari nisbatan past bo'lishi ham mumkin. Shu sababli unumdorlik o'sish sur'atlari past mamlakatning iqtisodiy qudrati yuqori bo'lishi mumkin. Aksincha ham bo'ladi.

3.5. Mehnat unumdorligining ahamiyati

Mehnat unumdorligi qanchalik yuqori bo'lsa, shunchalik **vaqtning qadri** oshadi, chunki vaqt birligida shunchalik ko'p mahsulot va xizmatlar yaratish va shu tufayli ko'proq pul topish mumkin. «Vaqt - bu pul demakdir» degan iboraning ma'nosi ham mana shun-

da. Mehnat unumdorligi va turmush farovonligi to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi. Unumdorlikning farovonlikka ta’siri ikkiyoqlama bo‘ladi. Birinchidan, unumdorlikning yuksalishi ehtiyojni qondiradigan mahsulot va xizmatlarni ko‘paytiradi. **Qayerda unumdorlik yuqori bo‘lsa, shu yerda turmush darajasi ham yuqori bo‘ladi**. Kambag‘allik va muhtojlikning asl sababi esa mehnat unumdorligining past bo‘lishidir, chunki **oz yaratgan ko‘p iste’mol qilishi mumkin emas,** chunki bunda yaratilgan ne’matlar yetmay qoladi.

Ikkinchidan, mehnat unumdorligining ortishi ish vaqtini tejab, kishilarning bo‘sh vaqtini ko‘paytirib beradi. **Bo‘sh vaqt esa jamiyatning boyligidir.**

Iqtisodiyotdagi har qanday tejam vaqtning tejalishi, demakdir. Agar mahsulot yaratish uchun zarur bo‘lgan vaqt muttasil qisqarib borsa, kam vaqt sarflangan holda ehtiyoj to‘laroq qondiriladi, chunki bu kam vaqt sarflab ko‘p ishlab chiqarishni bildiradi. Nafaqat ishlab chiqarishda, balki iqtisodiyotning boshqa jabhalarida, xususan, iste’mol borasida ham vaqt tejalishi talab qilinadi. Ehtiyojni qondirishga zarur vaqt qisqarishi bilan bo‘sh vaqt ortib boradi, bu esa **inson rohat-farog‘atini ta’minlovchi vaqt bo‘ladi.**

Yaxshi ishlagan yaxshi yashaydi degan qoidani farovonlikning bevosita mehnat unumdorligiga bog‘liq bo‘lishi yuzaga keltiradi. Bu qoida ayrim ishlovchi, butun bir jamoa va hatto butun bir mamlakat xalqiga ham taalluqli bo‘ladi. Unumdorlikning ijtimoiy ahamiyatini unga mos ravishda farovonlikning ortib borishi isbotlaydi.

Masalan, 2000-yilda dunyodagi iqtisodiyoti yuksak rivojlangan mamlakatlarda bir ishlovchi yaratgan mahsulot va xizmatlar 51,3 ming dollar, iqtisodiyoti zaif mamlakatlarda esa 836 dollar bo‘ldi (Bu unumdorlikni bildiradi). Shunga mos ravishda birinchi guruh mamlakatlarida jon boshiga aholi iste’moli 14,8 ming dollar, ikkinchi guruh mamlakatlarida 236 dollar bo‘ldi. Bu farovonlik ko‘rsatkichidir.

3.6. Ishlab chiqarish chegarasi

Ishlab chiqarish chegarasi qancha ishlab chiqarish zarurligi va buning imkoniyatlari bilan belgilanadi. Muayyan vaqtda xohlaganicha ishlab chiqarish mumkin emas, chunki buni cheklab turuvchi omillar bo‘ladi, ularni birdaniga o‘zgartirib bo‘lmaydi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlarining chegaralanishi ehtiyojga va uni qondirish vositalariga qarab muayyan vaqtda qancha ishlab chiqarish mumkinligini bildiradi.

Ishlab chiqarish chegarasini ehtiyojning katta-kichikligi, bunga resurslarning yetarli bo'lishi yoki yetishmasligi belgilaydi. Odatda ehtiyojlar tez o'sgani holda resurs imkoniyatlari bundan orqada qoladi. Shunday sharoitda qo'shimcha mahsulotni ishlab chiqarish naqadar ma'qulligi nazarda tutiladi. Qo'shimcha mahsulot chiqarish uning sarfi oshgunga qadar davom etadi. Shu chegaraga yetgach ishlab chiqarish serxarajat ishga aylanadi, shu bois sarflarni tejash usulini topish zarurati paydo bo'ladi. Buning yo'li topilgach yana qo'shimcha ishlab chiqarish mumkin bo'ladi.

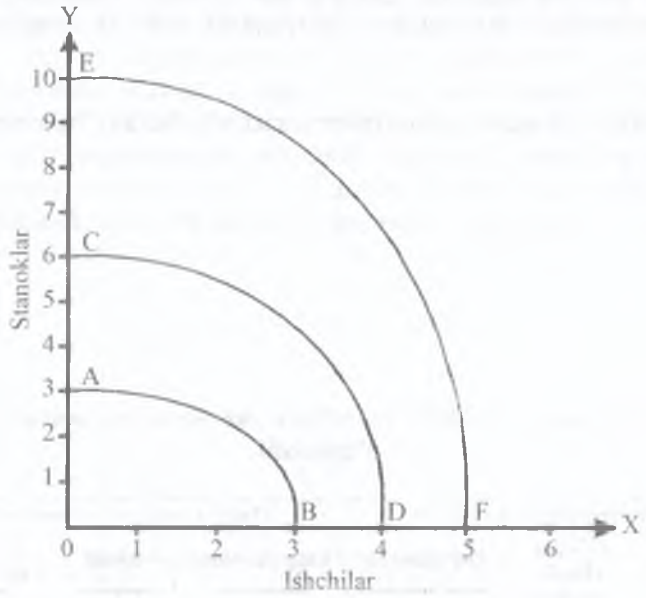
Ma'lumki, resurslar ishlab chiqarish omillariga aylanadi. Ishlab chiqarish hajmi omillarning miqdori va sifatiga bog'liq bo'ladi. Buni **ishlab chiqarish funksiyasi** ifoda etadi. Bu funksiya omillarning muayyan nisbati sharoitida mahsulot chiqarishning maksimumlashuvini, ya'ni iqtisodiy samaradorlikning ta'minlanishini bildiradi. Mahsulotning qanday mehnat sarfi bilan olinishi uning **mehnat sig'imi**, qanday kapital sarfi bilan olinishi **kapital sig'imi** bo'ladi. Mehnat va kapital o'rinbosar omillar hisoblanadi. Ulardan birining ortishi shunga nisbatan boshqasining kamayishini bildiradi. Bir holatda mehnatni ko'paytirish mahsulot chiqarishni oshirsa, boshqa holatda buni kapitalni ko'paytirish ta'minlaydi.

Masalan, 10 ta stanokda 10 kishi ishlab ish smenasida 100 ta mahsulot chiqaradi. Ikki smenada ishlash uyushtirilib yana 10 kishi ishlasa qo'shimcha 100 ta mahsulot olinadi. Bordi-yu yana 2 ta odam ishlasa, ular bergan qo'shimcha mahsulot kamayadi, chunki oldin stanokda ishlab turgan 2 kishi boshqa stanok yo'qligi sababli yarim smenada mehnat qiladi. Aytilgan 4 kishi 40 ta o'rniga 20 ta mahsulot chiqaradi, chunki ular yarim smena ishlaydi. Demak, qo'shimcha mehnatni jalb qilish hisobidan mahsulotning ko'payishi ma'lum chegaragacha bo'ladi, so'ngra qo'shimcha mehnat bergan mahsulot kamayishga moyil bo'ladi (bu **marjinal mahsulot,** deb ataladi).

Qo'shimcha kapital kiritishning ham chegarasi bor, chunki bu mehnat bilan ta'minlanishi shart. Oldingi misolga qaytsak, 10 ta stanok o'rniga 12 ta stanok qo'yish mumkin emas, chunki ikki smenada ishlanganda ham ishchilar yetishmaganidan 2 ta stanok bo'sh qoladi. Ularni ishlatish uchun boshqa stanoklarda ishlashni qisqartirishga to'g'ri keladi. Qo'shimcha stanoklarni ishlatishdan, ya'ni qo'shimcha kapital kiritishdan olingan mahsulot, ya'ni marjinal mahsulot ham kam bo'ladi.

Omillar nisbati qanday bo'lishini chizmada tasvirlaymiz (3.2-rasm). Chizma hosil qilish uchun ishchilar (insoniy omil) va stanoklar (moddiy omil) nisbatini olamiz. Chizmada ikki omilning

turli nisbati ko‘rsatilgan (boshqa omillar o‘zgarmagan, deb taxmin qilamiz) AB chizig‘i bir ishchiga bitta stanok to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi (3:3 = 1). Bu yerda stanok yetishmaydi, CD chizig‘i o‘rtacha bir ishchi 1,5 stanokni ishlata olishini (6:4=1,5) va bu nisbatan maqbulligini bildiradi. EF chizig‘ida ishchilar yetishmaganidan stanoklarning bir qismi bekor turib qoladi.



3.2-rasm. **Ishlab chiqarish omillari nisbati**

Birinchi va uchinchi holatda chegara bo‘lgan. Undan chiqish uchun omillar sonini o‘zgartirish kerak. AB holatidan chiqish uchun stanoklar sonini, EF holatidan chiqish uchun ishchilarni ko‘paytirish zarur. Mana shunda chegara yo‘q bo‘ladi. Demak, chegara ma’lum vaqtda hosil bo‘ladi, so‘ng undan chiqiladi. Binobarin, u abadiy emas, balki o‘tkinchidir.

3.7. Ishlab chiqarish natijasining kamayishga moyilligi

Omillardan biri o‘zgarmay qolgan holda boshqasining qo‘shimcha ravishda ishlab chiqarishga kiritilishi marginal mahsulotni kamayishga moyil qiladi. Bu iqtisodiyotda ishlab chiqarish bergan **natijaning kamayib borish qonuni** amal qilishidan guvohlik beradi. Bu qonunga ko‘ra:

Bir ishlab chiqarish omilining boshqa omillar o‘zgarmagan holda ortib borishi natijasida shunday holat yuzaga keladiki, bunda aytilgan omildan qo‘shimcha tarzda foydalanish mahsulot chiqarish hajmining qisqarishiga olib keladi.

Bu qonun barcha omillarning ishlatilishiga taalluqlidir. Uning amal qilishini mehnatning marjinal unumdorligi, ya’ni qo‘shimcha mehnat unumdorligining pasayishida ko‘rish mumkin, chunki qo‘shimcha mehnat beradigan qo‘shimcha mahsulot ma’lum chegaragacha ortib boradi, so‘ngra pasayishga moyil bo‘ladi.

Ishlab chiqarish omillari bir-biriga mos ravishda bo‘lmasa mahsulot ishlab chiqarishning resurs sarflari oshadi, shunga ko‘ra olingan natija ham qisqaradi. Masalan, ekin maydoni o‘zgarmagan holda ishlovchilar soni ko‘paysa, qo‘shimcha ishlovchilar mehnati bergan hosil kamayadi. Aksincha bo‘lib, ishlovchilar soni o‘zgarmagan holda ekin maydoni ko‘paysa, qo‘shimcha ekin maydonidan olingan hosil kam bo‘ladi, chunki ish kuchi yetishmay qoladi. Buni jadvaldan ko‘rish mumkin (3.1-jadval).

3.1-jadval

Qo‘shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot miqdorining o‘zgarishi

Ekin maydoni o‘zgarmagan			Mehnat miqdori o‘zgarmagan		
Mehnat miqdori	Olingan hosil miqdori	Qo‘shimcha hosil miqdori	Ekin maydoni miqdori	Hosil miqdori	Qo‘shimcha yer bergan hosil
2	400	400	5	1000	1000
4	600	200	10	1500	500
6	640	40	15	1680	180
8	660	20	20	1800	120
10	670	10	25	1880	80

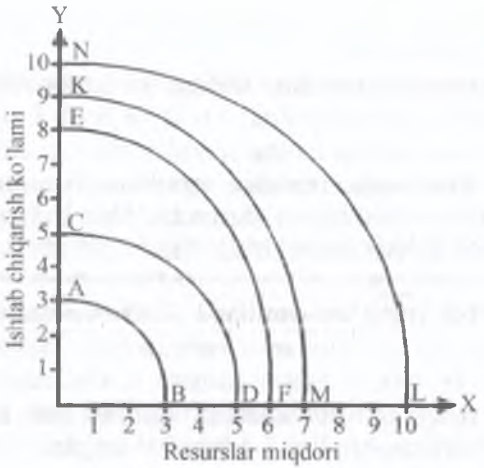
Jadvalni kuzatsak har ikki holda ham bir omil o‘zgargani holda boshqasining o‘zgarmay qolishi ular o‘rtasida nomutanosiblik hosil qiladi, ya’ni ulardan biri yetishmaganligi sababli qo‘shimcha omil birligi bergan qo‘shimcha mahsulot kamayadi.

Bunday hol bo‘lmasligi uchun hamma omillarning mutanosib o‘sishi talab qilinadi.

Mahsulot sarfga nisbatan tezroq o‘sishi uchun qo‘shimcha kiritilgan omillar tejamli ishlatilishi talab qilinadi va bunga asosan, texnika taraqqiyoti orqali erishiladi. Masalan, mehnat sarfi 20 %ga ko‘paygani holda ishlab chiqarish 30 %ga ortishi uchun, ya’ni natija

sarfga nisbatan 1,5 barobar (30:20=1,5) ko'p bo'lishi uchun qo'shimcha kiritilgan kapital yangi mukammal texnologiyani joriy etishga sarflanishi zarur, chunki shu yo'l bilan sarflar tejaladi va ular bergan mahsulot tezroq o'sadi. Demak, ishlab chiqarish chegarasini faqat omillar miqdori emas, balki ularning nisbati ham belgilar ekan. Natijaning kamayib borishi yuz berganda uni bartaraf etish uchun omillar nisbatini o'zgartirib, uni **muqobil holatga** keltirish zarur bo'ladi. Bunga qo'shimcha kiritiladigan mehnatni yoki kapitalni ko'paytirish orqali erishiladi, ya'ni ishlovchilar yoxud mashina-uskunalar soni ko'paytiriladi. Shunda mehnat unumdorligi o'sib, ishlab chiqarish natijasi ham ortadi.

Ishlab chiqarish natijasi omillarning ishlatilishiga bog'liqligini anglash uchun chizmani tahlil qilamiz (3.3-rasm). Chizmada omillar va ishlab chiqarish hajmi tasvirlangan.



3.3-rasm. **Resurs va ishlab chiqarish ko'lami**

Rasmdagi AB va CD yoysimon chiziqlar resurs sarfiga monand ravishda ishlab chiqarish ko'lamining ortib borishini bildiradi. EF chizig'i ishlab chiqarish imkoni cheklanganligi sababli uni kengaytirish uchun resurslar tejalganligini bildiradi, chunki quyidagi DF oralig'i yuqoridagi CE oralig'idan kichik. KM chizig'i esa chegara yo'qolganini bildiradi, chunki FM=EK. Ammo chegara yana qaytadan paydo bo'lishi ham mumkinki, buni NL chizig'i bildiradi. Bu yerda yana resurs ko'p talab qilingan, chunki ML>KN. Bu chegara hosil qilgan, undan chiqish uchun resurslarni tejashning yangi imkoniyatlarini topish kerak bo'ladi.

3.8. Ko‘lam samarasi

Ishlab chiqarish chegarasi uning ko‘lami bo‘lib, yaratilgan mahsulot va xizmatlar hajmini bildiradi.

Iqtisodiyotda **ko‘lam samaradorligi** bo‘lib, bu mahsulot va xizmatlarni ma’lum chegarada ishlab chiqarish qulay bo‘lishini bildiradi. Bir yerda katta ko‘lamdagi ishlab chiqarish samarali bo‘lsa, boshqa yerda o‘rta va hatto kichik hajmdagi ishlab chiqarish samarali bo‘ladi. Aholi ko‘p joyda supermarket samarali bo‘lsa, u kam yerda kichik do‘kon samarali ishlaydi. Aloqa, gaz, elektroenergiya, suv ta’minoti va temiryo‘l transportida yirik korxonalar yaxshi natija bersa, xizmat ko‘rsatishda kichik korxonalar bo‘lgani ma’qul. Masalan, 500 kishi ishlaydigan sartaroshxona yoki soatsozlik ustaxonasining keragi yo‘q, chunki uning ko‘lami yaxshi natija bermaydi.

Ko‘lam samarasi bu muayyan ko‘lam sharoitida eng yaxshi natijaga erishish hisoblanadi.

Ko‘lam samarasi omillar sarfiga nisbatan ishlab chiqarish natijasi qanday bo‘lishini bildiradi. U 2 xil bo‘ladi: **ijobiy va salbiy.** Agar mahsulot va xizmatlarning hajmi kiritilgan omillar miqdorining o‘sishiga mos kelsa, masalan, omillar 1,5 marta ko‘payishiga monand ravishda mahsulot va xizmatlar ham 1,5 marta ko‘paysa, ko‘lam samarasi **doimiy** hisoblanadi.

Bordi-yu kiritilgan omillarga nisbatan ishlab chiqarish hajmi tezroq ortib borsa, masalan, omillar 1,5 marta ortgani holda natija 2 marta ko‘paysa, ko‘lam samarasi **oshgan** bo‘ladi. O‘zgarmagan va oshgan samara birgalikda ijobiy samara hisoblanadi. Agar olingan natija kiritilgan omillardan kam bo‘lsa, ko‘lam samarasi **salbiy** hisoblanadi. Masalan, omillar 1,5 barobar ortgani holda natija faqat 1,2 marta ko‘payadi.

Ishlab chiqarish ko‘lami va darajasi farqlanadi. **Ko‘lam** – bu ishlab chiqarish hajmi. Ishlab chiqarish **darajasi** omillardan – resurslardan naqadar unumli foydalanilganligini bildiradi, ya’ni kam sarflab ko‘p ishlab chiqarilishini anglatadi. Ishlab chiqarish darajasini uning umumiy hajmi emas, balki **jon boshiga qancha ishlab chiqarilishi** bildiradi. Masalan, Xitoyda ishlab chiqarish ko‘lami katta, lekin uning darajasi past. Belgiyada ko‘lam kichik, lekin daraja yuqori. Shu sababli, 2010-yilda Xitoyda ishlab chiqarish ko‘lami 10,1 trln dollar bo‘lgani holda jon boshiga ishlab chiqarish 7540 dollarni tashkil etdi. Belgiyada esa, ko‘lam 411,2 mlrd dollar, bu jon boshiga 37840 dollarga teng bo‘ldi. Demak, Belgiya darajasi Xitoynikidan 6,2 marta yuqori.

Ishlab chiqarish chegarasini mamlakatlar doirasida ularning imkoniyati belgilaydi. Mavjud imkoniyatdan ortiqcha ishlab chiqarish mumkin emas. Bu chegaradan chiqish uchun omillar ko'paytirilishi kerak, bu esa jamg'arma talab qiladi. Ammo yaratilgan mahsulotlarni faqat jamg'arish yoki iste'mol qilib yuborish mumkin emas. Agar ular faqat jamg'arilsa, tirikchilik uchun hech narsa qolmaydi. Bordi-yu bular tamomila iste'mol qilib yuborilsa, jamg'arma bo'lmaganidan moddiy omillar rivojlanmay qoladi. Ishlab chiqarish imkoniyati mamlakatlar bo'yicha farqlanadi. Buni omillar hajmi va sifati belgilaydi. XXI asrga kelib salohiyati kuchli mamlakatlarda dunyodagi aholining 13,5 % yashagani holda yer yuzida chiqarilgan mahsulot va xizmatlarning 80 % yaratiladi, aksincha, iqtisodi zaif mamlakatlarda aholi ko'p bo'lgani holda (55 %) ularning mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishdagi hissasi kichikligicha (5 %) qoladi.

3.9. Ishlab chiqarishning takrorlanib turishi

Cheksiz ehtiyojlarni qondirish uchun uzluksiz ravishda ishlab chiqarish kerak, chunki ishlab chiqarishda uzilish yuz bersa, kishilarning hayotiy ehtiyojlari qondirilmaydi. Ishlab chiqarish bir marta yuz bermasdan doimo yangilanib, qaytarilib turadi, natijada tirikchilik ne'matlari uzluksiz yaratilib boriladi.

Ishlab chiqarishning yangilanishi, uning qaytarilib turishi takror ishlab chiqarish deyiladi. Takror ishlab chiqarishning uchta turi bo'ladi: oddiy, kengaytirilgan va toraygan takror ishlab chiqarish. **Oddiy takror ishlab chiqarish** bo'lganda uning hajmi o'zgarmaydi. Bunda ishlab chiqarish hajmi oldingicha qolganidan aholi soni o'sgan taqdirda jon boshiga hisoblangan mahsulot va xizmatlar qisqaradi. Bu esa iste'molni oldingi darajada saqlab turish uchun yangidan yaratilgan mahsulotning oldingidan ko'proq qismini iste'molga sarflab yuborishni talab qiladi. Bu esa ishlab chiqarishdagi resurslar sarfini kamaytirish hisobidan bo'ladi va ishlab chiqarishni yanada torayishiga olib keladi. Shuni bir misolda ko'rib chiqamiz. Mamlakatda shu yilda 100 mlrd birlik mahsulot va xizmatlar yaratilib, shuning 80 mlrd birligi aholi iste'moliga va 20 mlrd birligi ishlab chiqarishdagi resurslarni ko'paytirishga yuborilar edi. Aholi jon boshiga iste'mol 800 ming birlik edi. Oddiy takror ishlab chiqarish yuz berib qaytadan 100 mlrd birlik mahsulot yaratildi, aholi soni esa 2 % ko'paydi. Natijada jon boshiga iste'mol 784 ming birlikka tushib qoldi. Bunda iste'molni oldingi 800 ming darajasida saqlash uchun kelasi yili sarflanadigan resursni jon boshi hisobiga 16 mingga (800-784=16) qisqartirish kerak. Natijada ehtiyoj oldin-

gidan kamroq qondiriladi. Bu ma'qul emas, shu sababli ishlab chiqarishni kengaytirish yo'lidan borish kerak. **Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish** – bu ishlab chiqarishni uning hajmi ortgan holda takrorlanishi, ya'ni yangilanib turishidir. Bunda yaratilgan mahsulot va xizmatlarning miqdori ortib, ularning tarkibi yangilanib boradi, ya'ni eski mahsulotlar o'rniga yangilari keladi. Ishlab chiqarish kengaygan taqdirda jon boshiga hisoblangan mahsulot va xizmatlarning miqdori va shunga binoan ularning iste'moli ortadi. Oldingi misolga qaytsak hozir ishlab chiqarish hajmi 100 mlrd birlik bo'lsa, kelasi yili u kengayish tufayli 110 mlrd ga yetadi. Agar aholi soni o'zgarmasa, bu jon boshiga iste'molni oldingi 800 ming o'rniga 850 mingga yetkazadi, jon boshiga jamg'arishni 20 mingdan 22 ming birlikka yetkazadi. Natijada ehtiyojning qondirilishi kelajakda ortadi.

Ishlab chiqarishni kengaytirishning asosiy sharti shuki, yaratilgan mahsulotlarning resurslardan iborat qismi jamg'arilishi, ya'ni sarflangan resurslar o'rnini qoplashdan ortib qolishi va qaytadan ishlab chiqarishni kengaytirishga yuborilishi kerak bo'ladi. Oddiy takror ishlab chiqarish bo'lganda yangidan yaratilgan resurslar sarflanib yuborilgan resurslarning o'rnini qoplashga yetarli bo'lsa, bas, chunki resurslarni ko'paytirish talab qilinmaydi. Ishlab chiqarishni kengaytirish uchun esa resursni ham ko'paytirish zarur bo'ladi. Bizning misolimizda ishlab chiqarish hajmi 10 mlrd ga ko'paygan edi (110-100=10). Shundan 8 mlrd iste'molga yuborilsa, qolgan 2 mlrd resurslarni ko'paytiradi, natijada ishlab chiqarish qaytadan kengayadi. Ammo ehtiyojni to'laroq qondirish uchun ishlab chiqarish hajmi resurs sarflga nisbatan ko'proq ortishi kerak va bunga resurslarni tejash orqali erishiladi.

Bunda resurs birligiga hisoblangan mahsulot va xizmatlar ko'payadi. Agar resurs 10 % oshsa, ishlab chiqarish hajmini bundan ko'proq, masalan, 12 % o'stirish kerak. Agar aholi 2 %ga ko'paysa jon boshiga mahsulot 10 %ga o'sgan bo'ladi va shunga binoan jon boshiga iste'mol ham ko'payadi.

Hozirgi iqtisodiyotga xos belgi kengaytirilgan takror ishlab chiqarishning yuz berishidir. Mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish kengaygani uchun ularning jon boshiga iste'moli ham ko'paydi. Ammo ishlab chiqarish holati mamlakatlar bo'yicha farqlanadi. Agar bir yerda u o'sib borsa, boshqa yerda u depsinib turadi, yana boshqa joyda u hatto qisqaradi.

Toraygan takror ishlab chiqarish – bu ishlab chiqarish hajmining oldingidan qisqarib ketishidir. Bizning misolimizda oddiy

takror ishlab chiqarish yuz berganda 100 mlrd birlik mahsulot yaratilar edi.

Ishlab chiqarish torayib ketganda mahsulot hajmi, masalan, 90 mlrd birlikka tushadi, natijada aholi jon boshiga iste'mol ham qisqaradi. Toraygan takror ishlab chiqarish chuqur iqtisodiy tanglik, urushlar, tabiiy yoki texnogen falokatlar tufayli yuz beradi va o'tkinchi xarakterga ega, chunki undan tezda chiqib ketiladi.

3.10. Milliy boylik va iqtisodiy salohiyat

Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan mahsulotlarning bir qismi iste'mol qilinib yuborilsa, boshqa bir qismi jamg'arilib, milliy boylikka kelib qo'shiladi.

Milliy boylik muayyan davrda mamlakatda to'plangan moddiy, madaniy-ma'naviy ne'matlar va tabiiy boyliklar majmuasidir.

Milliy boylikka, keng ma'noda, bulardan tashqari to'plangan bilimlar, kasbiy malaka va tajriba ham kiritiladi. Milliy boylik bu ayrim millat yoki elat boyligi emas, balki muayyan mamlakatning umumiy boyligidir. U o'zining ichki tuzilishiga qarab **mehnat yaratgan boylik** va **tabiat in'om etgan boylikdan** iborat. Mehnat yaratgan boylik bu takror ishlash jarayonida uzluksiz jamg'arilib kelingan xomashyo, yoqilg'i, mavjud mashina-uskuna, bino-inshootlar, aholiga uzoq muddat xizmat qiladigan buyumlardan iborat bo'ladi. Tabiat in'om etgan boylikni mehnat yaratmaydi, u bor narsa, undan mehnat yordamida foydalaniladi, xolos. Bunga yerning o'zi, undagi boyliklar kiradi, uni pulga chaqib baholanadi. Masalan, O'zbekistonning yerosti boyliklari qiymati 3,5 trillion dollarga teng, deb baholangan. Tabiiy boylik qanchalik ko'p bo'lsa shunchalik mamlakat ham boy bo'ladi. Ammo buning uchun ular amalda ishlatilishi kerak, bu esa mehnat yaratgan boylik bo'lmish ishlab chiqarish quvvatlariga bog'liq bo'ladi.

Milliy boylik moddiy ko'rinishga ega bo'lsa-da, u moddiy va nomoddiy sohada xizmat qiladi. Moddiy sohadagi boylik kapital shakliga ega va mahsulotlarni ishlab chiqarishga xizmat qiladi. Bular jumlasiga ishlab chiqarish binolari, inshootlari, mashina va mexanizmlar, transport vositalari, yo'llar, kanallar, suv omborlari kiradi. Nomoddiy sohadagi boylikka ijtimoiy xizmat ko'rsatish sohalaridagi (ta'lim, madaniyat, san'at, sog'liqni saqlash, sport, turizm va h.k.) binolar, qurilmalar, mashina-mexanizmlar, transport vositalari kiradi. Ular nomoddiy shakldagi turli xizmatlarni ko'rsatishda ishlatiladi.

Boylikning maxsus turi — bu **intellektual** boylikdirki, bu adabiyot va san'at asarlaridan to'plangan bilimlardan iborat bo'ladi. Milliy boylik qanday davrda ishlatilishiga qarab 2 qismga ajratiladi:

1) **avloddan avlodga o'tuvchi boylik.** Bu bir necha avlodga xizmat qiluvchi tarixiy binolar, inshootlar, suv omborlari, yo'llar, kanallarni o'z ichiga oladi. Masalan, Samarqanddagi me'moriy yodgorliklardan tarixiy obida sifatida deyarli 20 avlod foydalanib keladi. Katta Farg'ona kanalidan 1939-yildan buyon foydalanib kelinmoqda, u yana bir necha avlodga xizmat qiladi;

2) **bir avlodga** va uning turli guruhlariga xizmat qiluvchi boylik. Bunga uzoq vaqt xizmat qiluvchi buyumlar, kichik binolar, qurilmalar, uskunalar kiradi.

Milliy boylik doimo harakatda bo'ladi va buni uning **aylanib turishi**, deb atashadi. Boylik avval yaratiladi, so'ngra ishlatiladi va nihoyat ishlab chiqarish hisobidan to'ldirilib boriladi. Ma'lumki, yaratilgan mahsulotning bir qismi joriy iste'mol natijasida yo'q bo'lib ketsa, boshqa qismi jamg'ariladi. Jamg'arilgan mahsulotlar birinchidan ishlatilgan boylikning o'rnini to'ldirsa, ikkinchidan uning miqdoran o'sib borishini ta'minlaydi. Demak, milliy boylikning aylanib turishi uning **sarflanishi, tiklanishi va o'sishidan** iborat.

Milliy boylik harakati esa yillar, hatto asrlar osha davom etadi. Ammo milliy boylik tarkibiga kiruvchi narsalarning aylanma harakati har xil vaqtda kechadi. Uzoq vaqt xonadonda ishlatiladigan buyumlar (mebel, jihozlar, mashina va h.k.) tezda to'ziydi yoki urfdan qolib iste'moldan chiqib ketadi. Yoqilg'i, xomashyo g'amlamalari va mashina-uskunalar ham tezda ishlatilib ketiladi va qaytadan hosil qilinadi. Binolar, yirik inshootlar, portlar, aerodromlar, suv omborlari, kanallar, temir va avtomobil yo'llari g'oyat uzoq xizmat qiladi, ular harakati o'n va hatto yuz yillar davom etadi. Tabiiy boyliklarning bir qismi (masalan, tuproq hosildorligi, suv, o'rmon boyligi va h.k.) inson ishtirokida tiklanib turadi, boshqa qismi esa (masalan, neft, gaz, ko'mir, ruda zaxirasi va h.k.) tiklanmaydi, ular ishlatilib bo'lgach yo'q bo'lib ketadi yoki boshqacha boylik shakliga kiradi. Masalan, ruda tugagach, u temir-tersak shakliga kiradi va qaytadan ishlatiladi. Milliy boylik takroran yaratilish jarayonida ko'payib boradi, bu mamlakat iqtisodiy salohiyati oshganini bildiradi.

Jamiyatning ishlab chiqarish qobiliyati uning iqtisodiy salohiyati, deb ataladi.

Bu salohiyat milliy boylikning miqdori va uning sifati hamda tarkibiga bog'liq bo'ladi. Boylik qanchalik katta bo'lsa va uning

tarkibida ishlab chiqarish omillarini tashkil etuvchi boylik qanchalik ko‘p bo‘lsa shunchalik iqtisodiy salohiyat kuchli bo‘ladi. Ammo erishilgan va bo‘lg‘usi salohiyat farqlanishi kerak.

Yerishilgan salohiyat – bu amalda ish berayotgan salohiyat, u mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishni ta’minlab turuvchi salohiyat. Bu jon boshiga ishlab chiqilgan tovarlar va xizmatlarning pulda ifodalangan miqdori bilan o‘lchanadi va mamlakatlar bo‘yicha farqlanadi. Masalan, bu ko‘rsatkich 2010-yilda dunyo bo‘yicha 11000 dollar bo‘ldi. Biroq rivojlangan mamlakatlarda 41700 dollar, iqtisodi eng zaif mamlakatlarda 1200 dollarga teng bo‘ldi.

Bo‘lg‘usi salohiyat – kelajakda ish berishi mumkin bo‘lgan salohiyatdir. Masalan, ishlatilayotgan stanoklar, ish kuchi va har xil konlar amaldagi real salohiyat bo‘lib, bu yaratilgan mahsulot va xizmatlarda ifoda etiladi. Stanoklar zaxiralari (zaxiradagi quvvatlar) jalb etilishi mumkin bo‘lgan mehnat resurslari borligi aniq, lekin hali ishlatilmagan konlar bo‘lg‘usi – istiqboldagi salohiyatni tashkil etadi. Mavjud salohiyatning ishlatilishi va bo‘lg‘usi salohiyatning naqadar tez ishga kirishiga qarab takror ishlab chiqarish yuz beradi. Masalan, Norvegiya bundan 50 yil muqaddam Yevropadagi iqtisodiyoti kuchsiz mamlakat bo‘lgan. Eng shimoldagi neft va gaz konlarining jadal ishlatilishi tufayli Norvegiya jon boshiga yaratilgan mahsulot va xizmatlar hajmi jihatidan Yevropadagi kuchli mamlakatga aylandi.

Xulosalar

1. Resurslar ishlab chiqarishda uning omillariga aylanadi, bularga yer, mehnat, kapital, tadbirkorlik qobiliyati va informatsiya (axborot) kiradi. Bular 3 guruhga ajratiladi: moddiy-ashyoviy, shaxsiy-insoniy va informatsion omillardir. Bular ishlab chiqarishda har xil rol o‘ynaydi.

2. Ishlab chiqarish omillari yaxlitlikda amal qiladi, ularning birikishi natijasida mahsulot va xizmatlarning yaratilishi yuz beradi. Mahsulotlar va xizmatlar natural va tovar shakliga ega bo‘ladi. Bular pirovard ishlatilishiga qarab iste’mol buyumlaridan va moddiy resurslardan iborat bo‘ladi.

3. Resurslar cheklanganidan o‘sib borayotgan ehtiyojlarni qondirish uchun ishlab chiqarish samaradorligini oshirish talab qilinadi. Samaradorlik ishlab chiqarishda olingan natijaning bunga ketgan sarflar bilan qiyoslanishidir. Kam sarflab ko‘p natija olingan yerda samaradorlik yuqori hisoblanadi. Samaradorlik – mehnat

unumdorligi hosilasidir. Mehnat unumdorligini oshiruvchi omillar sirasiga texnika-texnologiya darajasi, ish kuchining sifati, tabiiy sharoitning qulayligi va mehnat stimullarining ta'sirchanligi kiradi.

4. Ishlab chiqarish chegarasi bo'lib, bu muayyan resurslar sharoitida faqat ma'lum hajmda ishlab chiqarish mumkinligini bildiradi. Mazkur chegara ishlab chiqarish ko'lamini hosil qiladi, buni resurslar miqdori, sifati va ularning ma'lum nisbatda ishlatilishi belgilaydi. Ishlab chiqarish darajasi uning naqadar rivojlanganligini bildiradi, mehnat unumdorligida ifodalanadi. Ko'lam ishlab chiqarish umumiy hajmi bilan o'lchansa, daraja bir ishlovchiga va jon boshiga ishlab chiqarish miqdori bilan o'lchanadi.

5. Ishlab chiqarish doimo takrorlanib va yangilanib turadi. Takror ishlab chiqarish oddiy, kengaytirilgan va toraygan bo'ladi. Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish milliy boylikni ko'paytirish sharti hisoblanadi. Milliy boylik tarkiban moddiy, tabiiy va intellektual boylikdan, bir avlodga va bir necha avlodga xizmat qiluvchi boylikdan iborat. Boylik qanchalik ko'p bo'lsa, iqtisodiy salohiyat ham shunchalik kuchli bo'ladi. Salohiyat ishlab chiqarish imkoniyatlari bo'lib, bu erishilgan va istiqboldagi salohiyatlardan iboratdir.

Tayanch tushunchalar

Ishlab chiqarish omillari; moddiy-ashyoviy omil; shaxsiy-insoniy omil; informatsion omil; ishlab chiqarish omillarining birikish usullari; ishlab chiqarish sektorlari; natural va tovar ishlab chiqarish; iste'mol buyumlari va moddiy resurslarni ishlab chiqarish; ishlab chiqarish samaradorligi; mehnat umumdorligi; mehnat unumdorligi omillari; ishlab chiqarish chegarasi; ishlab chiqarish darajasi; takror ishlab chiqarish; milliy boylik; iqtisodiy salohiyat.

IV bob. IJTIMOIY-IQTISODIY TIZIMLAR

4.1. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim belgilari

Kishilarning iqtisodiy faoliyati jamiyatda kechadi, bu jamiyatning esa o'ziga xos ichki tuzilishi, ya'ni anatomiyasi borki, uning tarkibida ijtimoiy-iqtisodiy tizim alohida o'rin tutadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy tizim – bu iqtisodiyot taraqqiyotining umumiy shart-sharoitidir.

Tizimlar baholanganda turli nazariy oqimlar uning bosh mezoniga har xil qarashadi. Bulardan biri bosh mezon sifatida ijtimoiy-sinfiy farqlarni olsa, boshqasi texnologiya darajasini yoki tirikchilik ne'matlarini yaratish usullarini, yana boshqasi boshqarishning turlicha bo'lishini asos qilib oladi. Ammo ko'pchilik nazariyalarda tizim belgilariga kompleks (yaxlitlikda) qarash zarurligi, ammo bu belgilar turlicha bo'lishi qayd etiladi. Tizimlar baholanganda moddiy, ijtimoiy-iqtisodiy va g'oyaviy sharoit birgalikda qaralishi kerak. Bunda nimani va qanday usullar bilan ishlab chiqarilishi aniq bo'ladi. Moddiy shart-sharoit belgilari bu yaratilgan mahsulot va xizmatlarning qanday bo'lishi, ya'ni ularning natural mahsulot yoki tovar mahsuloti bo'lishi, ularning tarkibiy tuzilishining qandayligi, moddiy shakldagi yoki nomoddiy xizmat shaklida bo'lishidan iborat. Ammo, moddiy shart-sharoit tavsiflanganda resurslarning qandayligi ham nazarda tutiladi. Tabiatdagi ne'matlar to'g'ridan to'g'ri yerdan olib iste'mol qilinishi yoki tabiatga tayanib mahsulotlarni ishlab chiqarish mumkin. Bir yerda ular faqat sarflansa, boshqa yerda ularning tiklanishi ham yuz beradi. Inson mehnati yaratgan moddiy resurslarning sifati mehnat shart-sharoitiga ta'sir etadi. Ishlab chiqarishda qo'l mehnatiga asoslangan, oddiy mashinalarni qo'llashga, mukammal mashinalar turkumini qo'llashga asoslangan texnologiya, oddiy mexanik ishlov berish yoki fizikaviy, kimyoviy, biokimyoviy, biofizikaviy ta'sir etish texnologiyalari moddiy shart-sharoitni tavsiflab, tizimlarni farqlantiradi. Tizimlar belgilarini aniqlashda ishlab chiqarish shaxsiy insoniy omilining sifatli tavsiflari ham ahamiyatlidir. Tizimlar qanday ish kuchining qo'llanishi bilan ham ajralib turadi. Bir yerda umuman xat-savodsiz, hech bir malaka talab qilmaydigan kishilarning ish kuchi ishlatilsa, boshqa yerda dastlabki xat-savodni egallagan, qandaydir kasbiy mahorat va tajribaga ega ish kuchi qo'llanadi, yana boshqa bir yerda bilim darajasi g'oyat yuqori,

zamonaviy fan-texnika yutuqlarini qo'llashga qodir, o'z kasbini tezda o'zgartira oladigan va harakatchan xodim mehnati ishlatiladi.

Hamma tizimlarda mehnat taqsimoti yuz berib, mehnat, birinchidan, ixtisoslashadi; ikkinchidan, mehnat turlari bir-biri bilan bog'lanib, bir-birini to'ldiradi. Natijada mahsulot jamiyatdagi o'zaro bog'langan mehnat turlarining natijasi bo'ladi. Hamma tizimlarda mehnat turlari o'rin almashadi, kishilar bir mehnatdan boshqa mehnatga o'tadilar, o'z kasbini o'zgartiradilar. Turli tizimlarda, ularni tashkil etuvchi unsurlarning o'zaro bog'lanishi har xil bo'ladi. Shunday bog'lanishlar orasida omillarning birikish usuli asosiy o'rin tutadi, shu jihatdan tizimlar farqlanadi. Tizimlar tafsilotida ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning mazmuni ham muhim mezon rolini o'taydi. Buni eng avval mulkchilik belgilab beradi.

Mulkchilik munosabatlari — jamiyatdagi boyliklarni o'zlashtirish xususidagi iqtisodiy munosabatlardir.

Mulkchilik birinchidan, inson bilan boylik bo'lmish buyum yoki boshqa narsa o'rtasidagi munosabat, ikkinchidan, boylik xususida kishilar o'rtasida yuzaga keladigan munosabatdir. Kishilar buyumlarni o'ziniki qilib olgandagina o'zlashtirishlari mumkin, chunki jamiyatda o'zganing buyumini o'zlashtirib bo'lmaydi. Boylikning o'ziniki yoki o'zganiki bo'lishi kishilarni mulkdor yoki mulksiz qilib, ular o'rtasida ma'lum aloqalarni yuzaga keltiradi. Mulk sohibi mustaqil o'z mulkiga tayanib ish yuritadi, u qaram emas. Mulksiz o'zga mulkini ijaraga olib faoliyat yurgizishi yoki mulkdorga yollanib, yoki nochorlikdan unga qaram holda ishlashida, birovning qo'liga qarab qolishi mumkin. Mulkchilikning ikki tomoni bor:

1) mulk obyekti, ya'ni nimaning mulk hisoblanishi;

2) mulk subyekti — kimlarning mulk sohiblari bo'lishi.

Resurslar kimniki bo'lsa, ularni ishlatishdan kelgan natija shularniki bo'ladi. Shunga qarab o'zlashtirish ikki yo'sinda boradi:

1) ishlab chiqarish resurslarini o'zlashtirish, bunda moddiy resurslar ishlab chiqarish sohibining mulkiga aylangandan so'ng o'zlashtiriladi. Ishlab chiqarishdagi o'zlashtirish birlamchi, chunki bu yerda ishlab chiqarishning omillari birikadi. Mana shu omillarning o'zlashtirilishiga qarab, mehnat natijalariga nisbatan mulk shakllanadi;

2) ishlab chiqarish natijalarini o'zlashtirish — yaratilgan mahsulot va xizmatlar kimning mulkiga aylanishini bildiradi. Resurslar kimning mulki bo'lsa, natija ham shuniki.

Iqtisodiy tizim baholanganda mulk kimniki bo'lishining o'zi kifoya qilmaydi, buning uchun mulkning qanday usulda iqtisodiy jihatidan amalga oshirilishi, ya'ni mulkdan qanday yo'llar bilan daromad topilishini ham hisobga olish zarur. Gap shundaki, mulk manfaatni, manfaat esa mulkdor maqsadini hosil qiladiki, bunga har xil vositalar bilan erishiladi. Turli tizimlar ularda qaysi mulk shaklining ustuvorligi bilan ham ajralib turadi. Tarixan jamoat mulki, xususiy mulk va davlat mulki mavjud bo'lgan, lekin bu mulklarning ichki tuzilishi farqlangan, ular har xil usulda iqtisodiy jihatdan amalga oshgan. Masalan, yer xususiy mulk bo'lsa, uning egasi bundan oladigan daromadi uni ijaraga berishidan, sotishdan yoki o'zi ishlov berishidan keladi. Yerga ishlov berish o'z mehnati hisobidan, erkin yollangan o'zga mehnati hisobidan yoki zo'rlab ishlatilgan kishilar mehnati hisobidan bo'ladi. Turli tizimlarda quyidagi mulk shakllari amal qiladi:

1. **Xususiy mulk** – bu ayrim sohiblarga tegishli mulk bo'lib, uning ikki ko'rinishi bor. Birinchisi individual, ikkinchisi korporativ, xususiy mulk. Individual mulk – bu ayrim individga qarashli, faqat uning o'ziga daromad keltiruvchi mulk. Korporativ xususiy mulk – bu korporatsiya (birlashma) doirasida amal qiluvchi mulk. Buni individual tarzda ishlatib bo'lmaydi, chunki u birlashtirilgan mulkning bir qismi. Mazkur mulk egasi mulkidan kelgan daromadni umumiy daromadning bir ulushi sifatida oladi.

2. **Jamoa mulki.** Bu jamoaga birlashgan kishilarning umumiy mulki. Bu qavm-qarindoshlar, bir yerda istiqomat qiluvchi kishilar va ma'lum maqsad yo'lida ko'ngilli tarzda birlashgan kishilar mulki. Bu mulkdan daromad topishning asosiy sharti jamoa faoliyatida qatnashish hisoblanadi.

3. **Davlat mulki** – bu davlatga qarashli resurslar va yaratilgan mahsulotlarning, umuman boylikning davlat tomonidan o'zlashtirilishini bildiradi. Bu mulk davlat paydo bo'lishi bilan vujudga keladi, ammo uning maqsadi va miqyosi o'zgarib turadi. U xususiy va jamoa mulkidan o'sib chiqadi, ya'ni ularga tegishli moddiy va ma'naviy ne'matlar davlat tasarrufiga o'tadi. Aytilgan mulk shakllari hamma tizimlarga xos bo'ladi, lekin ular turli qorishmada mavjud. Bu yerda mulk shakllarining nisbati ulardan qaysi birining ustuvorligi bilan tavsiflanadi.

Tizimni tavsiflovchi iqtisodiy munosabatlar mulkchilik bilan cheklanmaydi, balki xo'jalik aloqalarining xarakteri, mehnat stimullarining qandayligi bilan ham ajralib turadi. Ularning hosilasi esa iqtisodiy mexanizmdir.

Iqtisodiy mexanizm – bu iqtisodiy rivojlanishni ta'minlovchi barcha vositalarning majmuasidirki, bular boshqarishda qo'llaniladi.

Tizimlar iqtisodiyotni boshqarish usullari bilan ham tavsiflanadi. Bir yerda boshqarishning iqtisodiy zo'rlash mexanizmi bo'lsa, boshqa yerda guruhiy manfaatga intilish yoki individual manfaatlarni yuzaga chiqarish, ya'ni iqtisodiy rag'batlantirish mexanizmi amal qiladi, yana boshqa yerda mehnatga siyosiy-g'oyaviy undash, moddiy emas, balki ma'naviy-ruhiy stimullarga urg'u beriladi.

Tizim, deganda uning tarkibida noiqtisodiy munosabatlarni, xususan, mafkuraviy munosabatlarni ham ko'rish kerakki, ular siyosiy, huquqiy, axloqiy, diniy va boshqa shakllarga ega bo'ladi. Ammo ularning har birida iqtisodiyot muhri bor. Turli tizimning o'z iqtisodiyotiga mos ravishda o'z dunyoqarashi mavjud bo'ladi. G'oyasiz odam bo'lmaydi, u ma'lum g'oyaga rioya qilib ish tutadi. Demak, mafkurasiz tizim bo'lmaydi. Bir tizimda mustabidlik va zo'rlik g'oyasi bo'lsa, boshqasida erkinlik va demokratiya g'oyasi, yana boshqasida davlatga tobelik va itoatkorlik g'oyasi ustuvor bo'ladi. Mashhur ingliz iqtisodchisi M. Keyns aytganidek dunyoni iqtisodchilar va siyosatchilar g'oyasi boshqarib turadi. G'oya e'tiqodning o'zi bilan cheklanmay, ma'lum xatti-harakatlarni keltirib chiqaradi.

Iqtisodiy siyosat ham tizimga kiradi. Bu iqtisodiy sohadagi yo'l-yo'riq va chora-tadbirlar majmuasi bo'lib, ma'lum maqsadni ko'zlaydi. Ular iqtisodiyotga ta'sir etish vositasi hisoblanadi. Iqtisodiy siyosatni davlat yoki ayrim mulk sohiblari yuritadilar. Bundan umumdavlat manfaati, individual yoki guruhiy manfaat ko'zlanadi. Demak, **tizimlar qiyofasini bir qator belgilar shakllantiradiki, bular moddiy-ashyoviy, shaxsiy-insoniy, ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy-g'oyaviy belgilardir**. Bulardan eng asosiysi ijtimoiy-iqtisodiy belgilardir. Ammo boshqa belgilarni ham nazardan qochirib bo'lmaydi, chunki ular ham iqtisodiy rivojlanishga ta'sir etadi. Shu sababli tizimlarning asosida iqtisodiyot yotsa-da, ularni sof iqtisodiy holda emas, balki boshqa belgilar bilan ham tavsiflash zarur.

4.2. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim turlari

Iqtisodiy faoliyat har doim muayyan tizimlar doirasida kechadi. Bulardan har birining o'z xususiyatlari bo'ladi. Yuqorida aytib o'tilgan belgilar asosida aniq tizimlar baholanganda ular uch tipga ajratiladi. Bu an'anaviy tizim, bozor tizimi va totalitar-rejali tizimdir. Bular orasidagi ilk bor shakllangan, eng ko'hna tizim – bu an'anaviy tizimdir.

An'anaviy tizim. Insonning iqtisodiy faoliyati dastlab mana shu tizimda yuz bergan. Uning alomatlari sarqit sifatida uzoq saqlanib kelindi, hatto hozir ham onda-sonda uchrab turadi. An'anaviy tizim hukmron bo'lgan davr g'oyat uzun davrdir.

An'anaviy iqtisodiyot – bu o'ta zaif ishlab chiqarish omillariga tayangan, kam unumli natural ishlab chiqarishga, an'analar shakliga kirgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarga asoslangan iqtisodiyotdir.

An'anaviy tizim ishlab chiqarish omillarining kuchsizligi, iqtisodiyotda tabiiy resurslarning birlamchi bo'lishi bilan ajralib turadi. Ishlab chiqarish faoliyati tabiatdan tartibsiz va hatto vaxshiyona foydalanishga asoslanadi. Iqtisodiyot g'oyat resurstalab bo'ladi, chunki resurslarning tejalishini ta'minlovchi texnologiya rivojlanmagan bo'ladi. Ishlab chiqarishda qo'l mehnati ustuvor, tabiat kuchlaridan oddiy usulda foydalaniladi. Tabiatda mavjud energiya manbalari ishlatiladi. Dastlab tabiatda uchraydigan mahsulotlar terib olinib iste'mol qilinadi, so'ngra tabiatga tayanib mahsulotlar ishlab chiqariladi, mehnat unumdorligi g'oyat past bo'lib, bu mahsulotlarni hammaga yetarli qilib ishlab chiqarish imkonini bermaydi, turmush darajasi past bo'ladi.

An'anaviy tizim dastlab jamoat mulki, so'ngra esa individual xususiy mulkka tayanadi. Jamoat mulki bu qon-qarindoshchilik asosida birlashgan yoki yagona hududda yashovchi kishilarning umumiy mulki hisoblanadi. Masalan, XX asr boshlarida Farg'ona vodiysi hududidagi xususiy yerlar hayot yerlari, deb qishloq jamoasiga qarashli katta yerlar paykal, deb nomlangan.

Xususiy mulkning iqtisodiy jihatdan amalga oshirilishi mehnatga jismonan zo'rlash, mehnatga iqtisodiy majburlash va nihoyat mustaqil ishlab chiqaruvchining erkin mehnat qilishi asosida yuz beradi. Jamoat esa birgalikda mehnat qilishga asoslanadi.

An'anaviy tizimga **natural ishlab chiqarish** xos bo'ladi. Natural ishlab chiqarish bu mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilarning o'z ehtiyojini qondirish uchun yaratilishi bo'lib, bunda mahsulotlar onda-sonda sotiladi yoki barter qilinadi. Natural xo'jalik mayda, tarqoq bir xil tipdagi xo'jaliklarning massasidan, yakka dehqon, hunarmand, oilaviy, davlat va jamoa, yirik yer egalari xo'jaliklaridan iborat bo'lgan. Bu xo'jaliklarda ishlab chiqarish xomashyoni olishdan boshlab, to tayyor mahsulot iste'moligacha bo'lgan mehnat jarayonini o'z ichiga oladi. Ishlab chiqarish agrar xarakterda bo'lgan, ya'ni uning asosini qishloq xo'jaligi tashkil etadi, sanoat esa uning qo'shimchasi hisoblanadi.

An'anaviy tizimga iqtisodiy **avtarkizm,** ya'ni iqtisodiyotning o'z qobig'iga o'ralib biqiq holda bo'lishi, iqtisodiyotning yopiqligi

xosdir. Avtarkizm o'zini-o'zi mahsulot bilan ta'minlab o'zgalar bilan kamdan kam aloqa qilishdir. Bu barcha iqtisodiy jarayonlarni tor doira bilan cheklaydi. Ish kuchi va moddiy resurslar muayyan xo'jalikka juda qattiq biriktirib qo'yiladi va ko'chib yurishdan mahrum bo'ladi. Bu bilan iqtisodiy o'sish yo'llari ham to'sib qo'yiladi.

Bu tizimda ishlab chiqarishning kengayishi uzoq davrda, g'oyat sustlik bilan boradi. Bu qo'shimcha resurslarni jalb etish hisobidan, ya'ni qo'shimcha ish kuchi va tabiiy resurslarni ishlab chiqarishga kiritish hisobidan bo'ladi.

Ishlab chiqarish hajm jihatdan juda kichik uning turlari esa oz bo'lganidan eng oddiy ehtiyojlarni qondirishga bo'ysundiriladi. An'anaviy tizim **konservativ,** eskilikka moyil bo'lib, yangilikni kamdan kam yaratadi, uning asrlar davomida saqlanishi ham shunda. Unga **o'ta arxaik,** ya'ni daqqiyunusdan qolgan munosabatlar xos bo'lib, ular uzoq vaqtgacha saqlanib keladi. Bu asrlar osha avloddan avlodga o'tgan iqtisodiy odatlar va ko'nikmalardan iborat bo'ladi, ular uzoq vaqt saqlanib qolganidan an'analar shakliga kiradi. Bu tizimning an'anaviy, deb atalishi ham shunda. Bu tizim g'oyat uzoq saqlansa-da, uning bag'rida sekin-asta bozor munosabati rivojlanib, yangi tizim paydo bo'ladi.

Bozor tizimi. Bu an'anaviy tizim o'rniga keluvchi yangi tizimdir. U o'zining bir qator belgilari bilan o'tmishdoshidan ajralib turadi.

Bozor iqtisodiyoti — bu mukammal ishlab chiqarish omillariga ega bo'lgan, tovar-pul munosabatlariga asoslangan, aniq ijtimoiy mo'ljali bor, bozor signallariga binoan va pul vositasida boshqarilib turuvchi iqtisodiyotdir.

Bozor iqtisodiyoti mashinalashgan ishlab chiqarishga asoslanadi. Bu yerda ishlab chiqarishning moddiy omillari serunum mashinalar tizimidan iborat. Ashyoviy resurslar faqat tabiiy bo'lmasdan, balki yangidan yaratilgan ham bo'ladi. Texnikaviy darajasi yuqori, mashinalashgan industrial ishlab chiqarishga mos ravishda savodli, malakasi va ish tajribasi yuksak bo'lgan xodimlar ish kuchi qo'llaniladi. Ishlab chiqarishning omillari rivoj topganidan yuksak, ilgari bo'lmagan mehnat unumdorligiga erishiladi. Ishlab chiqarishda qo'llaniladigan tabiiy resurslar samarali ishlatilishi bilan birga tiklanib, ya'ni qaytadan hosil qilinib ham turiladi.

Bozor tizimi **xilma-xil mulkchilikka** asoslanadi, ammo xususiy mulkchilik ustuvorlik qiladi. Bundan tashqari jamoa va davlat mulki ham amal qiladi. Ammo hech bir mulk monopoliyasi — yakka hukmronligi tashkil topmaydi, chunki mulklar o'rtasida muvozanat

saqlanadi, bir mulkning boshqasi tomonidan siqib chiqarilishi yuz bermaydi, chunki hamma mulk shakllarining erkin rivojlanishi kafolatlanadi.

O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasiga binoan «Bozor munosabatlarini rivojlantirishga yo'naltirilgan O'zbekiston iqtisodiyotining negizini xilma-xil shakllardagi mulk tashkil etadi... Xususiy mulk boshqa mulk shakllari qatori daxlsiz va davlat himoyasidadir»!

Bozor iqtisodiyotida mahsulotlar **tovar shakliga** ega bo'ladi, ular oldi-sotdi qilish orqali ayirboshlanadi. Tovar mahsulot va xizmatlarning umumiy shakliga aylanadi. Bu bilan bozor tizimi an'anaviy tizimdan tubdan farqlanadi. Bozor iqtisodiyoti uch subyektlidir. Bular firmalar, xonadonlar va davlatdir. Ular o'rtasidagi munosabatlar tovar-pul munosabatidir. Firmalar tovar ishlab chiqarsalar, xonadonlar uni sotib oladi, xonadon firmalarga resurs yetkazib beradi. Davlat idoralari va mahkamalari firmalar va xonadonlarga xizmat ko'rsatadi, ulardan esa resurslar va tayyor tovarlarni sotib oladi. Bozor tizimida ayirboshlash barter shaklida emas, balki pul vositasida oldi-sotdi qilish shaklida bo'ladi. **Pul iqtisodiy aloqalarning yagona, universal vositasiga aylanadi.** Hamma narsani pul hal qiladi, degani mana shunda. Pul vositasida har qanday oldi-berdi ishlarini, ya'ni to'lovlarni amalga oshirish mumkin bo'ladi.

«BOY BO'LISH USULI»



– Super mashina muborak bo'lsin, boyib ketibsan, nima ish qilyapsan?

– Men bankirman, bankim bor, do'stim.

Bozor iqtisodiyoti **erkin iqtisodiy tanlov qoidasiga** asoslanadi. Nimani, qancha va kim uchun ishlab chiqarish zarur, degan muammoni bozorning o'zi hal qiladi. Bozordan keladigan signal (narx)ga qarab nima qilish aniqlanadi, shunga binoan resurslar taqsimlanadi va ishlatiladi. Faoliyat turi erkin tanlanadi, hamma ishlab topganini o'zi oladi.

Bozor munosabatlarining har bir subyekti, bu korxonami, davlatmi, ayrim kishimi – buning ahamiyati yo'q, **o'z manfaatini ko'zlab** faoliyat yurgizadi. Ammo hech kim xohlagan ishini qila olmaydi. U bozor bilan hisoblashishga majbur, aks holda ishi yurishmaydi, daromad topmaydi, xonavayron bo'ladi. Ishlab chiqaruvchi ham, iste'molchi ham nima qilish kerakligini **bozordan** bilib oladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida o'zaro munosabatlar manfaatlarni ko'zlagan holda o'rnatiladi. Ish yuzasidan bo'lgan munosabatlar (sheriklik) erkin shakllanadi. Turli ishlab chiqaruvchilar bir-biri bilan manfaatli aloqa o'rnatadilar. Bozorda esa xaridor bilan sotuvchi bir-birini erkin tanlaydi. Bozor iqtisodiyotida **tovar taqchilligi** bo'lmaydi, shu sababdan bozorda ishlab chiqaruvchi emas, balki iste'molchi (xaridor) o'z izmini o'tkazadi, tovar va xizmatlarni sifatiga va narxiga qarab tanlab olish imkoniga ega bo'ladi.

Bozor iqtisodiyotining yana bir belgisi – **narx-navoning erkin tashkil topishidir.** Tovarlar narxini davlat yuqoridan belgilamaydi, narx ayrim ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchi ta'yiqi ostida shakllanmaydi. Narx bozordagi talab va taklifga qarab, xaridor bilan sotuvchining savdolashuviga binoan yuzaga keladi. Bozor munosabatiga kelishilgan narxlar xizmat qiladi. Ular esa pul bilan o'lchanadi.

Bozor iqtisodiyotining belgisi uning iqtisodiy mexanizmida **raqobatning mavjudligidir**. Raqobat iqtisodiy munosabatlar ishtirokchilarining xususiy, o'zgalarnikidan alohidalashgan manfaati borligini bildiradi, lekin bu manfaat yo'lida kurash qabul qilingan qoidalarga rioya qilish asosida boradi. Manfaatlarni yuzaga chiqarishning birdan bir yo'li talabgir, ya'ni kishilar uchun zarur tovarlarni ishlab chiqarishdir. Raqobat moddiy va mehnat resurslarini kam sarflagan holda ko'plab va sifatli tovarlar ishlab chiqarishga undaydi. Shu jihatdan raqobat bozor iqtisodiyotini **harakatga soluvchi kuchdir.**

Bozor iqtisodiyoti erkin bo'lganidan u monopoliya (yakka hukmronlik) bilan chiqishmaydi. Monopoliya raqobatni cheklaydi, shuning uchun u ma'qul emas. Monopoliya turg'unlikni yuzaga

chiqaradi, tashabbusni chegaralaydi. Shu sababli bozor iqtisodiyoti u bilan chiqisha olmaydi. Mana shu jihatdan bozor iqtisodiyoti **antimonopol** yo'nalishga ega.

Bozor iqtisodida manfaatlar to'qnashganda raqobat yuz bersa, ular uyg'unlashganda **partnyorlik** (sherikchilik) aloqalari paydo bo'ladi. Ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi korxonalardan bir-biriga tovar va xizmatlarni yetkazib berishni talab qiladi. Shu sababli iqtisodiy aloqalar tasodifiy emas, balki muntazam tus oladi. Bu aloqalarni yuzaga chiqaruvchi omil o'zaro ishonch hisoblanadi. Ishonch bor yerda partnyorlik paydo bo'ladi.

Bozor iqtisodiyoti **ijtimoiy yo'nalishi** bor iqtisodiyotdir, ya'ni u pirovardida farovonlikni ta'minlashga qaratiladi. Bozorga kishilar turmushini farovon qiladigan tovarlar chiqarilgandagina tovar ishlab chiqaruvchilarning ishi yurishadi, aksi yuz bersa ular tovarlarni sota olmay xonavayron bo'ladilar. Raqobat tovarlarni sifatli qilib, ko'plab va arzon ishlab chiqarishga undaydi. Bozor ish qobiliyati bor kishilarni yaxshi ishlab, yaxshi pul topishga undaydi.

Bozor tizimida **boy bo'lish** taqiqlanmaydi, ishlab pul topish qobiliyati esa har xil, shu sababli kishilar daromad jihatidan jiddiy farqlanadilar. Aholi boy, o'rtahol va kambag'al qatlamlarga ajratiladi. Boy bo'lish o'rnak sifatida xizmat qilganidan bunga intilish kishilarda iqtisodiy faollik uyg'otadi.

Totalitar-rejali tizim. Bu tizim bozor iqtisodiyoti rivojlanishini zo'rlik bilan, ya'ni revolutsiya vositasida to'xtatib qolish va uni majburan rejalashtirish yo'liga o'tkazish orqali yuzaga keladi.

Totalitar-rejali iqtisodiyot — bu davlatlashtirilgan, ijtimoiy mulkka tayangan, bir markazdan turib rejalashtirishga va boshqarishning ma'muriy-buyruqbozlik usullariga asoslangan iqtisodiyotdir.

Bu tizimga iqtisodiyotning hamma jabhalarini, ham resurslar, ham mahsulot va xizmatlarga **davlatlashtirilishi** xosdir. Bu yerda barcha moddiy resurslar davlat mulkiga aylantiriladi, hatto unga kirmay qolgan boshqa mulkka oid resurslar ham amalda davlat tasarrufida bo'ladi, lekin boshqa mulklar yuzaki e'tirof etiladi. Davlat va jamoa mulkiga ijtimoiy mulk maqomi beriladi va bu xususiy mulkka qarshi qo'yiladi. Davlat mulki monopoliyasining o'rnatilishi iqtisodiyotni ham davlatlashtiradi. Nimani, qancha va kim uchun ishlab chiqarish zarurligini **davlat rejalari** belgilab beradi. Totalitar tizimning belgisi rejalashtirishning o'zini borligi emas, balki uning markazlashgan bo'lishi, nima qilinishini davlat yuqoridan belgilab berishi va shunga ko'ra resurslar va yaratilgan mahsulotlarning taqsimlanishidir. Reja **indikativ** (tavsiyaviy) emas,

balki **majburiy** bo'ladi. Reja qonun, degan qoida bo'lib, bu davlat tasdiqlagan rejani hech kim buzishga haqli emas, degani bo'ladi. Rejalashtirish korxonalarni bir qolipga solib qo'yadi, uning oyoq-qo'li bog'lanib, tashabbusi bo'g'iladi. Uni nima ish qilishi, resursni qayerdan va kimdan olishi, mahsulotini kimga yetkazib berishini oldindan davlat rejasida belgilab qo'yiladi. Resurslar va tayyor mahsulotlar narxini ham davlat yuqoridan belgilab beradi. **Narxlar qat'iy** bo'lib, ularni hech kim o'zgartira olmaydi. Daromadlarning taqsimlanishi ham davlat belgilagan tartibda boradi. Ish haqi, pensiya va nafaqalar miqdorini davlat belgilaydi, ularni o'zgartirish ham davlat ixtiyorida bo'ladi.

Rejali iqtisodiyot amalda **yopiq iqtisodiyot**, uning tashqi aloqalari rejalashtiriladi, ular faqat tuzumi bir xil davlatlar bilan chegaralanadi. Bozor iqtisodiyoti bor mamlakatlar bilan aloqalar onda-sonda, o'xtin-o'xtin yuz beradi, ular muntazam bo'lmaydi.

Rejali iqtisodiy tizimga ommaviy **tovar defitsiti** xos bo'ladi. Taqchillik ham resurslarga, ham iste'mol tovarlariga xos bo'ladi. Defitsit natijasida ommaviy chayqovchilik yuzaga keladi, chunki pulga kerakli tovarlar topish qiyinlashadi. Rejali tizimda manfaatlar iyerarxiyasida birinchi o'rinda davlat manfaati, ikkinchi jamoa manfaati, uchinchi inson manfaati turadi. Bu yerda bir **tekis taqsimlash qoidasi** amal qiladi. Oz bo'lsada, hammaga bir xil daromad berishga moyillik bo'ladi. Shu sababli muhtojlarning tengligi qaror topadi. Boy bo'lish taqiqlanadi, ko'p daromad topishga intilish tahqirlanadi. Umuman shaxsiy daromad chegaralanib bir qolipga solib qo'yiladi. Bu iqtisodiy stimullarni zaiflashtiradi, chunki individual manfaat mensilmaydi, u orqaga suriladi. Iqtisodiy stimullar sustligidan shijoat, ma'naviy-siyosiy stimullarga ustuvorlik beriladi.

Iqtisodiyot davlatlashtirilganligidan milliy boylikning g'oyat katta qismi davlat ixtiyorida bo'ladi, aholining bu boylikdagi hissasi pastligi bilan ajralib turadi. Rejali buyruqbozlik tizimi demokratiyaga va hurriyatga zid, uning siyosiy tizimiga **totalitarizm va diktatura** (hokimiyat zo'ravonligi) xos bo'ladi. Bu tizimning mafkurasi **kommunistik mafkura** hisoblanadi, buning muhim belgisi dahriylik — xudosizlik bo'lib, har qanday dinni inkor etishdir. Bu mafkuraning boshqa muhim jihatlari kommunistik g'oyaga sodiqlik bitta partiyaga sig'inish, ijtimoiy tenglik, milliylikni tan olmay, baynalmilallikni ulug'lash, o'zgacha g'oyalarni dushman g'oyasi. deb qarash, unga qarshi shafqatsiz kurash kabilardir.

4.3. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning rivojlanishi va o‘rin almashuvi

Insoniyat taraqqiyoti to‘xtovsiz bo‘lganidan tizimlar ham rivojlanadi, ular kelib-ketib turadi. Tizimlar taraqqiyoti tabiiy-tarixiy jarayondir. Bu eng avval mavjud tizimlarni ichki rivojlanishida, so‘ngra bir tizim o‘rniga boshqasining qaror topishida ko‘rinadi. Tizim ichki rivojlanishi yuz berganda birinchidan, uning quyi bosqichidan yuqori bosqichiga o‘tiladi. Ikkinchidan, bir tizim ichida yangi tizim belgilari shakllanadi. Masalan, an’anaviy tizim o‘z rivojida bir necha bosqichdan o‘tadi, ma’lum bosqichga kelib, unda bozor tizimi belgilari yuzaga keladi. Bu tizimda pul bo‘lmagan bosqich o‘rniga pul paydo bo‘lgan va u ayirboshlashda ishtirok etadigan bosqich keladi yoki jamoat mulki ko‘p bosqichdan xususiy mulk ustuvor bosqichga o‘tiladi. Xuddi shuningdek, bozor tizimi ham ko‘p bosqichli bo‘ladi, u qo‘l mehnatiga asoslangan yirik xo‘jalikdan mashinalashgan yirik tovar ishlab chiqarishga o‘tadi, bu bosqichda pul universal iqtisodiy vosita bo‘lib qoladi. Bozor tizimi tarixan ikki davrni o‘z ichiga oladi:

1) asov yoki yovvoyi bozor iqtisodiyoti bosqichi (buni erkin raqobatli kapitalizm, deb atashgan);

2) sivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyoti (bu — aralash iqtisodiyot, deyiladi) bosqichi.

Rejali tizim ham ko‘p bosqichli bo‘lgan. Dastlab rejali iqtisodiyotga o‘tish davri bo‘lgan. So‘ngra qaror topgan rejali iqtisodiyot va nihoyat inqirozga yuz tutgan rejali tizim davrlari bo‘lgan.

Tizimlar rivojida ularning o‘rin almashuvi ham yuz beradi. Bir tizimning rivojlanish imkoniyatlari tugallangach, boshqa yangi tizimga o‘tiladi. Shu tariqa an’anaviy iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o‘tish, rejali tizimdan bozor tizimiga qaytish yuz beradi. Tizimlarning o‘rin almashuvi iqtisodiy zarurat bo‘lgandagina yuz beradi. Bir tizim salohiyati tugallangach, boshqa, salohiyati istiqbolli tizimga o‘tiladi. Salohiyatning tugallanishi tizim ichidagi muvozanatning buzilishidan kelib chiqadi. Tizimlar uchun umumiy belgi ularda muvozanatning bo‘lishidir. Muvozanat esa tizimning turli tomonlari o‘rtasidagi muvofiqlikdir. Muvozanatning statik (bir holatdagi) va dinamik (o‘zgaruvchan) ko‘rinishlari mavjud.

Statik muvozanat — iqtisodiy manfaatlarning uyg‘unlashuvi. Aholining sotsial guruhlari, ayrim shaxs yoki xo‘jalik subyektining o‘ziga xos manfaatlari borki, ular mos kelishi zarur. Bordi-yu manfaatlar to‘qnash kelib qolsa, jamiyatdagi ijtimoiy muvozanat

buzilib, o‘zaro kurash boshlanadi va bu harakatlar iqtisodiyotni izdan chiqarib yuboradi.

Dinamik muvozanat ham manfaatlarning moslashuvi, lekin bu hodisa iqtisodiyotda o‘zgarish borayotgan sharoitda yuz beradi. Manfaatlar mahsulotni ko‘paytirishni talab qiladi. Buning uchun ishlab chiqarish samaradorligi ortishi kerak. Bu o‘z navbatida, moddiy manfaatdorlik va javobgarlikni talab qiladi. Iqtisodiyotni rivojlantiruvchi kuch yuzaga kelishi uchun hamma manfaatlar uyg‘unlashuvi zarur va uyg‘unlashadi ham. Osoyishtalik va o‘zaro muvofiq harakatlar iqtisodiyotni olg‘a siljitadi.

Tizim normal rivojlanishi uchun statik va dinamik muvozanatlar o‘zaro muvofiqlashuvi kerak. Muvozanat bor joyda jadal iqtisodiy o‘sish bo‘ladi, chunki iqtisodiy stimullar ish beradi.

Turli tizimlarga baho berilganda ularning xalq farovonligi uchun nima bera olganligi bosh mezon bo‘ladi. Hozirgi taraqqiyot bosqichida turli tizimlarning samarali ekanligini xalq farovonligining o‘sishi ko‘rsatib turadi. Farovonlikni oshira bilish yoki oshira bilmaslik tizimning yashovchanligi yoki uning boshqasi bilan almashtirish zarurligini bildiradi. Rejali tizim shu sababdan barbod bo‘ldiki, u xalq farovonligini zamonaviy talab darajasida oshira olmadi, boshqa zamondosh tizimlarga nisbatan xalqqa farovonlik berishda o‘z afzalligini ko‘rsata olmadi, u inqirozga yuz tutdi. Ayni bir vaqtda bozor iqtisodiyotiga o‘tish mazkur tizim sharoitida yuksak farovonlikka erishish mumkinligidan kelib chiqadi.

Tizim inqirozga yuz tutganda ishlab chiqarishning o‘sishi avval sustlashadi, so‘ngra turg‘unlik paydo bo‘ladi va nihoyat uning pasayishi boshlanadi. Shunga mos ravishda aholining turmush darajasi o‘sishdan to‘xtaydi va hatto pasayib ketadi. Inqiroz boshqa tizimga o‘tishni zarur qilib qo‘yadi, chunki mazkur tizim doirasida iqtisodiy va ijtimoiy muammolarni samarali hal etib bo‘lmaydi. Bularni hal etish yangilanishni talab qiladi. Ammo yangilanish tizim saqlanib qolganda ham yuz beradi, chunki tizim ichki jihatdan takomillashadi. Hozirgi bozor tizimi umumbashariy, lekin u XIX asrdagi bozor tizimi emas. Keyingi 50—70 yil davomida uning yangilanishi yuz berdi, u sivilizatsiyalashgan iqtisodiyotga transformatsiyalashdi (aylandi). Individual mulk o‘rniga korporativ mulk asosiy bo‘lib qoldi, mulkdorlar doirasi oddiy ishchi va xizmatchilar hisobiga kengaydi, ular foydani olishda ishtirok eta boshladilar, ular boshqarishda ham qatnasha boshladilar, ularga korxona ijtimoiy yordam ko‘rsata boshladi, oilaviy yirik mulkdorlar klanlari tugallandi, mulk ko‘pchilik orasida tarqalib ketdi. Ishlab chiqarishda ko‘r-ko‘rona, tusmollab ishlash yo‘qqa chiqdi. Korxonalar bozor

talabini hisobga olib o‘z ishlarini rejalashtiradilar, muntazam partnyorlik aloqalarini o‘rnatadilar. Davlat iqtisodiyotda faol ishtirok etadi. Bular bozor tizimida sifatli o‘zgarish yuz berganini bildiradi. Bu bozor tizimi davr talabiga moslashib olganining va shu sababli barqaror iqtisodiy o‘sish va xalq farovonligini oshirishga erishilganligining dalolatidir.

4.4. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish

Bozor iqtisodiyoti umumbashariy tizim bo‘lganidan hamma mamlakatlar shu yo‘ldan boradi. Ammo bir yerda bu iqtisodiyot shakllanib ulgurgan va o‘zining yuqori darajasiga chiqqan bo‘lsa, boshqa yerda u endigina shakllana boshlagan. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish umuminsoniy jarayon hisoblanadi, lekin bu har xil kechadi. Bu o‘tish jarayonining uch yo‘li mavjud: klassik yo‘l, mustamlaka va yarim mustamlaka tavsifidagi iqtisodiyotdan bozor iqgisodiyotiga o‘tish yo‘li, rejali tizimdan bozor iqtisodiyotiga o‘tish yo‘li. Bularning har birini ko‘rib chiqamiz:

1. **Klassik yo‘l** – bu yo‘ldan G‘arbiy Yevropa mamlakatlari, AQSh va Yaponiya kabi mamlakatlar borgan. Bu yo‘lda bozor munosabatlarining qaror topishi sekin-asta boradi va uzoq, deyarli 300 yil davom etgan (XVI–XIX asrlar). Bu tabiiy-tarixiy jarayon bo‘lgan. Tabiatda bo‘lgani kabi iqtisodiyotdagi o‘zgarishlar o‘z holicha yuz bergan, uni tashqaridan turib tezlatish yoki sekinlashtirish yuz bermagan. Bozorga o‘tish evolutsion (sekin-asta) va ko‘p bosqichli taraqqiyot shakliga kirgan, bunda davlat faol ishtirok etmagan. Bozor iqtisodiyotiga xos belgilar an’anaviy iqtisodiyot bag‘rida paydo bo‘ladi va kengayib boradi. Dastlab, mayda tovar xo‘jaligi paydo bo‘ladi, so‘ngra u qo‘l mehnatiga tayangan, ammo yirik xo‘jalikka aylanadi, nihoyat mashinalashgan yirik tovar ishlab chiqarishga o‘tiladi. Dastlab, an’anaviy tizimdan asov bozor iqtisodiyotiga, so‘ngra esa sivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyotiga kirib boriladi.

2. **Mustamlakachilikdan ozod bo‘lgan mamlakatlar yo‘li** – bu yo‘ldan XX asrning 60-yillaridan boshlab ko‘pchilik, ozod bo‘lgan Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasi mamlakatlari borgan. Bu yo‘lning muhim belgisi birinchidan, an’anaviy iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga jadal o‘tilishi, ikkinchidan, mustamlakachilik davrida yaratilgan xorij sektori tusidagi bozor munosabatlaridan milliylashgan sektordagi, mustaqil tusdagi bozor munosabatlariga o‘tilishidir. Agar ilgarilari bozor aloqalari qaramlik sharoitida kechsa, so‘ngra milliy mustaqillik sharoitida yuz beradi, ya’ni ular xorij

manfaatiga emas, balki milliy manfaatlarga xizmat qiladi. Bu yerda bozor iqtisodiyotiga xos belgilar xo'jalik turlarining transformatsiyasi orqali yuz beradi. Birinchidan, azaliy natural xo'jalik bozor doirasiga tortilib, tovar xo'jaligiga aylanadi va undan bozor iqtisodiyoti belgilari o'sib chiqadi; ikkinchidan, kam rivojlangan, lekin real mavjud yirik xo'jalik bozor iqtisodiyoti tomon yuz tutadi; uchinchidan, xorijiy kapital yaratgan xo'jalik, ya'ni ishlab chiqarishning xorijiy sektori zaminida bozor iqtisodiyoti rivoj topadi. Bu yo'lning muhim belgisi shuki, bu yerda bozor munosabatlarining rivojiga xos bosqichlarning hammasidan o'tilmaydi, ularning ayrimlari chetda qoldiriladi. Bu yerda qo'l mehnatiga asoslangan, lekin yollanma mehnatni taqozo etuvchi ishlab chiqarish bosqichini chetlab, yirik mashinalashgan va bozorni mo'ljallagan ishlab chiqarishga o'tiladi. Bozor munosabatlari iqtisodiy qoloqlik vaziyatida tashkil topadi, shu boisdan ularning vujudga kelishida chet el yordami muhim o'rin tutadi, chet elda to'plangan tarixiy tajribadan foydalanish imkoni mavjud bo'ladi. Bu esa bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonini tezlashtiradi. Chet el yordami va tajribasi bozor iqtisodiyoti tomon yo'lning nisbatan kam mashaqqatli va qisqa bo'lishini ta'minlaydi.

3. **Totalitar rejali tizimdan bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'li.** Bu bozor iqtisodiyotiga o'tishning eng so'nggi yo'li bo'lib, bu yo'ldan sobiq sotsialistik mamlakatlar va respublikalar (bular 32 ta davlat) boradi, ular yosh mustaqil davlatlarni tashkil etadi. Bu yo'l rejali tizimdan bozor iqtisodiyotiga qaytish yo'lidir, bu bilan u boshqa yo'llardan farqlanadi. Bunda ilgari zo'rlik bilan tugatilgan bozor iqtisodiyotiga qaytadan o'tiladi. Bu yo'lda rejali tizimdan merosga qolgan moddiy bazaga va tugatilib ulgurilmagan bozor aloqalariga, boshqa mamlakatlar to'plagan tarixiy tajribaga tayaniladi. Bozor va rejali tizim tabiatan har xil bo'lganidan rejali tizim bag'rida bozor munosabatlari qisman yashirin saqlansada, ular yangidan hosil bo'lmaydi. Shu sababli rejali tizimni tugatish orqali bozor iqtisodiyoti shakllanadi. Bunga bozor islohotlari orqali, davlatning bevosita ishtiroki bilan erishiladi.

Bozor islohotlari xalq ishtirokida, lekin davlat tomonidan ishlab chiqilgan bozor munosabatlarini shakllantirishga qaratilgan chora-tadbirlarning amalga oshirilishidir. Islohotlardan oldin bozor iqtisodiyotiga o'tishning konsepsiyasi, ya'ni nazariy modeli yaratiladi. Shu konsepsiyada yangi iqtisodiyotga o'tishning umumiy jihatlari va milliy xususiyatlari nazarda tutiladi, islohotning asosiy yo'nalishlari belgilanadi. Konsepsiyaga tayangan holda bozor islo-

hotini ta'minlovchi yuridik qonunlar majmuasi yaratilib, ular hayotga joriy etiladi. Islohotlar kompleks xarakterda bo'ladi, ular iqtisodiyotning hamma sohalarida o'tkaziladi, bir soha isloh etilib, boshqasi eskichasiga qolsa, bozor munosabatlari shakllana olmaydi, binobarin, islohotlar samarali bo'lmaydi. Gap shundaki, bozor iqtisodiyotining har bir bo'linmasi yoki unsuri boshqasi bilan bog'langan, biri bo'lmasa boshqasi amal qila olmaydi. Bu tizim minglab firmalar, xo'jaliklar, millionlab kishilar faoliyatining uzviy bog'lanishini bildiradi. Iqtisodiyotdagi yaxlitlikning o'zi unga taalluqli islohotlarni xalq xo'jaligining hamma jabhalarida o'tkazilishini talab qiladi. Bas shunday ekan, islohotlar chala-chulpa, yarim yo'lda qoladigan bo'lishi mumkin emas.

Islohotlar kundalik joriy iqtisodiy muammolarni yechish bilan cheklanib qolmay, strategik ya'ni uzoq istiqboldagi maqsadlarni mo'ljallaydi.

Ularning pirovard maqsadi erkin demokratik iqtisodiyotni yaratish va unga tayangan holda xalqqa yaxshi turmush sharoitini yaratib berishdir.

Bozor islohotlarining asosiy yo'nalishlarini mulkiy, agrar, narx, moliya-kredit, tashqi iqtisodiy faoliyat va nihoyat ijtimoiy (sotsial) islohotlar tashkil etadi. Ularning birgalikda o'tkazilishi rejali tizimdan bozor munosabatlariga o'tishni ta'minlaydi. Bu o'tish jarayoni eng so'nggi bo'lsada, qisqa vaqt davom etadi. Bozor islohotlari yo'liga kirgan mamlakatlarning bir qismi 10 yil deganda bozor iqtisodiyoti qaror topgan mamlakatlar statusi (maqomi)ga ega bo'ldilar. Boshqalari bunga keyinroq erishadilar. Bozor iqtisodiyotiga o'tishning «O'zbek modeli» mavjud bo'lib, jahon tajribasi, O'zbekistonning iqtisodiy salohiyati va milliy xususiyatlarini hisobga oluvchi taraqqiyot yo'lidir. Prezident I.Karimov so'zi bilan aytganda: «O'zbek modeli» respublikaning o'ziga xos sharoitlari va xususiyatlarini, an'analar, urf-odatlar va turmush tarzini har tomonlama hisobga olishga, iqtisodiyotni biryoqlama beso'naqay rivojlantirishning mudhish merosiga barham berishga asoslanadi».[4] Bizning model Prezident asoslab bergan 5 tamoyil qoidasiga tayanadi. Bu tamoyillar quyidagicha:

1. Iqtisodiyotning ustuvorligini ta'minlash.
2. Davlat bosh islohotchi bo'lishi.
3. Qonunlar va ularga rioya etishning ustuvorligiga erishish.
4. Faol ijtimoiy siyosat yurgizish.

[4] И.Каримов. Ўзбекистон буюк келажак сари. Т.: Ўзбекистон, 1998, 101-бет.

5. Bozor iqtisodiyotiga sekin-asta, ijtimoiy larzalarsiz va bosqichma-bosqich o'tish.[5]

Bozor islohotlari O'zbekistonda shu tamoyillarga amal qilgan holda o'tkazildiki, bular mulkiy, infratuzilma, agrar, tarkibiy, moliya-kredit va narxlar islohoti bo'ldi. Islohotlar tufayli bozor tizimiga asos solindi, iqtisodiyot bozor qonun-qoidalari asosida rivojlana bordi.

«O'zbek modeli» hayot sinovidan o'tgan va o'zini oqlagan model hisoblanadi, chunki «Bu yurtimizning deyarli barcha jabhalarida o'z tasdig'ini va isbotini topgan ko'pchilik tomonidan tan olingan haqiqatdir».[6]

4.5. Bozor tizimining transformatsiyasi

Bozor iqtisodiyoti abadul-abad o'zgarmasdan bir yerda qotib qoladigan iqtisodiyot emas. Unga ichki rivojlanish xos bo'ladi. Hayot taqozosi bilan u ham transformatsiyalashadi, ya'ni uning quyi, kam rivojlangan bosqichidan yuksak rivojlangan bosqichiga o'tiladi. Dastlab, bozor iqtisodiyoti asov iqtisodiyot sifatida yuzaga kelsa, so'ngra u ancha mukammallashgan, sivilizatsiyalashgan, insonparvar iqtisodiyotga aylanadi. Bu uning transformatsiyasidir. Asov bozor iqtisodiyotida individual xususiy mulk ustuvor bo'ladi, mulk ozchilik boylar qo'lida to'planadi. Iqtisodiyot tartibsiz ravishda, kuchli larzalarga duch kelish orqali rivojlanadi, chuqur, hatto halokatli iqtisodiy krizislar yuz beradi. Jamiyat qutblashadi, bir tomonda g'oyat katta daromadi bor boylar bo'lsa, qarama-qarshi tomonda ko'pchilikdan iborat kambag'allar va hatto qashshoqlar turadi.

Qutblashuv ijtimoiy nizolarni va hatto to'qnashuvlarni keltirib chiqaradi. Iqtisodiy va ijtimoiy beqarorlik tez-tez takrorlanib turadi. Aytilgan belgilari bor asov bozor tizimi Yevropada XVIII asrning oxirlarida yuzaga kelib, XX asrning o'rtalariga qadar saqlangan. XX asrning 2-yarmidan e'tiboran asov bozor iqtisodiyotining sivilizatsiyalashgan insonparvar iqtisodiyoti, tabiatan aralash iqtisodiyotga aylanishi yuz berdi. Buni bozor iqtisodiyotining hozirchalik eng mukammal modeli, deb aytish mumkin.

Aralash iqtisodiyot mukammal texnika va yuksak texnologiyaga asoslanadi, qo'l mehnatiga o'rin qolmaydi, g'oyat unumli mashinalar ishlatiladi, resurslar tejalib, moddiy to'kinlik ta'minlanadi.

---

[5] И. Каримов. Ўзбекистон – бозор муносабатларига ўтишнинг ўзбек модели. Т.: Ўзбекистон, 1993, 39-бет.
[6] И. Каримов. Янги ҳаётни эскича қараш ва ёндашувлар билан қуриб бўлмайди. Халқ сўзи, 2005, 17-февраль, 1-бет.

Ishlab chiqarish mutlaqo yangi ilmtalab texnologiyani qo'llaydi. Bu ish kuchi sifatiga bo'lgan talabni mislsiz oshiradi. Natijada malakali mehnat ham cheklangan resursga aylanadi, shu sababli mehnatning malakali turlarini tanlash imkoni tug'iladi. Ish kuchini tayyorlash sarfi oshadi. XXI asr bo'sag'asida AQShda bitta bolani o'stirib, o'qitib va kasb o'rgatish sarfi (18—20 yoshga qadar) 400 ming dollarga borib qoladi. Agar bozor tizimining ilk bosqichida oddiy ish kuchi talab qilinsa va u keragidan ortiqcha bo'lsa, aralash iqtisodiyotda o'ta malakali ish kuchi kerak bo'ladi va u noyob resursga aylanadi. Shuning uchun yaratilgan daromadlarning talaygina qismini (60—80 %) ish haqi tashkil etadi. Buning uddasidan chiqqan korxonalar va sohalar noyob resursga ega bo'ladilar va raqobatda yutib chiqadilar.

Aralash iqtisodiyotda mayda biznes rivojlanadi, bu kishilarni yollanib ishlamasdan o'zi tadbirkorlik bilan shug'ullanishiga imkon beradi. Bunda bo'sh pul kapitalining ko'pligi va uni arzonga olib ishlatish mumkinligi, minitexnologiyaning borligi qo'l keladi. Aralash iqtisodiyotda asosan uch xil mulk mavjud: xususiy mulk, jamoa va davlat mulki. Ammo birinchi va ikkinchi mulk shakli asosida xalq korxonalari tashkil topadi, ular ishlab chiqaruvchilarning o'ziga qarashli fermer xo'jaliklari, firmalar va kompaniyalardan iborat bo'ladi. Korxonalarni ishchi-xizmatchilar jamoasi va kasaba uyushmalari tomonidan sotib olish yuz beradi. Xalq korxonalarida ishlab chiqaruvchilar ayni bir vaqtda mulk egasi ham bo'lishadi, shunday korxonalarda o'z manfaati, o'z farovonligi uchun ishlash yuz beradi. Mulk monopoliyasining yo'qligi yoki uning qattiq cheklanganligi o'z navbatida ish kuchini yollash monopoliyasini ham yo'qqa chiqaradi. Ish kuchini jalb etish uchun raqobat ketgan sharoitda ishlab chiqarishdan kelgan daromadni ishchilarning mehnatiga va mulkiga qarab taqsimlash yuz beradi. Yuksak malakali va yuksak saviyasi ishchilar xalq korxonasi jamoasining o'zagi hisoblanadiki, ularning unumli mehnatisiz raqobatda yengib chiqish mumkin emas. Malakali ishchilar qo'nimli va ularning salmog'i katta korxonalarda odatda, foyda ham yuqori bo'ladi. Aralash iqtisodiyotda har xil mulkchilikka oid korxonalar ish haqini oshirish vositasida malakali ish kuchi uchun raqobatlashganda yuqori samara bilan ishlagan korxonalargina bunga bardosh bera oladi, chunki faqat ular yuqori ish haqini ta'minlab, yaxshi foyda ham ko'radilar. Buning ildizida samarali yuksak industrial ishlab chiqarish yotadi.

Aralash iqtisodiyotda turli mulk egalarining manfaatlari raqobat orqali muvozanatga kelishi lozim, bunga daromadni ishlab chi-

qarishning o‘zida uning ishtirokchilari tomonidan o‘zlashtirilishi orqali erishiladi. Bu yerda daromadlarni o‘zlashtirish uni yaratishda qatnashgan omillar egasining qo‘shgan hissasiga qarab yuz beradi.

Aralash iqtisodiyot manfaatlarni sog‘lom raqobat orqali uyg‘unlashtirganidan bu ichki mexanizm yuksak samaradorlikni ta’minlaydi. Mana shu yuksak misli ko‘rilmagan samaradorlik aralash iqtisodiyotning tub belgisidir. Ammo umumjamiyat miqyosida samaradorlik yuksak bo‘lgani holda, ayrim tarmoqlar va korxonalar doirasida u tafovutlanadi. Ayrim ishlab chiqarish bo‘g‘inidagi samaradorlik o‘rtacha samaradorlikdan yuqori bo‘lganda boshqalarnikidan ortiqcha daromad olinadi.

Aralash iqtisodiyot o‘zining o‘tmishdoshidan farqliroq, manfaatlar to‘qnashuvi o‘rniga manfaatlarning muvozanatlashuvini keltirib chiqaradi. Buni birinchidan, mulk shakllarining xilma-xilligi, ikkinchidan, moddiy omildan inson omilining ustunligi, uchinchidan, ishlab chiqaruvchilarning o‘zlari mulk egasiga aylanib, mulkdor sifatida daromadning bir qismini o‘zlashtirishlarni ta’minlaydi. Aralash iqtisodiyot insoniy bo‘lganidan ishlab chiqarishning xalq iste’molini bevosita qondiruvchi sohalari ustuvor rivoj topadi.

Daromadning asosiy qismi fuqarolar ixtiyoriga o‘tib, ularning ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi. Aholi daromadi uning iste’molidan tobora ko‘proq ortib qolib, milliy boylikka aylanadi. Shu boisdan aralash iqtisodiyotga xos belgi milliy boylik tarkibida aholi mol-mulki hissasining ortib borishidir. Buni aholini jamg‘arishda faol ishtirok etishi ta’minlaydi. Aralash iqtisodiyotda jamg‘arishning yana bir ustuvor shakli — bu inson omilida bilim, malaka va mahoratning jamlanishidir, chunki malakali mehnatning qadr-qiymati yuqoriligidan aql-idrokli bo‘lish har taraflama qulay bo‘ladi.

Aralash iqtisodiyot bozor iqtisodiyotidan o‘sib chiqadi, lekin u bilan cheklanmaydi. Aralash iqtisodiyotda bozorga xos munosabatlar bilan birgalikda unga tabiatan xos bo‘lmagan munosabatlar ham mavjud bo‘ladi. Masalan, bu yerda nafaqat bozorga xos raqobat, balki manfaatlar muvozanatlashuvi ham mavjud. Foyda ketidan quvish bozor iqtisodiyotiga xos narsa, ammo aralash iqtisodiyot sharoitida bunga erishish uchun umumiy farovonlikka hissa qo‘shish shart. Bu yerda o‘ziga to‘q, daromadi o‘rtacha aholi ko‘pchilikni tashkil etadi.

Aralash tizimda ijtimoiy davlat mavjud. U aholi turmushini yaxshilashda ishtirok etadi. U bepul ta’limni, tibbiy yordamni ta’minlaydi, aholining muhtoj qatlamlariga moliyaviy yordam berib,

ularni kambag'allikdan himoya qiladi. Davlat ijtimoiy muammolarni o'z holiga tashlab qo'ymay, ularni hal etishda faol qatnashadi. Bu bilan ommaviy farovonlikka erishiladi.

Aralash iqtisodiyot – bu bozor iqtisodiyotining insoniylashgan, ijtimoiy adolat qoidalari qaror topgan shaklidir, u tabiatan bozor iqtisodiyoti bo'lsada, o'tmishdagi, masalan, XIX asrdagi iqtisodiyotdan jiddiy farqlanadi. Aralash iqtisodiyot sari transformatsiyaning borligi hozirgi o'tish davrini keng talqin etishni talab qiladi. Bu davr nafaqat bozor tizimiga o'tishni, aniqrog'i qaytishni, balki aralash iqtisodiyot tomon borishni ham bildiradi, deb aytish mumkin.

Shu sababli bozor islohotlari u shakllanib ulgurgan va rivojlangan yerda ham o'tkaziladi, iqtisodiyotning liberallik, ya'ni erkinlik darajasini oshirishga qaratiladi. Erkinlik – bu xususiy mulk, mehnat, tadbirkorlik, savdo, pul muomalasi, pul kiritish (investitsiya), moliyalashtirish erkinligi va nihoyat korrupsiya (poraxo'rlik)dan ozod bo'lish kabilar bilan tavsiflanadi. Shularga tayangan holda iqtisodiy erkinlikning yagona koeffitsiyenti baholanadi, uning qiymati 0-100 ball oralig'ida bo'ladi. Mazkur koeffitsiyent iqtisodiy erkinlik reytingi vazifasini o'taydi. U yo'q yerda koeffitsiyent 0 ga teng, u mutlaq yuqori yerda 100 ballga teng bo'ladi. Erkinlik jihatidan dunyo mamlakatlari quyidagi guruhlarga ajratiladi:

1) Iqtisodiyoti erkin mamlakatlar – 80-100 ball;

2) Erkin iqtisodiyot ustuvor mamlakatlar – 70-80 ball;

3) Iqtisodiyot erkinligi unchalik kuchli bo'lmagan mamlakatlar – 60-70 ball;

4) Iqtisodiyoti ustuvor ravishda noerkin mamlakatlar – 50-60 ball;

5) Iqtisodiyoti erkin bo'lmagan mamlakatlar – 50 ball va undan kam.

Yer yuzida iqtisodiyoti qandayligi noma'lum davlatlar ham bor. Bugungi kunda dunyoda erkinlik darajasi past yoki umuman yo'q mamlakatlar 100 tadan ortiq. Bu iqtisodiy islohotlarning davom etishi zarurligini bildiradi.

Xulosalar

1. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim baholanganda moddiy, ijtimoiy-iqtisodiy va g'oyaviy-siyosiy belgilar asos qilib olinadi. Bularga resurslar va yaratilgan mahsulotlarning xarakteri, mulkchilik shakllari, iqtisodiy mexanizmning qandayligi, qanday g'oyalar va siyosatning ustuvorligi kabilar kiradi.

2. Jamiyat taraqqiyotida uchta ijtimoiy-iqtisodiy tizim bo‘lib, bular an’anaviy tizim, bozor tizimi va rejali tizimdir. Bular o‘zining tub belgilari bilan bir-biridan farqlanadi. Hozirgi dunyoda bozor tizimi umumbashariy tizim hisoblanadi.

3. Tizimlar taraqqiyoti ikki xil kechadi. Birinchidan, rivojlanish salohiyatini tugallagan tizim yangi istiqbolli, salohiyati yuksak tizim bilan almashadi. Ikkinchidan, mavjud, o‘z salohiyatini saqlagan tizimda yangi iqtisodiyot tomon transformatsiya yuz beradi. Hozir bu bozor iqtisodiyotining rivojlangan mamlakatlarda aralash iqtisodiyot sari transformatsiyasidan iborat.

4. Bozor iqtisodiyoti afzalligi tufayli unga o‘tish zaruratga aylanadi. Bunday o‘tish uch yo‘l bilan yuz beradi:

a) klassik yo‘l;

b) mustamlaka iqtisodiyotidan milliy bozor iqtisodiyotiga o‘tish;

v) rejali iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o‘tish. Hozir uchinchi yo‘l amal qiladi, bu eng keyingi yo‘l bo‘lib, mohiyatan ilgari rivojlanishi zo‘rlik (revolutsiya) yo‘li bilan to‘xtatib qo‘yilgan bozor iqtisodiyotiga yangidan qaytish yo‘lidir.

Bu yo‘ldan borilganda davlatning faol ishtirokida o‘tkaziladigan bozor islohotlari tufayli rejali tizim o‘rniga bozor tizimi keladi. O‘zbekistonning bozor tizimiga o‘tishi uchinchi yo‘l doirasida, lekin «O‘zbek modeli»ga binoan yuz berdi.

5. Rivojlangan mamlakatlarda bozor iqtisodiyotining ichki rivojlanishi yuz berib, u o‘z taraqqiyotining yangi — aralash iqtisodiyot bosqichiga chiqishi bilan tavsiflanadi. Aralash iqtisodiyot yangi iqtisodiyot bo‘lib, XIX asrdagi klassik bozor iqtisodiyotidan jiddiy farqlanadi.

Tayanch tushunchalar

Ijtimoiy-iqtisodiy tizim; ijtimoiy-iqtisodiy tizim belgilari; an’anaviy tizim; bozor tizimi; rejali tizim; tizimlarning o‘rin almashuvi; bozor tizimiga o‘tish yo‘llari; bozor tizimiga o‘tishning «o‘zbek modeli»; tizimlarning ichki transformatsiyasi; aralash iqtisodiyot.

II BO‘LIM
BOZOR IQTISODIYOTINING QONUN-QOIDALARI

V bob. BOZOR VA UNING TUZILISHI

5.1. Bozorning zarurligi

Iqtisodiyotning nimani, qancha va kim uchun ishlab chiqarish zarur, degan azaliy muammosi bozorda aniqlanadi. Shu sababli bozor tizimi qonun-qoidalarini o‘rganishni bozordan boshlaymiz va eng avval bozorning o‘zi nimaligini aniqlaymiz, so‘ngra uning turlarini ko‘rib chiqamiz.

Ishlab chiqarishda yaratilgan turli-tuman mahsulotlar va ko‘rsatiladigan xizmatlar iste’molchilarga to‘g‘ridan to‘g‘ri emas, balki bozor orqali yetib boradi. Bozor ishlab chiqarishni iste’mol bilan bog‘laydi, chunki hech bir narsa tekinga berilmaydi, uni bozorda pulga sotib olish talab qilinadi.

Bozor – bu xaridorlar bilan sotuvchilar o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalar, ularni bir-biriga bog‘laydigan mexanizmdir.

Bozorga tovar egasi uni sotish uchun, xaridor esa uni olish uchun chiqadi. Sotuvchilar – bu tovar ishlab chiqaruvchi firmalar, fermer xo‘jaliklari, yakka tarzda ishlab chiqaruvchi kishilardir. Xaridorlar esa jamiki iste’molchilar, ya’ni xonadonlar, resurslarni olib ishlatuvchi firmalar, davlat idoralari va yakka tartibda ishlab chiqaruvchilar bo‘ladi. Agar aholi bozordan iste’mol buyumlari va xizmatlarni sotib olsa, firmalar va yakka tartibda ishlovchilar asbob-uskuna, mashinalar, yoqilg‘i, elektr energiya, xomashyo va ish kuchini sotib oladilar. Bozorda tovarlarni pul vositasida ayirboshlash, ya’ni oldi-sotdi munosabatlari paydo bo‘ladi. Bir tovar pulga ayirboshlansa, shu pulga qaytadan boshqa tovar sotib olinadi. Tovar pulga ayirboshlanganda (T-P bo‘lganda) sotish operatsiyasi, pul tovarga ayirboshlanganda (P-T) xarid etish operatsiyasi yuz beradi.

Demak, bozor munosabatlarida ham tovarlar, ham pul ishlatiladi (5.1-rasm). Shuning uchun bu munosabatga tovar-pul munosabati, deb aytiladi.



5.1-rasm. **Tovar ayirboshlash**

Ishlab chiqarishda yaratilgan mahsulot va xizmatlar bozorda tovar shakliga kiradi. Shuning uchun ham **tovar, deganda bozorda sotish uchun chiqarilgan narsalar tushuniladi.**

Hammaning ishi bozorda bitadi, chunki u yerdan pulga barcha kerakli iste'mol buyumlari va resurslarni topsa bo'ladi. «Hamma narsaning otasi ham bozor, onasi ham bozor» degan gapning ma'nosi mana shunda. Hamma ishning bozorda bitishi uning afzalligi bor degani. Xo'sh, bu afzallik nimada? Bu bozor aloqalarining iqtisodiy jihatdan qulay bo'lishida, albatta. Gap shundaki, hamma narsani o'zi ishlab chiqargandan ko'ra bir xil mahsulotni chiqarib, boshqasini sotib olish nafli bo'ladi. Tovarni yaratuvchining mehnati ixtisoslashgan bo'ladi, ya'ni ishlab chiqaruvchilar faqat u yoki bu tovarni ishlab chiqarish bilan mashg'ul bo'ladilar, natijada kasblarning turi ko'payib boradi. XXI asrga kelib yer yuzida 20 mingdan ziyod kasblar paydo bo'ldiki, ular bilan mashg'ul kishilar 40 trillion dollardan ziyod (2000-y.) mahsulot va xizmatlarni yaratdilar, bular g'oyat xilma-xil tovarlar bo'lib, ularni ishlab chiqaruvchilar bozor orqali bir-biriga yetkazib beradilar.

Ixtisoslashuv tovarlarni ayirboshlash orqali iste'mol qilishini qulay qilganidan bunga zarurat paydo bo'ladi. Ixtisoslashuv chuqurlashgan sari yangi va yangi turdagi tovarlar paydo bo'ladiki, bular bozorga kelib ayirboshlash doirasini kengaytiradi. XXI asr boshiga kelib yer yuzida bir necha million xil tovar nafaqat milliy bozorda, balki xalqaro bozorda ham ayirboshlandi. Ayirboshlash zaruratini, uning afzalligini tushunish uchun ikkita ixtisoslashgan fermer xo'jaligi nima qilishini ko'rib chiqamiz. Birinchisi sut yetishtiradi, ikkinchisi bug'doy ekadi. Ular o'zida yo'q mahsulotlarga bo'lgan ehtiyojni ikki yo'l bilan qondirishlari mumkin: a) yo'q mahsulotni ishlab chiqarish; b) o'z mahsulotiga yo'q mahsulotni bozor orqali ayirboshlab olish. Fermerlar ikkinchi usulni tanlab oladilar, chunki bu afzallik beradi. Resurslar cheklangan bo'lganidan bir vaqtning o'zida kerakli narsani ishlab chiqarish uchun boshqasidan voz kechish kerak. Chorvador o'ziga kerakli bug'doyni yetishtirish uchun sut ishlab chiqarishdan voz kechishi, ziroatchi esa o'ziga kerakli sutni olish uchun bug'doydan voz kechishi kerak. Chorvador 1 litr sut olish uchun 1 soat vaqt sarflaydi, ziroatchi 1 kg bug'doy uchun 20 minut sarflaydi. Sutning bozor narxi 3000 so'm, bug'doyniki 1000 so'm. Narx nisbati 3:1, ish vaqtini 6 soat, deb olsak, chorvador kuniga 6 litr sut oladi, ziroatchi esa 18 kg bug'doyga ega bo'ladi. Ular ixtisoslashganligi uchun chorvador o'ziga kerak 3 kg bug'doyni o'zi yetishtirsa, bunga 2 soat vaqt sarflaydi. Bu vaqt mobaynida esa u 2 litr sutni yo'qotgan bo'ladi. Natijada uning ixtiyorida 4 litr sut va 3 kg bug'doy bo'ladi. Ziroatchi ham o'z ishidan

tashqari chorvaga qo‘l ursa, 1 litr sut olish uchun 1,5 soat vaqt sarflaydi, bu bilan u shu vaqt hisobidan 4,5 kg bug‘doy yo‘qotadi. Uning ixtiyorida 13,5 kg bug‘doy va 1 litr sut bo‘ladi. Agar chorvador va ziroatchi o‘z mahsulotlarini bozorda ayirboshlasalar, yutuqqa ega bo‘ladilar. Bunda chorvador ixtiyorida 15 litr sut va 3 kg bug‘doy bo‘lar edi. Ziroatchi ayirboshlash tufayli 15 kg bug‘doy va 1 litr sutga ega bo‘ladi, u o‘zi ishlab chiqarganda qo‘lida 13,5 kg bug‘doy va 1 litr sut bo‘lar edi. Demak, ayirboshlash ham chorvador, ham ziroatchi uchun nafli ekan. Bozorda tovar ayirboshlashning **uch afzalligi** bor. **Birinchidan**, bozor orqali ehtiyoj qondirilganda tovarlarni o‘zi ishlab chiqarib iste’mol qilgandan ko‘ra sotib olish arzonga tushadi. **Ikkinchidan**, iste’mol uchun kerakli mahsulot va xizmatlarni bozordan osongina topish mumkin, bu bilan iste’molni qondirish sarflari tejaladi. Agar bozor bo‘lmay, mahsulotni bir-biriga to‘g‘ridan to‘g‘ri ayirboshlansa, kerakli mahsulotga yetishish uchun juda ko‘p ayirboshlash operatsiyasini o‘tkazish kerak. Masalan, «A» mahsulot egasiga «X» mahsulot kerak bo‘lsa, bunda kamida 25 marta ayirboshlash operatsiyasini o‘tkazish kerakki, bu g‘oyat katta xarajatlarni yuzaga keltiradi, ya’ni xalq ta’biri bilan aytganda «eshagidan to‘qimi qimmat bo‘ladi». **Uchinchidan**, bozorda tovarlarni tanlab olish imkoni bor. Hamma ishlab chiqaruvchilar bir xil yoki o‘rinbosar tovarlarni bozorda ko‘plab taqdim etganidan bular xoh resurs, xoh iste’mol tovarlari bo‘lsin, ulardan ma’qulini tanlab olish mumkin bo‘ladi. O‘zi ishlab chiqarganda tanlash imkoni bo‘lmas edi.

Bozorning afzalligi shundan iboratki, u cheklangan resurslar sharoitida ehtiyojlarni kam mehnat sarflagan holda va to‘laroq qondirish imkonini beradi.

Bozor ko‘rsatadigan xizmatlarga zarurat bo‘lganidan u doimo kengayib boradi, bozor aloqalari domiga tobora ko‘p ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar tortiladi.

5.2. Bozor infratuzilmasi

Bozordagi iqtisodiy aloqalarda ko‘pchilikdan iborat subyektlar qatnashadi. Bu aloqalar g‘oyat xilma-xil bo‘lib, murakkab kechadi, bular bevosita aloqalar va bilvosita aloqalardir. **Bevosita** bozor munosabati paydo bo‘lganda sotuvchi va xaridor bir-biri bilan to‘g‘ridan to‘g‘ri aloqa o‘rnatadi, bu yerda hech kim ular o‘rtasida vositachilik qilmaydi. **Bilvosita** bozor munosabati yuz berganda sotuvchi va xaridor o‘rtasidagi aloqalar vositachilar orqali o‘rnatiladi. Ular oldi-sotdi sohasida bozor ishtirokchilariga o‘z xizmatini ko‘rsatadilar, bu infratuzilma xizmati bo‘ladi.

Bozor infratuzilmasi bozor aloqalarini o'rnatishda ishtirok etuvchi, ya'ni sotuvchilar va xaridorlarga xizmat ko'rsatuvchi institutlardir, ya'ni firma va turli muassasalardir.

Bozorning miqyosi, unda ishtirok etuvchi tovarlarning tarkibi, oldi-sotdi munosabatlarining xarakteriga qarab turli infratuzilma bo'g'inlari amal qiladi. Infratuzilma 2 xil bo'ladi. **Birinchisi** hamma bozor aloqalariga xizmat qiluvchi infratuzilma. Bu tovarlarni qanday ko'lamda, qanday usullar bilan sotilishidan qat'iy nazar hamma bozorlarga xos bo'ladi. Bunga sug'urta, savdo-sotiq, partnyor (sherik) topish, pulni undirish kabi xizmatlarni ko'rsatuvchi muassasalar kiradi. Ular xizmatidan bozorning barcha ishtirokchilari kerak bo'lgan paytda foydalanadi. Infratuzilmaning **ikkinchi** turi bu maxsus bozorlarda maxsus xizmat ko'rsatuvchi institutlardir. Bular jumlasiga savdo uylari, tovar birjalari, reklama kompaniyalari, mehnat birjalari, fond (qimmatli qog'ozlar) birjalari, broker kompaniyalari, auditor firmalarini kiritish mumkin. Bular ham vositachilik qiladi, ammo ular xizmati hamma yerda emas, balki ayrim bozorlarda yuz beradi. Tovar birjalari ulgurji savdo xizmatini ko'rsatadi, ular orqali tovar ishlab chiqaruvchilar xaridor topadi. Mehnat birjasi ish beruvchi bilan ishga kiruvchiga xizmat ko'rsatadi. Fond birjasi qimmatli qog'ozlar (aksiya, obligatsiya, sertifikat va boshqalar) egalari bilan ularga xaridorlarni bir-biriga bog'lashda xizmat qiladi. Broker firmalari ulgurji savdoda vositachilik qiladi. Auditor firmalari xizmati maxsus tavsifga ega. Ular axborot xizmatini ko'rsatadilar, ya'ni taftish asosida firmalarning ahvoliga tegishli xolisona axborotni bozor ishtirokchilariga yetkazib beradi.

Bozor infratuzilmasida huquqiy xizmat ko'rsatish alohida o'rin tutadi. Bozorda faoliyat yuritishning qoidalari turli qonunlarda belgilanadi, ularga rioya etish nazorat qilinadi. Bozor qoidalari uning hamma ishtirokchilari manfaatini hisobga oladi, qanday ish qilish mumkinligini va qanday ishga yo'l berilmasligini aniqlab qo'yadi. Bozor qonun-qoidalari buzilganda uning layoqatsizligi paydo bo'ladi, muhimi bozor aloqalarini o'rnatishga qaratilgan xarajatlar (bular transaksion xarajatlar, deb yuritiladi) ortib ketadi, bozor o'z vazifalarini yaxshi bajarmay qo'yadi. Shu sababli qonun-qoidalarning bajarilishini ta'minlovchi huquqiy xizmatlar borki, bularni xo'jalik sudlari, arbitraj firmalar va advokatlar firmalari bajaradi.

5.3. Bozorning funksiyalari

Bozor shuning uchun ham zarurki, u bir qator foydali funksiyalarni bajaradi.

1. Bozor ishlab chiqarish bilan iste'molni bog'lash funksiyasini bajaradi. Tovar harakati uni ishlab chiqarishdan boshlanib, iste'mol bilan tugallanadi. Shu harakatning qanday yuz berishi bozorga bog'liq. Ma'lumki, har qanday ishlab chiqarishdan pirovard maqsad iste'mol uchun tovar yaratishdir. Bozor tizimida ehtiyojlar Tovarlarni pulga ayirboshlash orqali qondiriladi, chunki tovar ishlab chiqarish bor joyda mahsulotlar va xizmatlar bozordan o'tmay turib, to'g'ridan to'g'ri iste'molga kelib tushmaydi. Tovarlarni albatta bozordan sotib olish zarur.

2. Bozor ishlab chiqarishning qaytadan yangilanib turishiga, ya'ni uzluksiz yuz berishiga sharoit hozirlaydi. Bozorda tovarlar sotilgach, ularning egasi qilgan xarajatlarining pulini chiqarib olish bilan birgalikda foyda ham ko'radilar. Tovarni sotishdan tushgan pulga bozorning o'zidan resurslar olinib, ularning o'rni qoplanadi, ular miqdoran ko'payadi, ya'ni ishlab chiqarish omillari yangidan hosil bo'ladi. Natijada iqtisodiy faoliyat takrorlanadi.

3. Bozor iqtisodiy regulyator, ya'ni iqtisodiyotni tartiblovchi vosita bo'lib xizmat qiladi. Bunga bozor narxlari orqali erishiladi. Narx pasaygan joydan resurslar chiqib ketadi, ular narx oshgan yerga oqib o'tadi. Bozor talabning o'zgarishiga qarab nimani va qancha ishlab chiqarish kerakligi haqidaga signalni (axborotni) ishlab chiqarishga yetkazadi. Shunga binoan resurslar taqsimlanib, kerakli sohalarga yuboriladi va talabgar tovarlarni ishlab chiqarishga erishiladi. Mana shu jarayonlar bozor iqtisodiyotini tartiblashda qatnashib turishiga dalolat beradi.

4. Bozor turli mamlakatlar, millatlar va elatlar o'rtasida o'zaro manfaatli iqtisodiy aloqalarni o'rnatishga xizmat qiladi. Bozor munosabatlari xalqaro iqtisodiy hamkorlikning yetakchi sohasi hisoblanadi. Xalqaro savdo-sotiq orqali turli mamlakatlar o'rtasida muntazam aloqalar o'rnatiladi, davlatlar iqtisodiy jihatidan bir-biriga bog'lanadi. Bozor ishlab chiqarishning davlatlararo miqyosda aniq ixtisoslashuvini, xalqaro miqyosdagi talab-ehtiyojni mo'ljalga olib yuritilishini taqozo etadi. Xullas, bozor xalqaro aloqalarni o'rnatish va ularni kengaytirish vositasi ham bo'ladi.

5.4. Bozorning tarkibiy tuzilishi

Bozorning ichki tuzilishiga har xil mezonlar jihatidan baho beriladi. Bu mezonlar raqobat, bozor subyektlarining ahvoli, bozor obyektining xarakteri, tovar muomalasining miqyosi, bozor aloqalarining qonuniyligi kabilardir. Ular orasida raqobat va subyektlarning sotsial-iqtisodiy mavqeyi asosiy o'rinda turadi. Iqtisodiy aloqalar xarakteriga ko'ra bozorni ikki turga ajratish mumkin:

a) erkin, mukammal raqobatli bozor;

b) nomukammal raqobatli, monopollashgan yoki raqobat mutlaqo bo'lmagan bozor.

Erkin bozorda sotuvchilar va xaridorlar ko'pchilik bo'lib, ulardan hech biri bozorda hukmron mavqega ega bo'lmaydi, aksincha, ular doimo raqobatda bo'lishadi. Bozor ishtirokchilarining aloqasi erkin oldi-sotdi munosabatiga asoslanadi.

Monopollashgan bozor – bu ozchilik sotuvchilar va xaridorlar hukmron bo'lgan, raqobat cheklangan yoki raqobat umuman yo'q bozor.

Mazkur bozor 4 xil bo'ladi:

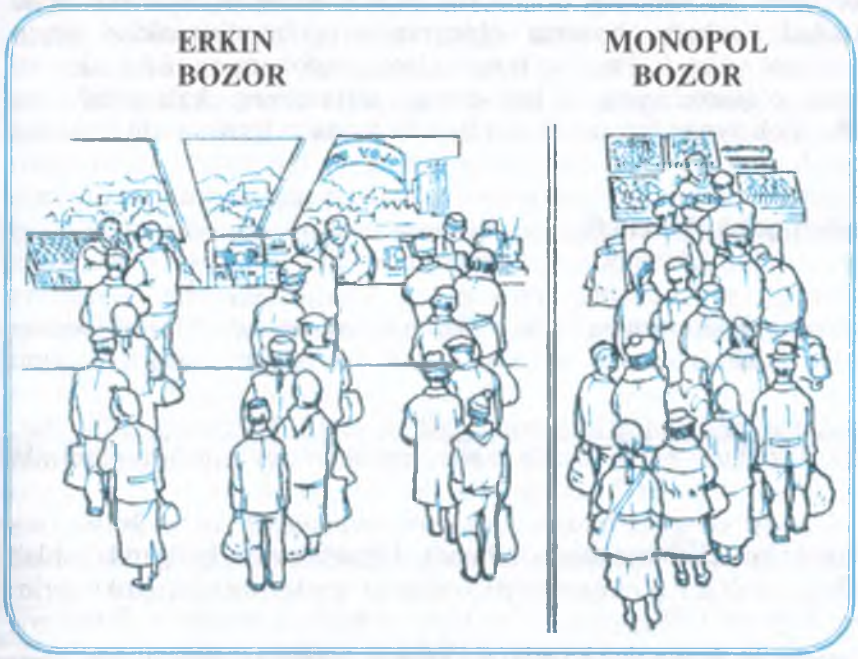
a) **monopol raqobatli bozor**, bu yerda ko'p sonli korxonalar bozorni o'z qo'lida tutib turadi. Ular tovarlarning asosiy qismini taklif etadilar, ammo ulardan ayrimlari yoki bir nechtasining bozordagi hissasi, ularga hukmronlik qilish imkonini bermaydi. Bu bozor monopol bo'lsada, unda raqobat bo'ladi, ammo u cheklangan tarzda yuz beradi, ya'ni ozchilikning raqobati shaklida bo'ladi. Bu bilan u erkin bozordan farqlanadi;

b) **sof monopoliya bozori**, bu yerda sotuvchi monopoliyasi bo'ladi, ya'ni xaridorlar ko'p bo'lgani holda sotuvchi bitta bo'ladi, xaridorning mana shu sotuvchi tovarini olishdan boshqa iloji bo'lmaydi;

v) **oligopoliya bozori**, bu yerda bitta emas, balki bir nechta, ammo ozchilikdan iborat sotuvchilar hukmronligi mavjud bo'ladi. Tovarlarning asosiy qismi mana shular qo'lida to'planadi, bu yerda ham sotuvchi monopoliyasi bo'ladi;

g) **monopsoniya bozori,** bu yerda sotuvchi emas, balki xaridor monopoliyasi bo'ladi, ya'ni sotuvchilar ko'p bo'lgani holda xaridor yagona bo'ladi. Monopsoniya odatda resurslar bozorida bo'ladi, bu yerda ayrim korxonalar xomashyo, yoqilg'i, ish kuchi kabi resurslarning asosiy qismini sotib oladi. Agar monopoliya bozorida sotuvchi xaridorga o'z izmini o'tkazsa, monopsoniyada xaridor sotuvchiga o'z hukmini o'tkazadi.

Bozorlar o‘zining obyekti jihatidan, ya’ni nimalar oldi-sotdi qilinishi jihatidan ham farqlanadi. Shu o‘rinda iste’mol tovarlari bozori, resurslar bozori va moliya bozori ajratiladi.



A. **Iste’mol tovarlari yoki iste’molchilar bozori.** Bu bozorda kishilarning shaxsiy ehtiyojini qondiruvchi, ya’ni ularning tirikchiligi uchun zarur bo‘lgan tovarlar oldi-sotdisi yuz beradi. Mazkur bozorga sotuvchilar ikki turdagi tovarlarni qo‘yadilar. Birinchisi **moddiy** shakldagi iste’mol tovarlari bo‘lib, bularga oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy jihozlari, transport vositalari (yengil avtomobil, velosiped, motosikl), turarjoy kabilar kiradi. Ikkinchisi **nomoddiy,** ya’ni moddiy ko‘rinishi bo‘lmagan tovarlar. Bular turli-tuman xizmatlardan iborat bo‘lib, ularning moddiy shakli bo‘lmaydi. Xizmatlarning o‘zi tovarlashmagan va tovarlashgan bo‘ladi. **Tovarlashmagan** xizmatlar bepul xizmat bo‘ladi, shu sababli ular bozorga chiqmaydi, binobarin, oldi-sotdi obyektiga aylanmaydi. Bular jumlasiga xonadondagi o‘ziga-o‘zi xizmat ko‘rsatish va bepul davlat xizmati (o‘qitish, davolash, sport, madaniy xizmat) kiradi. Bozorga chiqarilgan yoki **tovarlashgan** xizmatlar pullik xizmatlar bo‘lib, ular g‘oyat xilma-xil bo‘ladi. Bular ta’lim, tibbiyot, sport,

sayohat, tomosha, transport, maishiy-xizmat kabilardan iborat bo‘ladi, ularni aholi sotib oladi. Bu xizmatlarning bozor obyekti sifatidagi xususiyati shundan iboratki, ularning yaratilishi va iste’moli bir vaqtning o‘zida yuz beradi. Masalan, kostyum avval tikiladi, so‘ngra bozorga chiqariladi, sotib olinganidan keyin iste’mol qilinadi. Bundan farqli o‘laroq shifokorning tibbiy xizmati yoki o‘qituvchining ta’lim berish xizmatining ko‘rsatilishi va iste’moli aynan bir vaqtda yuz beradi. Konsert ijrosi va uni tomosha qilish, futbol o‘yini va uni ko‘rish ham bir vaqtda yuz beradi. Xizmatning moddiy shakli bo‘lmaganidan uni yaratish va iste’mol qilish qo‘shilib ketadi.

Iste’molchilar bozorida eng ko‘p turdagi va miqdori g‘oyat katta tovarlar va xizmatlar oldi-sotdisi yuz beradi, bu bozorning ishtirokchilari mutlaq ko‘pchilikdan iborat bo‘ladi. Mazkur bozorning O‘zbekistondagi aniq ko‘rinishi bu buyum bozori, dehqon bozori, supermarket, univermaglar, minimarket, turli do‘kon va magazinlar (shoplar), konsert zallari, teatr, kinoteatr, stadionlar, sport zallari, pullik kasalxonalar, pullik o‘quv kurslari, kontrakt bilan o‘qish va boshqalardan iborat.

Iste’molchilar bozorida, birinchidan, ulgurji savdo bo‘lsa, ikkinchidan chakana savdo qilinadi. **Ulgurji savdo** bo‘lganda ishlab chiqaruvchilar o‘z tovarlarini vositachi savdo firmalari yoki ayrim savdogarga ko‘tarasiga, ya’ni katta miqdorda sotadilar. Bular o‘z navbatida, mana shu tovarlarni **chakana savdoda** maydalab iste’molchilarga sotadilar. Bozorda ishlab chiqaruvchi bilan iste’molchining bevosita aloqa o‘rnatishi ham bo‘ladi. Bunda ishlab chiqaruvchi o‘z tovarini chakana narxda iste’molchining o‘ziga sotadi. Masalan, tikuvchilik firmasi o‘zining magazini orqali tovarlarini aholiga sotadi, bozorga kelgan dehqon ham o‘z mahsulotini iste’molchiga chakanasiga sotadi.

B. **Resurslar bozori.** Bu yerda xilma-xil moddiy resurslar va ish kuchining oldi-sotdisi yuz beradi. Bu bozorning ishtirokchilari resurslarni ishlab chiqaruvchilar va ularni sotib oluvchi firmalar, davlat idoralari va xonadonlardan iborat. Bu bozorda moddiy shaklga ega asbob-uskuna, turli mashinalar, xomashyo, butlovchi qismlar, yoqilg‘i, elektroenergiya, gaz, ko‘chmas mulkni tashkil etuvchi binolar, inshootlar va yer oldi-sotdisi yuz beradi. Mazkur bozorning maxsus turi bu mehnat bozori bo‘lib, bu yerda moddiy shakli bo‘lmagan tovar, ya’ni ish kuchi taklif etiladi.

Resurslar bozorining xususiyati shundan iboratki, bu yerdan sotib olingan tovarlar **shaxsiy iste’mol** uchun emas, balki **ishlab chiqarish** uchun xizmat qiladi. Resurslar iste’mol tovarlaridan

farqliroq ikki xil usulda oldi-sotdi qilinadi: 1. Resurslar to'la-to'kis sotib olinadi. Bunda ular sotuvchi mulkidan xaridor mulkiga o'tib iste'mol qilinadi; 2. Resurslarning o'zi emas, balki ulardan vaqtincha foydalanib turish huquqi sotiladi. Bunda resurs sotuvchi mulki bo'lib qoladi, lekin u ijaraga olib ishlatiladi. Masalan, qimmatbaho uskuna, paroxod, samolyot, mashina, bino, inshoot yoki yer butunlay sotib olinmagan holda, u ijaraga olinib, egasiga ijara haqi beriladi. Moddiy resurslar bozori O'zbekistonda tovar-xomashyo birjasi, savdo uylari va mashina-uskunalar sotuvchi firmalar timsolida gavdalanadi. Uning tarkibiy qismi bo'lgan mehnat bozorining xususiyati shundan iboratki, bu yerda insonning mehnat qilish qobiliyati bo'lgan ish kuchi sotiladi. Biroq u tamomila emas, ma'lum vaqtda ishlatib turish uchun sotiladi. O'zbekistonda mehnat bozorining ikki turi amal qiladi. Birinchisi mehnat birjalari, bu tashkil etilgan mehnat bozori; ikkinchisi, mardikor bozori, bu tartibsiz mehnat bozoridir.

V. **Moliya bozori.** Bu bozorning maxsus shakli bo'lib, bu yerda moliya resurslari, ya'ni pul va daromad keltiruvchi qimmatli qog'ozlar oldi-sotdisi yuz beradi. Uning tarkibidagi pul bozori 3 qatlamli bo'ladi. Birinchisi, shaxsiy ehtiyojni qondiruvchi **oddiy pul** bozori. Bu yerda pul tirikchilik buyumlarini xarid etish uchun haqini to'lash sharti bilan qarzga olinadi, ya'ni ishlatib turish uchun pul sotib olinadi. Masalan, mebel to'plami, avtomashina yoki kvartira olish uchun kishilar bankdan qarz oladilar. Bunda bank sotuvchi, qarz ko'targan esa xaridor maqomida bo'ladi. Ikkinchisi, kapital bozori. Bunda pul tirikchilik yurgizish uchun emas, balki **kapital** sifatida ishlatib foyda chiqarish uchun qarzga sotib olinadi. Bunga misol qilib tadbirkor, fermer yoki dehqon xo'jaligi sohibining tijorat bankidan qarz olib, buni o'z xo'jaligi rivoji uchun ishlatishini ko'rsatish mumkin. Kapital bozorining o'zi ikki xil bo'ladi, bu **kredit bozori va qimmatli qog'ozlar** bozoridir. Kredit bozoridan (masalan, banklardan) tadbirkorlar kreditni (qarzni) sotib olib, uni kapital sifatida ishga qo'yadilar. Bozordan kapitalni jalb etishning yana bir shakli bu aksiya, obligatsiya va sertifikatlarni chiqarib sotishdir. Bularni chiqarganlar **emitent**, sotib olganlar **investor** deyiladi. Emitent sotuvchi bo'lsa, investor xaridor hisoblanadi. Kredit bozorini tijorat banklari, kredit shirkatlari va ulardan qarz oluvchi mijozlar tashkil etsa, qimmatli qog'ozlar bozori **fond birjalaridan**, ulardan boshqa oldi-sotdi bo'lgan qog'ozlarni saqlovchi **depozitariylardan** iboratdir. Fond bozorining ishtirokchilari korxona, tashkilotlar, aholining ma'lum qatlami, davlat idoralari va turli vositachilar hisoblanadi.

Pul bozorining uchinchi, o‘ziga xos turi – bu **valuta** bozoridir. Bu bozorda turli mamlakatlarning milliy puli –valuta oldi-sotdi qilinadi. Uning ishtirokchilari korxonalar, turli tashkilotlar, davlat idoralari va fuqarolar hisoblanadi. Ulardan biri valuta sotsa, boshqasi uni sotib oladi. Mazkur bozor banklar, ularning valuta ayirboshlovchi shoxobchalari, valuta auksioni (kim oshdi savdosi) shaklida namoyon bo‘ladi.

Intellektual tovarlar bozori bozorning maxsus turi bo‘lib, aqliy mehnat mahsuli bo‘lmish tovarlar va xizmatlarning ayirboshlanishini bildiradi. Bu yerda sotuvchilar va xaridorlar maxsus tovar hisoblangan ilmiy g‘oyalar, texnikaviy yangiliklar, san’at va adabiyot asarlari, xilma-xil axborotlarni oldi-sotdi qilish yuzasidan munosabatda bo‘ladilar. Bu tovarlar egalari yoki ulardan vakolat olgan firmalar bozorda sotuvchi vazifasini bajaradi. Xaridorlar esa turli firmalar, uyushmalar, davlat idoralari, har xil tashkilotlar va fuqarolar bo‘ladi. Mazkur bozor kichik qismlardan iboratki, ular ilmiy-texnik ishlanmalar bozori, kino bozori, tasviriy san’at bozori, musiqa va tomoshalar bozori, antikvar buyumlar bozori kabilardan tashkil topadi. Intellektual tovarlar bozorida ilmiy-texnikaviy ishlanmalar oldi-sotdisi katta o‘rin tutadi. U amalda patent, litsenziya va nou-xau (patent – yangilikni ishlatish huquqini beruvchi hujjat; litsenziya – ruxsatnoma, nou-xau – ishlatish huquqi egasida bo‘lgan yangilik) sotishdan iboratdir. Bu yerda ilmiy-texnikaviy yangiliklar xaridor mulkiga aylanish sharti bilan yoki o‘z egasining mulki bo‘laturib, vaqtincha foydalanish sharti bilan sotiladi. Bu bozor ishlab chiqarish **novatsiyasiga**, ya’ni unga yangilik kiritishga xizmat qiladi, fan-texnika rivojiga ta’sir etadi. Ilmiy-texnik ishlanmalari bozoridagi munosabatlar ko‘pincha mamlakatlararo bo‘ladi. Intellektual tovarlar bozori **eng dinamik** bozordir, u tez kengayadi, yangi-yangi qismlarga ajratiladi. Buning sababi iqtisodiyotda intellektual mehnat mavqeyining kuchayishidir. Gap shundaki, hozirgi bozor iqtisodiyoti ilmtalab ishlab chiqarishning o‘sishi, turli xizmatlar, eng avval axborot xizmati ahamiyatining kuchayishi bilan xarakterlanadi. Buni yer yuzida internet xizmati bozorining shiddat bilan o‘sib borishi tasdiqlaydi. Bunga 2012-yil 2 mlrd kishi internetdan foydalanganini misol qilib keltirish mumkin.

Bozorning o‘zi yaxlit bo‘lganidek, uning turlari ham bir-biri bilan o‘zaro bog‘liq holda amal qiladi. Iste’mol tovarlar bozoriga mos holda resurslar bozori tashkil topadi. O‘z navbatida resurslar bozoridagi holatga qarab mehnat bozori, ilmiy-texnikaviy yangi-

liklar bozori shakllanadi. Bozor turlarining bir-biriga moslashuvi iqtisodiy o'sishning sharti hisoblanadi.

5.5. Bozor ko'lami

Iqtisodiyot uchun bozor ko'lami g'oyat muhim, chunki bozor qanchalik keng bo'lsa, ishlab chiqarishning o'sishiga sharoit shunchalik muhayyo bo'ladi, ya'ni tovarlar o'z vaqtida sotiladi, kerakli resurslar sotib olinib, ishlab chiqarish davom etadi. **Bozor ko'lami** – bu bozorning katta-kichikligi bo'lib, oldi-sotdining hajmi bilan o'lchanadi. Ko'lam tovarlarning miqdori, ularning narxi va necha marta oldi-sotdi qilinishiga bog'liq bo'ladi. Masalan, mamlakatda, 1 mln dona tovar yaratilgan bo'lib, uning o'rtacha narxi 100 birlikka teng, deb olsak jami tovarlar narxining summasi 100 mln birlikni bozorda sotadilar. Bozor miqyosi **tovar oborotining** (aylanmasi) hajmi bilan o'lchanadi, bu esa oldi-sotdi ko'lamini bildiradi. Bozorning katta-kichikligi umumiy tarzda va ayrim bozorlarga tatbiqan aniqlanadi. Agar iste'mol tovarlari bozorini olsak uning umumiy hajmini ayrim tovarlar bozori, masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak va turli xizmatlar bozorining hajmi aniqlaydi. Buning qanday ekanligini chakana savdo oborotiga qarab bilish mumkin. Bozorning kengayib borishini uning ko'lamining ortib borishi ifodalaydi. Bu o'z navbatida, ishlab chiqarishning hajmiga va yaratilgan mahsulot va xizmatlarning naqadar xilma-xil bo'lishi, binobarin ayirboshlashga mo'ljallanganligiga bog'liq bo'ladi. Mahsulotning qanday qismi ayirboshlanishi uning **tovarlilik darajasini** bildiradi. Bu daraja qanchalik yuqori bo'lsa, bozor hajmi shunchalik katta bo'ladi. Demak, iqtisodiyotda shunday qoida bor:

Bozorning ko'lami ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlarning miqdoriga va ularning tovarlilik darajasiga to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi.

Mahsulot va xizmatlar bozor uchun va o'zi uchun yaratiladi. Bular o'zi uchun qanchalik kam va bozor uchun qanchalik ko'p yaratilsa, bozor shunchalik keng bo'ladi. Shu sababli jami yaratilgan mahsulot bozor mahsulotidan farq qiladi. Masalan, O'zbekistondagi sutning mutlaq katta qismi dehqon va fermer xo'jaliklarida ishlab chiqariladi. Sut bozorining hajmi sutning qanday qismi xo'jaliklarda xonadon iste'moli va buzoqlarni boqish uchun qolishiga va qanchasi sotishga chiqarilishiga bog'liq bo'ladi. Bozor munosabati rivojlangan sari o'zi uchun ishlab chiqarish qisqaradi va bozor uchun ishlab chiqarish kengayadi.

Bozorning hajmi ishlab chiqarish holatiga qarab o‘zgarib turadi. Undagi o‘zgarishlarni dinamikada (harakatda) bilish uchun real tovar oborotini aniqlash zarur. Real tovar oboroti o‘zgarmas yoki bazaviy yildagi narxlar vositasida, ya’ni inflatsiya ta’siridan xoli etilgan narxlarda hisoblangan oborotdir. Buni aniqlash uchun joriy narxlarda hisoblangan tovar oboroti narxning o‘zgarish indeksiga bo‘linadi. Masalan, joriy narxdagi chakana savdo oboroti 696 mlrd pul birligiga teng, joriy yildagi narx 1,2 marta o‘sdi (shu narx indeksi). Bunda real savdo oboroti 696/1,2 = 574,5 mlrd. Mana shu bozorning real hajmi bo‘ladi. Real oborotga qarab bozorning kengaygani yoki torayganini bilish mumkin.

Bozor ko‘lami va ishtirokchilari jihatidan mahalliy, hududiy, milliy, davlatlararo va jahon bozoriga ajratiladi.

Mahalliy bozor – bu kichik hududdagi bozor bo‘lib, uning ishtirokchilari shu yerlik sotuvchilar va xaridorlar bo‘ladi. Bu bozorda asosan mahalliy tovarlar oldi-sotdisi yuz beradi. Bunga misol qilib O‘zbekistondagi tuman bozorini olish mumkinki, bunga shu yerdagi savdo shoxobchalari, buyum bozorlari, dehqon bozorlari kiradi. Uning ishtirokchilari tuman ahli bo‘lib, bular iste’molchilar, ishlab chiqaruvchi firmalar, savdo firmalari, fermer va dehqon xo‘jaliklari sohiblaridan iborat.

Hududiy bozor – bu bir necha chegaradosh hududlar doirasidagi bozor bo‘lib, mahalliy bozorlar majmuasidan iborat. Uning subyekti – ishtirokchilari hududdagi tovar ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar hisoblanadi. Uning obyekti turli hududlarda yaratilgan mahsulot va xizmatlar hamda tashqaridan keltirilgan tovarlar hisoblanadi. Hududiy bozor ko‘lami mahalliy bozor ko‘lamidan katta bo‘ladi, uning ishtirokchilari ham ko‘p.

Milliy bozor – bu muayyan mamlakatning milliy chegarasi doirasidagi, ya’ni mamlakatning ichki bozori. Bu bozor milliy iqtisodiyotning ajralmas qismi bo‘lib hisoblanadi. Uning ishtirokchilari muayyan mamlakatdagi barcha tovar ishlab chiqaruvchilar, iste’molchilar va ular o‘rtasida turgan vositachilardan iborat. Milliy bozordagi tovarlarning asosiy qismi mamlakatning o‘zida ishlab chiqariladi, qisman chet eldan keltiriladi, ammo iqtisodi qoloq va qaram mamlakatlarda ular yaratgan mahsulotlar asosan xomashyo bo‘lib, u mamlakat ichki tovar oborotida ishtirok etmaydi, balki chetga chiqariladi. Ular ichki bozorida chetdan keltirilgan tovarlar ustuvor bo‘ladi. Bunday milliy bozorda qaramlik alomati bo‘ladi.

Milliy bozor mamlakatdagi barcha bozorlarni birlashtiradi, bu yerda milliy pul xarid uchun yagona to‘lov vositasi bo‘lib xizmat

qiladi. Milliy bozor davlat himoyasida bo'ladi. U ochiq bozor, unga kirib kelish, undan chiqib ketish erkindir.

Davlatlararo bozor – bu ikki va undan ko'p mamlakatlarning o'zaro bozori bo'lib, bunda turli mamlakatlar firmalari va davlat idoralari qatnashadi. Bu bozorda tovarni bevosita iste'mol qiluvchilar – xonadonlar qatnashmaydi. Bu bozor chegaradosh davlatlar bozori bo'lib, bu yerda shu mamlakatlarda yaratilgan tovarlar, chetdan keltirgan tovarlar oldi-sotdi qilinadi. Aytilgan mamlakatlarda chegara oldi savdo-sotig'i keng tarqalgan bo'ladi.

Jahon bozori – bu dunyo mamlakatlari o'rtasidagi savdo-sotiq munosabati. Bu bozorda taraqqiyot darajasi, binobarin tovar ishlab chiqarish salohiyati har xil bo'lgan mamlakatlar qatnashadi. Ulardan biri tayyor mahsulotlar yetkazib bersa, boshqasi xomashyo va yoqilg'i kabi resurslarni bozorga chiqaradi. Jahon bozori o'zining uchta belgisi bilan ajralib turadi. **Birinchidan,** bu bozorda barcha tovarlar emas, balki saylangan, ya'ni ko'pchilik uchun zarur tovarlar (masalan, neft, gaz, ko'mir, yog'och, metall, paxta, don, jun va boshqalar) oldi-sotdisi yuz beradi. **Ikkichidan,** bu bozorda iste'molchilarning o'zi, ya'ni aholi xaridor sifatida qatnashmaydi. Bu vazifani savdo firmalari bajaradi. **Uchinchidan,** bu bozorda tovarlar ulgurji sotiladi. Jahon bozori xalqaro birjalar va savdo-sotiq tashkilotlari faoliyatida namoyon bo'ladi.

Jahon bozorining hajmi turli mamlakatlardagi ishlab chiqarish ko'lamiga va uning naqadar ixtisoslashuviga, ya'ni bozorga tovar yetkazib berishiga bog'liq bo'ladi. Odatda jahon ishlab chiqarishining o'sishi bilan jahon bozori ham kengayib boradi.

Xulosalar

1. Bozor tovar va xizmatlarni oldi-sotdi qilish borasidagi munosabatlar bo'lib, ular vositasida sotuvchilar va xaridorlar bir-biri bilan aloqaga kirishadilar. Bu aloqalarni o'rnatishda bozor infratuzilmasi – institutlari vositachi sifatida ishtirok etadi, ular bozor funksiyalarini amalga oshiruvchi xizmatlarni ko'rsatadi.

2. Bozor tovarlarni iste'molga yetkazib berish, ishlab chiqarishning yangilanishini resurslar bilan ta'minlash, iqtisodiyotni tartiblash va mamlakatlararo hamkorlikni o'rnatishdan iborat funksiyalarni bajaradi.

3. Bozor uning ishtirokchilarining mavqeyi jihatidan erkin va monopollashgan bozorga, oldi-sotdi obyekti jihatidan iste'mol tovarlari, resurslar, moliya va intellektual tovarlar bozorlariga ajratiladi. Ulardan har birining o'ziga xos xususiyatlari mavjud.

4. Iqtisodiyot uchun bozorning ko‘lami g‘oyat muhim, chunki ishlab chiqarishning o‘sishi shunga bog‘liq bo‘ladi. Bozor ko‘lamini u yerdagi tovarlar miqdori va ularning narxi belgilaydi. Ko‘lam savdo oboroti (aylanmasi)ga qarab baholanadi. Ko‘lam jihatidan qaralganda mahalliy, hududiy, milliy, davlatlararo va jahon bozori farqlanadi.

Tayanch tushunchalar

Bozor; bozorning afzalliklari; bozor infratuzilmasi; bozorning funksiyalari; erkin bozor; monopollashgan bozor; iste'molchilar bozori; resurslar bozori; moliya bozori; bozor ko‘lami; mahalliy va hududiy, milliy va jahon bozori.

VI bob. TALAB VA TAKLIF

6.1. Talab

Biz kundalik hayotda bir tovarning bozori chaqqon bo'lib, tez sotilishini, boshqa tovarning esa bozori kasod bo'lib, uning uzoq sotilmay turib qolishini kuzatamiz. Xo'sh, nega shunday bo'ladi? Buning asl sababi u yoki bu tovarga talabning har xil bo'lishidir, chunki mana shu narsa bozorga jiddiy ta'sir etadi. Bozorga xaridorlar o'z talabi bilan chiqadi, bunga javoban sotuvchilar tovarni taklif etadilar. Talab iste'molchining ehtiyojini bildiradi, ehtiyoj yo'q joyda talab ham bo'lmaydi. Ammo ehtiyoj bo'laturib talab bo'lmasligi ham mumkin, chunki xarid uchun pul yetmaydi.

Demak, **talab bu bozorga chiqqan ehtiyoj, lekin talab – bu shunchaki ehtiyoj emas, balki to'lovga qobil, ya'ni pul bilan ta'minlangan ehtiyojdir.** Masalan, kimningdir mebel sotib olish xohishi bo'lsa-yu, biroq zarur miqdorda puli bo'lmasa, xohishi ro'yobga chiqmaydi, uning ehtiyoji mebel bozorida talabni hosil qilmaydi.

EHTIYOJ VA TALAB



Kavkazlikning qadah so'zi:

– Buvamning ot olishga xohishi bo'lgan ekan-u, imkoni bo'lmagan ekan, so'ngra imkoni bo'lgan ekan-u, xohishi bo'lmagan ekan. Qadahni imkonimiz va xohishimizning bir yerdan chiqishi uchun ko'taraylik.

Ayrim xaridor, qandaydir iste'molchilar guruhi yoki butun jamiyat a'zolari xarid qilib olishi amalda mumkin bo'lgan tovarlar hajmi **talab qilingan tovar** miqdori, deyiladi.

Iste'molchilar sotib olishni xohlayotgan tovarlar hajmi bilan ular tomonidan real sotib olingan tovarlar miqdorini farqlash kerak, chunki ular mos tushmasligi ham mumkin.

Ko'p holatlarda xaridorlar real xarid qilib olishi mumkin bo'lganiga qaraganda, ba'zi bir tovarlarni ko'proq olishni xohlaydilar, bu xohish esa ularning shu tovarlarni sotib olish uchun zarur pulga ega bo'lishlarini talab qiladi.

Pulsiz talab bo'lmaydi. Shu sababli xalqimizda «Tuya bir pul, qani pul, tuya ming pul, mana pul» degan maqol bor. Buning ma'nosi shuki, tuya arzon bo'lganda unga real talab bo'lmagan, chunki pul yo'q. Tuya qimmat bo'lishiga qaramay real talab bo'lgan, chunki xaridorning puli bo'lgan.

Ehtiyoj bo'lgani holda tovarni xarid eta bilish xaridor pulining miqdoriga va tovar narxiga bog'liq bo'ladi. Bu xarid uchun pulning yetishi yoki yetishmasligini bildiradi. Demak, ehtiyojning bozordagi talabga aylanishi pul va narx orqali bo'ladi (6.1-rasm).



6.1-rasm. **Ehtiyojning talabga aylanishi**

Bozordagi har bir talab aniq va individuallashgan, ya'ni o'ziga xos xususiyatga ega bo'ladi. Bir xaridorning talabi boshqasining aynan o'zi bo'lmaydi, talab differensiallashgan, ya'ni farqlanadigan bo'ladi. Muayyan vaqtdagi talab boshqa paytdagi talabni takrorlamaydi. Shu sababli talab aniq bo'lishini aytish zarur, chunki unga mavhumlik xos emas. Har bir iste'molchi bozorga chiqqanda nimani, necha puldan va qancha miqdorda xarid etishiga qarab o'z talabini bildiradi.

Talab – bu xaridorning yoki barcha xaridorlarning bozor¬da mavjud bo'lgan narxda tovarlarni sotib olishga tayyor bo'lishi yoki sotib olish ishtiyoqidir.

Ayrim xaridor talabi **individual talab,** deb ataladi. Muayyan tovarlarga barcha xaridorlarning bildirgan talabi **bozor talabi,** deb aytiladi. Binobarin bozor talabi – bu individual talablar majmuasi, ularning hosilasi. Masalan, «A» xaridor piyoz bozorida 2 kg

piyozning har kilosini 750 so'mdan, jami 1500 so'mga sotib olishga talab bildiradi. Bu individual talab. Piyoz bozoriga murojaat etgan jami xaridorlar kilosi 750 so'mlik piyozdan 50000 kg sotib olishga shay turadilar. Mana bu bozor talabidir. Bozor talabi individual talabning miqdori va xaridorlarning soniga bog'liq bo'ladi. Buni anglash uchun piyoz bozori holatini aks ettiruvchi jadval tuzamiz (6.1-jadval).

6.1-jadval

Bozor talabi

Bir kg piyoz narxi, so'm	Xaridor talabi, kg (A)	Xaridor talabi, kg (B)	Xaridor talabi, kg (C)	Xaridor talabi, kg (B)	Bozor talabi (A+B+C+P)
0	10	12	8	9	39
100	10	11	8	7	36
150	8	10	6	6	30
200	6	8	5	5	24
250	4	6	3	3	16
300	0	2	1	1	4

Jadvalda barcha xaridorlar talabining yig'indisi bozor talabini tashkil etgan va bu xaridorlar individual talabining narxga qarab har xil o'zgarishi natijasi bo'lgan.

Individual talab alohidalashgan bo'ladi, bu kishilarning xarid qurbi oilasining soni, oila tarkibi, kishilarning yoshi, jinsi, dini, e'tiqodi, udumlari, an'analari, kasbi-kori, qayerda istiqomat qilishiga qarab farqlanadi.

Talabning miqdori – bu sotilgan tovarlar summasi bo'lib, bu har bir tovarning sotilish narxiga va tovarlarning umumiy miqdoriga bog'liq bo'ladi.

6.2. Talabga ta'sir etuvchi omillar

Bozorga xos belgi u yerdagi talabning o'zgaruvchan bo'lishidir. Talabning o'zgarish shiddati unga ta'sir etuvchi omillarning kuchiga bog'liq bo'ladi:

1. **Tovarlarning narxi.** Narx pasaysa, tovarga talab ortadi, uni ko'proq xarid qilishadi. Aksincha, narx oshsa, talab qisqarib, tovar kamroq xarid etiladi.

2. **Daromadlar miqdori.** Daromad xarid qobiliyatini belgilaydi. Narx o'zgarmagan taqdirda daromad o'zgarsa, shunga ko'ra tovar xaridi ortadi yoki qisqaradi. Daromadning talabga ta'siri jihatidan tovarlar ikki guruhga ajratiladi. **Birinchisi,** odatdagi tovarlar bo'lib,

bularga talab daromad kamaygan sharoitda ham ortib boradi, chunki boshqa qimmatroq tovarlar xaridi kamayganidan ularga talab ortadi. Masalan, o‘z mashinasida yurgan odam daromadi kamayganda uning xarajatlarini ko‘tara olmay qoladi, natijada u avtobusda yura boshlaydi, binobarin avtobus xizmatiga talab ortadi. Aytaylik oila daromadi yuqori paytda oyiga 2 quti kir yuvish kukunini olar edi. Uning daromadi 25 %ga qisqarib ketdi. Endi u 2000 so‘mlik poroshok o‘rniga 500 so‘mlik kirsovun oladi, demak sovunga talab oshadi. **Ikkinchisi,** oliy toifali tovarlar. Bularga talab daromadga qarab oshib turadi. Narx o‘zgarmagan, hatto u oshgan sharoitda ham bu tovarlarga talab oshadi, chunki ularni sotib olish imkoni bo‘ladi. Bunday belgi, ayniqsa, urfga kirgan tovarlarga xos bo‘ladi. Masalan, o‘tgan asrning 80-yillarida jinsi kiyimlar urfga kirgan. Ular narxi oshishiga qaramay ommaviy ravishda xarid etilgan, chunki bunday kiyimda yurish obro‘li sanalgan.

3. **O‘rinbosar tovarlar narxi.** Bir tovar narxi oshsa, unga talab qisqarib, buning o‘rnini bosuvchi boshqa tovarga talab oshadi. Bunday qoida bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlarga xos bo‘ladi. Masalan, kiyim hech qachon ovqatning o‘rnini bosa olmaydi, shu bois uning narxining o‘zgarishi oziq-ovqatga talabni o‘zgartirmaydi. Ammo go‘sht narxining ortishi tuxumga talabni oshiradi, chunki tuxum go‘sht kabi oqsilli oziqadir, ya’ni uning o‘rnini bosa oluvchi tovardir. Masalan, oila haftasiga bir marta osh damlaydi, buning uchun 300 g go‘sht kerak. Aytaylik, go‘sht narxi 50 % oshdi, bu oilaga og‘irlik qilganidan, u tuxum bilan osh damlaydi. O‘rinbosar tovarlar **substitut tovarlar,** deyiladi. Bular juftli tovarlar bo‘lib, ulardan birining narxi oshishi boshqasiga talabni oshiradi. Masalan, «Fanta» va «Cola» alkogolsiz ichimlik, ularning ikkalasi ham chanqovbosdi ichimlik. Agar «Cola»ning narxi oshsa, «Fanta»ga talab kuchayadi.

Tovarlar juftligida bir-birini to‘ldiruvchi tovarlar ham bo‘ladi. Ulardan birining iste’moli albatta ikkinchisini ham iste’mol qilinishini bildiradi. Agar bir tovar narxining o‘sishi boshqa tovarga talabni oshirsa, bunday tovarlar **bir-birini to‘ldiruvchi tovarlar,** deb yuritiladi. Masalan, videomagnitofon narxi pasaysa, videokassetalarga talab ortadi, avtomashina narxi pasaysa benzinga talab ortadi. Narx oshsa, buning aksi yuz beradi.

4. **Xaridorlarning didi**. Xaridorlar g‘oyat ko‘pchilik bo‘lganidan ularning individual didi jiddiy farqlanadi, chunki ayrim iste’molchi yoki oila har xil tovarlarni afzal ko‘radi va didiga yoqqanini tanlab oladi. Xaridor didi subyektiv, ya’ni u nimani xush ko‘rishi uning

o‘ziga bog‘liq. Ammo did ham yangi odatlar va moda ta’sirida o‘zgarib turadi, talabga ta’sir etadi.

5. **Xaridorlar soni.** Xaridorlarning oz yoki ko‘p bo‘lishi va ularning xarid qurbi talabga ta’sir etmay qolmaydi. Xaridorlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, talab shunchalik ortadi va aksincha bo‘ladi. Masalan, bir bozorga 100 ta xaridor kelib «A» tovardan 300 ta oladi, boshqa bozorga 200 ta xaridor kelib, xuddi shu tovardan 600 ta oladi. Xaridorlar soni aholisi ko‘p bo‘lgan mamlakatlar uchun (masalan, Xitoy va Hindiston) muhim. Aholisi kam mamlakatlarda talabga aholi sonidan ko‘ra, uning yonidagi puli ko‘proq ta’sir etadi.

6. **Xaridorlarning o‘zgarishlarni kutishi.** Muayyan paytda xaridor talabi u ikki narsani kutishiga bog‘liq, birinchisi daromadning o‘zgarishi, ikkinchisi narxning o‘zgarishi. Agar pul daromadlarining ortishi kutilsa, oldin pul kamligidan xarid etilmay turilgan tovarlarga ham talab paydo bo‘ladi. Agar narxning ortishi kutilsa joriy talab ortadi, narxning pasayishi kutilsa u qisqaradi, ya’ni narx tushgan paytga ko‘chiriladi. Masalan, kuz paytida sabzi, piyoz va kartoshkaga talab ortadi, chunki qishda narxning ortishi kutiladi. Ertapishar meva va sabzavotlar narxi yuqori bo‘lganidan ularga talab kam bo‘ladi, chunki xaridorlar qizg‘in pishiqchilik davrida ular narxining pasayishini kutadilar. Shunday qilib talabga xilma-xil omillar ta’sir etadi, lekin bular orasida narx va daromad asosiydir.

Talab o‘sayotgan, barqaror qondirilgan, qondirilishi kechiktirilgan, normal va vahima talablarga bo‘linadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot davomida ehtiyojlar yuksalib borishi munosabati bilan talab ham o‘sadi. Ishlab chiqarish kuchli joyda talab barqaror qondiriladi. Ishlab chiqarish hajmi pasayib ketganda eng zarur tovarlarga bo‘lgan talab ham yetarli darajada qondirilmay qoladi, ularni qondirish muddati orqaga surilib, kechiktiriladi.

Kechiktirilgan talab nosog‘lom iqtisodiyot belgisidir. Uning ortib borishi natijasida korxona, tashkilotlar va aholi qo‘lida to‘plangan pul tovar bozoriga tazyiq o‘tkazib, narxni oshirishga sabab bo‘ladi. Bir tovarga talab qondirilmasa, u boshqa tovarga ko‘chadi. Sotilish ko‘payib, serob bo‘lgan tovarlar ham taqchil tovarga aylanadi. Kechiktirilgan talab zanjirli aks ta’sirlar orqali umuman bozorda talabni izdan chiqaradi.

Vahima talab bozordagi shov-shuv va vahima ta’siri ostida sun’iy paydo bo‘ladigan va shiddat bilan ortib boradigan talabdir.

Vahima talab odatdagi normal talabga nisbatan ortiq bo‘lgan talab hisoblanadi. Bunday talab bir tomondan, aholi orasida mish-mishlar tarqatish va reklama vositasida muayyan tovarga o‘ta

yuqori baho berish orqali iste'molchi ruhiyatiga ta'sir etish yo'li bilan, ikkinchi tomondan, tovarlarga bo'lgan g'oyat katta qiziqish, qimmatchilik xavfi, pul almashish ehtimoli, har xil gap-so'z ta'sirida puldan tezroq qutulishga intilish oqibatida yuzaga keladi. Vahima talabning paydo bo'lishi bozor narxini ko'tarib yuboradi, tovarlar talashib olinadi, taqchillik kuchayib ketadi.

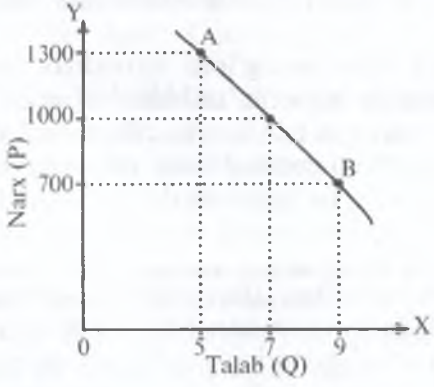
Vahima talab iqtisodiyotda uchrab turadigan hodisa. Lekin u o'tkinchi xarakterga ega bo'lib, xaridorlar puli tamom bo'lguncha davom etadi. Bozor iqtisodiyotiga qonuniy tarzda o'sib borayotgan normal talab xos bo'ladi.

6.3. Talab qonuni. Talabning narxga bog'liq elastikligi

Bu qonun talabning narxga bog'liq holda o'zgarishini bildiradi, lekin boshqa omillarning talabga ta'sirini izohlamaydi.

Talab qonuni shunday iqtisodiy qonundirki, unga binoan tovarlarga talab ular narxiga teskari mutanosiblikda bo'ladi.

Mazkur qonunga binoan narx oshsa, talab qisqaradi, narx pasaysa, talab oshadi, ammo buning uchun narxga ta'sir etuvchi boshqa omillar o'zgarmasligi kerak. Masalan, narx oshganda talab qisqarishi uchun albatta, xarid qobiliyatini belgilovchi daromad o'zgarmasligi kerak. Agar daromad narxga nisbatan ko'proq oshsa, talab ham ortadi. Natijada narx bilan talab o'rtasidagi teskari mutanosiblik buziladi. Narx va talabning o'zaro naqadar bog'liqligini bilish uchun boshqa omillar o'zgarmaydi, deb taxmin qilinadi. Bunda talab boshqa omillar ta'siridan xoli etilib, uning narxga ta'siri aniqlanadi. Buni anglash uchun «Fanta» ichimligiga bo'lgan talabga oid chizma hosil qilamiz (6.2-rasm).



6.2-rasm. **«Fanta» narxi va unga bo'lgan talab**

Chizmaga ko‘ra, «Fanta» narxi 1300 so‘m bo‘lganda u 5 dona talab etilgan, narx 1000 so‘m bo‘lganda talab oshib, u 7 taga yetgan, nihoyat narx 700 so‘mgacha tushganda talab 9 dona bo‘lgan. Agar buni foizlarda ifodalasak, narx avval 23,1 %ga arzonlashganda talab 40 %ga oshgan, so‘ngra narxning pasayishi 46,1 %ni tashkil etganda, talab 100 %ga oshgan. Agar narx dastlabki 700 so‘mdan 1300 so‘mgacha qimmatlashdi, deb olsak, talabning deyarli 2 marta qisqarganini ko‘ramiz. Narxning qanday o‘zgarishiga qarab talab egri chizig‘i AB yuqoridan pastga qarab yoki aksincha, pastdan yuqoriga qarab harakat qiladi.

Talab qonunini miqdoran talab **elastikligi** (o‘zgaruvchanligi) ifoda etadi. Shunga qarab narxning o‘zgarishiga javoban talab naqadar o‘zgarganligini bilish mumkin, bu bilan talab qonuni qanday amal qilayotganligi aniqlanadi, ammo buni talabning daromad ta’sirida o‘zgarishi aks ettirmaydi.

Talabning narxga binoan elastikligi bu narxning o‘zgarishiga javoban talabning naqadar o‘zgarganligini bildiradi.

Agar narxga javoban talab jiddiy tarzda o‘zgarsa talab elastik hisoblanadi, agar bu o‘zgarish sust bo‘lsa, noelastik talab mavjud bo‘ladi. Talabning elastikligini ko‘p hollarda 4 ta omil yuzaga keltiradi.

Birinchi omil talab chaqiradigan tovarning o‘zi qanday bo‘lishi. Ma’lumki tovarlar 2 xil bo‘ladi: a) kundalik eng zarur tovarlar, bularni hamma iste’mol qiladi; b) prestijli, eng zarur bo‘lmagan yoki zebu-ziynat hosil qiluvchi tovarlar. Bu tovarlarni hamma emas, saylangan xaridorlar iste’mol qiladi, Bular odatda, puldorlar yoki ayrim tovar havasmandlari bo‘ladi. Kundalik tovarlarga talabning elastikligi past bo‘ladi, chunki narxning o‘zgarishiga javoban ularga talab kami q o‘zgaradi. Masalan, Sirdaryo balig‘ining narxi 20 % oshsa, unga talab 22 %ga qisqarishi mumkin. Noyob osyotra balig‘ining narxi 20 % oshsa, unga talab 50 % qisqaradi, chunki uning xaridorlari cheklangan. Shunday tovarlar ham borki, ular narxining o‘zgarishi talab elastikligini vujudga keltirmaydi. Masalan, non, tuz, gaz, elektroenergiya yoki gugurt. Bularni iste’mol qilmaslikning iloji yo‘q, shu sababli narxning o‘zgarishi ularga talabning elastikligini yuzaga keltirmaydi. Agar xonadon kuniga 10 ta non olsa-yu, non narxi 10 % oshsa, u baribir 10 ta non oladi, lekin boshqa tovarlar, masalan, go‘sht xaridini qisqartiradi. Xonadon 2 oyda 1 pachka (1 kg) osh tuzi ishlatadi. Tuz narxi 20 % arzonlashsa, u 2 pachka tuz olmaydi, chunki ovqatni sho‘r qilish talab qilinmaydi. Aksincha, tuz narxi 20 % oshsa, xonadon 0,5 kg tuz olmaydi, chunki u ovqatni tuzsiz, yoki tuzini past qilib iste’mol qila olmaydi.

Saylangan tarzda iste'mol qilinadigan tovarlarga talab ancha elastik bo'ladi. Narx o'zgarishiga nisbatan ularga talab tezroq o'zgaradi. Masalan, «Nexia» rusumli avtomashina narxi 20 %ga oshsa, unga talab 30 %ga qisqaradi. Chunki talab narxga sezgirlik bilan javob beradi. Xuddi shuningdek, «Nexia» narxi 20 % tushsa, unga talab 30 % ortishi mumkin.

Ikkinchi omil. Bozorda o'rinbosar tovarlarning mavjudligi. Shunday sharoitda narx oshganda talab boshqa narxi o'zgarmagan tovarga kuchayadi, chunki bu tovarlar o'rinbosar bo'lib, bir xil ehtiyojni qondiradi. Masalan, plash va kurtka. Plashga narxning ortishi kurtka narxi o'zgarmaganidan unga talabnj oshirib yuboradi, ya'ni uni elastik qiladi. Sariyog' arzonlashsa, margarin o'rniga uni ko'proq olishadi. Agar sariyog' qimmatlashsa, margaringa talab oshib, u elastik holatda bo'ladi. Agar tovarning o'rinbosari bo'lmasa, narxning o'zgarishi uning o'ziga bo'lgan talabni elastik qiladi.

Uchinchi omil – bozorning tavsifi. Agar bozor tor bo'lsa, narx o'zgarishi u yerdagi muayyan tovarga bo'lgan talabni elastik qiladi.

Bordi-yu bozor kengroq bo'lsa, substit – o'rinbosar tovarlarni topish mumkin. Bu yerda bir tovarga narxning o'zgarishi unga talabni elastik qilinmasdan boshqa tovarga ko'chirib, uning talabini elastik qiladi.

To'rtinchi omil – bu talabning qanday vaqt oralig'ida o'zgarishi. Agar qisqa vaqtni olsak, bunda talabning narxga bog'liq elastikligi sezilmaydi, uzoq davrda u yaqqol ko'zga tashlanadi. Masalan, kvartira haqi va kommunal xizmatlar narxi oshsa, dastlab ularga talab o'zgarmay turadi, so'ngra u elastik bo'ladi, chunki kishilar arzonroq kvartirani xush ko'rishadi, ular 3 xonali kvartiradan 2 xonaliga, 2 xonalikdan 1 xonalikka o'tadi. Kichik kvartira haqi oshgan holda, katta kvartira haqi qisqaradi. Shuningdek, yengil avtomobil qimmatlashdi deylik, bu darhol unga talabni elastik qilmaydi, so'ngra esa bu elastik holiga keladi, chunki kishilar avtomobilda kam yurishadi, uni kam olishadi, so'ngra avtomobil o'rniga metro, avtobus, tramvay va trolleybusdan foydalanishadi. Xullas, elastiklikni yuzaga chiqaruvchi omillar bir xil emas, ularning tovar xaridiga ta'siri turli yo'nalishda boradi. Talabning elastiklik darajasini uning koeffitsiyenti ifoda etadi.

Talabning narxga bog'liq elastiklik koeffitsiyenti bu talab hajmi o'zgarishining narxning o'zgarishiga bo'lgan nisbatidir.

Bu o'zgarishlar avval foizlarda ifodalanib, so'ngra nisbatlanadi. Buni quyidagicha ifodalash mumkin:

$$Э_k = \frac{\Delta \nabla T_b \%}{\Delta \nabla P \%}.$$

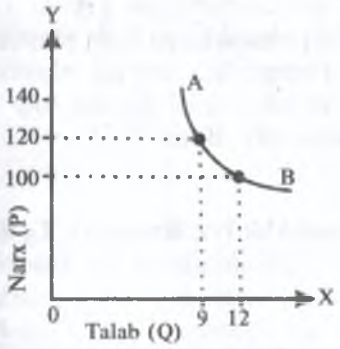
Bunda $Э_k$ – elastiklik koeffitsiyenti.

T_b% – talabning foiz hisobida o'zgarishi, P% – bu narxning foiz hisobida o'zgarishi. Buni bir misolda ko'rib chiqamiz. Aytaylik bir shisha «Fanta» narxi 1000 so'mdan 1200 so'mga yetdi. Bunga javoban «Fanta» xaridi 12 shishadan 9 shishaga tushib qoldi. Demak, narx 20 % oshdi (((1200-1000)/1000)x100=20 %). Talab esa 25 % qisqaradi (((12-9)/12)x100=:25 %). Endi bu ko'rsatkichlarni formulaga tushirsak, $Э_k$= 25/20=1,25; $Э_k$=1,25 yoki $Э_k$>1.

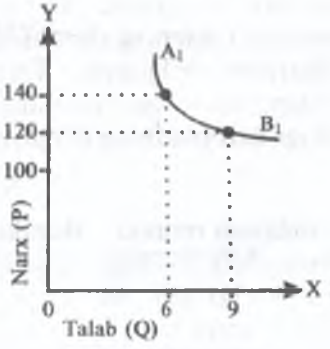
Bunda narxga nisbatan talab tezroq o'zgargan. Demak, talab – 25 % qisqargan, narx 20 % oshgan. Natijada 25>20 yuzaga kelgan. Talab qonuniga ko'ra talab narxga teskari mutanosiblikda bo'lganidan, narx o'zgarishi musbat (+) bo'lgani holda, talab o'zgarishi manfiy (–) bo'lgan. Aksincha ham bo'ladi, albatta.

Aytilgan koeffitsiyent ko'rsatkichiga qarab elastiklik holati aniqlanadi. Agar $Э_k$>1 bo'lsa, talab **elastik** hisoblanadi, agar $Э_k$<1 bo'lsa, **noelastik** talab mavjud bo'ladi. Agar, $Э_k$=0 bo'lsa, **mutlaqo noelastik** talab yuzaga keladi, ya'ni narxga javoban talabda hech qanday o'zgarish yuz bermaydi. Bordi-yu $Э_k$=1 bo'lsa, bunda narx va talab bir xil o'zgargan bo'ladi. Masalan, narx 10 % oshgani holda talab ham 10 % qisqargan bo'ladi. Bunday holatni **bir daf'ali elastiklik,** deyiladi.

Elastiklik holatiga qarab talab egri chizig'i o'zgaradi, uning qanday bo'lishini 6.2-rasmda ko'rgan edik. Endi talab elastik va noelastik bo'lganida egri chiziq shaklini ko'rib chiqamiz. Bu chiziqni «Fanta» narxi va unga talabning o'zgarishiga qarab hosil qilamiz (6.3- va 6.4-rasmlar).



6.3-rasm. **Elastik talab egri chizig'i.**



6.4-rasm. **Noelastik talab egri chizig'i.**

6.3-rasmda narxning ortishiga nisbatan talabning ko'proq qisqarishi, 6.4-rasmda talabning kamroq qisqarishi tasvirlangan.

Har ikkala egri chiziqni solishtirsak, 6.3-rasmdagi AB egri chiziq yotiq ekanligini, 6.4-rasmdagi A_1B_1 egri chizig'i ancha tik ekanligini ko'ramiz. Demak, elastiklik sharoitida talab egri chizig'i yotiq bo'lsa, noelastiklik sharoitda bu chiziq o'zining tikligi bilan tavsiflanadi.

6.4. Talabning daromadga bog'liq elastikligi

Narxdan boshqa talabga ta'sir etuvchi eng muhim omil bu iste'-molchining daromadi, ya'ni xarid qurbidir. Narx o'zgarmagan holda daromadning ortishi yoki kamayishi talabning ortishi yoki qisqarishiga olib keladi. Daromadning talabga ta'sir etish darajasi **daromad samarasi,** deb yuritiladi.

Narx kabi daromad ham obyektiv. Iste'molchi bozordagi narxni borligicha qabul qiladi, u narxni o'z bilganicha o'rnata olmaydi, chunki buni bozordagi talab va taklif nisbati belgilaydi. Daromad ham iste'molchining xohishiga bog'liq emas, chunki uning qancha bo'lishi real sharoitga bog'liq bo'ladi. Masalan, ishchi yoki dehqon qanchalik puli ko'p bo'lishini xohlamasin, baribir ularga ishlab topgan summani berishadi. Ishlab topish imkoni o'zgarganda daromad miqdori ham o'zgaradi. Shu oydagi daromad oldingi oydagi daromaddan oz yoki ko'p bo'lishi mumkin va shunga qarab talabning elastikligi yuzaga keladi.

Talabning daromadga bog'liq elastikligi daromadning o'zgarishiga javoban talabning naqadar o'zgarganligini bildiradi.

Narx o'zgarmagan holda daromad o'zgarsa, iste'molchining talabi ham o'zgaradi, chunki uning to'lov qobiliyati ortadi yoki kamayadi. Talabning daromadga bog'liq elastikligini ham **elastiklik** koeffitsiyenti belgilaydi. Talabning daromadga bog'liq elastiklik koeffitsiyenti – foiz hisobidagi talab hajmining o'zgarishi foiz hisobidagi daromadning o'zgarishiga nisbatidir. Buni

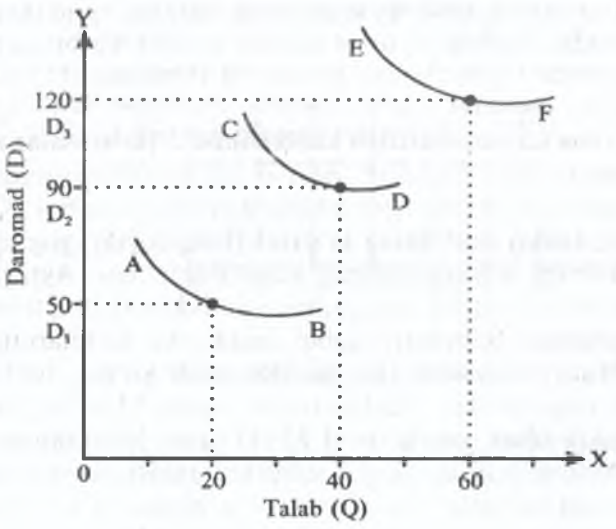
$$Э_k = \frac{\Delta \nabla T_b \%}{\Delta \nabla D \%}.$$

deb ifodalash mumkin. Bunda $Э_k$ – elastiklik koeffitsiyenti, T_b % – talabning foiz hisobiga o'zgarishi, D% – daromadning foiz hisobida o'zgarishi bo'ladi. Ma'lumki, bozordagi talab har xil o'zgaradi. Kundalik zarur tovarlar borki, ularga talab daromaddagi o'zgarishga sezgir bo'lmaydi, chunki ular iste'molisiz yashab bo'lmaydi. Masalan, oila ma'lum miqdorda oziq-ovqatni iste'mol qilishi kerak. Daromad oshgan sharoitda ham uni keragidan ortiq xarid qilmaydi, daromad pasayganda esa uni xarid qilishga pul sarflab, boshqa tovarlarni olmay turadi. Demak, eng zarur tovarlarga nisbatan

talabning daromadga bog'liq elastikligi past bo'ladi. Ammo shunday tovarlar borki, daromadning o'zgarishi ularga bo'lgan talabga kuchli ta'sir etadi. Bular **yuqori martabali** tovarlardir. Bularga talab daromad oshsa ko'payadi, daromad qisqarsa kamayadi, chunki iste'molchi puli yetarli bo'lsa, ularni oladi, puli yetmasa o'zini tiyib, ulardan voz kechadi, chunki bularsiz ham yashash mumkin. Daromad o'zgargandagi talab elastikligi asosan nufuzli va qulaylik yaratuvchi tovarlarga xos bo'ladi.

Daromad yuzaga keltiruvchi elastiklikning ham egri chizig'i bo'ladi. Buni 6.5-rasmdan ko'rish mumkin. Bu yerda D – daromad, Q – talab miqdori, P – narx, konstanta, ya'ni o'zgarmas miqdor, deb olingan.

Rasmdan ko'rish mumkinki, daromad 50 bo'lganda talab 20 ga teng, daromad 90 ga yetganda talab 40 birlikni tashkil etgan. Daromad D_1 dan D_2 ga ko'tarilgach, u 80 % ga (**((90-50)/50)x100=80)** oshgan, bunga javoban talab 100 %ga (((40-20)/20)x100) oshgan. Natijada $Э_k$=100/80=1,25 bo'lgan. Bunda $Э_k$>1. Daromad D_3 120 bo'lgach, u 33,3 %ga (((120-90)/90)x100=33,3), shunga mos ravishda talab 50 %ga (((60-40)/40)x100=50) oshgan.



6.5-rasm. **Talabning daromadga bog'liq elastikligi**

Demak, $Э_k$=50/33,3=1,50. Elastiklikka qarab talab egri chizig'i har xil shaklga ega bo'lgan. AB chizig'i yotiq, CD chizig'i bundan yotiqroq, EF chizig'i yanada yotiqroq bo'lgan. Bu yerda ham

elastiklik koeffitsiyenti oshgan sari egri chiziq yotiqroq bo‘ladi degan qoidani ko‘rish mumkin.

6.5. Tovar nafliligining talabga ta’siri

Tovarlarga talab ularning nafliligiga ham bog‘liq bo‘ladi. Boshqa omillar konstanta – o‘zgarmas holatida bo‘lganda talabning oz yoki ko‘p bo‘lishini naflilik yuzaga keltiradi. Nafliligi yuqori tovarlarga talab oshadi, nafliligi past tovarlarga talab qisqaradi.

Tovarlarning nafliligi uning kishilar ehtiyojini naqadar qondira olishi, ya’ni iste’molchilarda qoniqish hosil qilishidir.

Naflilik bir xil yoki o‘rinbosar tovarlarga xos bo‘ladi. Tovarlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, ulardan eng nafliligini tanlab olish mumkin. Tanlov yuz berganda xaridor o‘z puliga qarab tovarlarning eng yaxshisini xarid etadi, demak, shularga talab bildiradi. Talab yuzaga kelishi uchun tovarning narxi uning nafliligini aks ettirishi kerak, shu sababli sifatsiz, lekin narxi baland tovarlarga talab bildirilmaydi. Tovardan qoniqish olish uchun uning narxi evida bo‘lishi talab qilinadi. Xaridor uchun tovarning qadr-qiymati, shunga qarab uning xaridi yuz beradi.

Ya’ni tovarning **qadr-qiymati** uning nafliligi va narxining qanday bo‘lishidir. Naflilik va tovar narxini xaridor bir-biriga **mos,** deb bilgan taqdirda talab yuzaga keladi. Naflilikning ikki jihati bor. Birinchidan, **obyektiv,** ya’ni kishida qoniqish hosil qila olish tovardagi obyektiv xossalardan kelib chiqadi. Bu xossalar tovarning jismiga mos bo‘ladi. Masalan, oziq-ovqat tovarlari jismida kishilar a’zosi uchun oziqa bo‘lib xizmat qiladigan moddalar bor. Kiyim-kechakda esa tashqi muhitning ta’sirini (issiq-sovuq, yog‘in-sochin) kishilar tanasiga o‘tkazmaydigan xususiyatlari bor. Aytilgan xususiyatlar bo‘lmasa, naflilik ham bo‘lmaydi. Ikkinchidan, tovarlar nafliligini xaridorlar subyektiv qabul qiladi, bu kishilarning didiga bog‘liq. Muayyan tovarni bir xaridor xush ko‘rsa, boshqasiga u yoqmaydi, unga mutlaqo boshqa tovar yoqadi. Masalan, yangi kalta chit ko‘ylakni olsak, uning narxi 23000 so‘m, lekin fasoni va rangi har xil. Ammo buni xaridorlar subyektiv ravishda qabul qilishadi. Bir kishiga oq ko‘ylak yoqsa, boshqasiga havorang ko‘ylak yoqadi, uchinchisiga hech bir ko‘ylak yoqmaydi. Birinchi va ikkinchi xaridor ko‘ylakni narxi uning nafliligiga mos, deb biladi, uchinchi xaridor ko‘ylakni uning narxiga qaraganda nafliligi past, deb biladi.

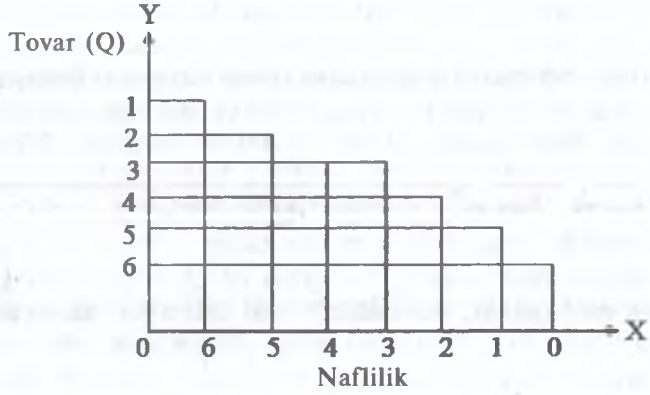
Demak, xaridor ko‘ylakni uning narxi bilan taqqoslab, uning qadr-qiymatiga baho beradi. Tovarning nafliligi ham o‘zgaruvchan bo‘ladi.

Avval xaridor bir tovarning nafliligini yuqori baholab unga talab bildirsa, vaqt o'tishi bilan talab qondiriladi va talabning nafliligi pasayib ketadi. Uning o'rniga boshqa yangi tovar paydo bo'lib, talab shu tovarga ko'chadi. Naflilikning qanday o'zgarishini marginal (cheklangan)naflilik qonuni ifoda etadi.

Marginal (cheklangan) naflilik qonuniga ko'ra talab qondirilgan sari qo'shimcha xarid etiladigan so'nggi tovarlarning nafliligi pasayishga moyil bo'ladi.

Talab mutlaqo qondirilmagan chog'da dastlabki tovarlarning nafliligi yuqori bo'lsa, talab qondirila boshlagach so'nggi tovarlarning nafliligi pasaya boradi.

Xaridor talabi qondirilgach, u naflilikni qabul qilmaydi, hatto narxlar arzonlashsa ham qo'shimcha tovarni xarid etmaydi. Natijada xaridor uchun tovarning qadr-qiymati nolga teng bo'lib qoladi. Naflilikka xos bo'lgan harakatni chizma holida ifodalasak, u quyidagi shaklda bo'ladi (6.6-rasm).



6.6-rasm. **Naflilikning pasayib borishi**

Chizmadan ko'rinadiki, birinchi tovarning nafliligi eng yuqori (6) bo'lgan, so'ngra tovarlar nafliligi pasayib borgan (5, 3, 2 va 1 bo'lgan). Oxir-oqibatda naflilik yo'qolgan. Tovarlar miqdori ortgan sari naflilik pasaygan, u 6 dan birga tushgan, so'ngra nolga tenglashgan.

Jami tovarlar nafliligi 17 birlikka (6+5+3+2+1=17) teng, ammo oltinchi tovar nafliligi yo'q bo'lgan, chunki xaridor to'yingani uchun unga hech qanday talab bo'lmagan. Bu tushunarli, chunki tovar ko'paygan sari uning nafliligi pasayib boradi. Buni anglash uchun dehqon bozorini ko'z oldimizga keltiramiz. Bu yerda

erta kundan boshlab narx yuqori bo‘ladi, so‘ngra u pasaya boradi va kechki bozor narxi g‘oyat past bo‘ladi.

Bunga sabab tovarlar ko‘paygan sari ular nafliligining pasayishidir. Kechki bozor paytida ayrim tovarlar o‘tmay qolib, ularni tashlab ketishlar ham bo‘ladi, chunki bu tovarlar nafliligi nolga teng bo‘lganidan ularni hech kim olmaydi.

Marjinal naflilik qonuni shuni bildiradiki, qo‘shimcha tovarlar nafliligi pasaya borib, pirovard natijada u nolga teng bo‘lgani uchun bozorga **nafliligi yuqori** tovarlarni taklif etish zarur bo‘ladi. Demak, bu qonun tovarlarning yangilanib turishini, ya’ni mutlaqo yangi, nafliligi yuqori tovarlarni yaratish, mavjud tovarlar nafliligini bozor talabiga binoan oshirib borish uchun ularni modernizatsiyalash (ularga yangilik kiritish) zarurligini talab qiladi. Mazkur qonun talab qonunidan farqliroq talabning narxga emas, balki tovarning nafliligiga bog‘liq bo‘lishini anglatadi.

6.6. Taklif qonuni

Agar bozordagi talab xaridor tomonida bo‘lsa, tovar taklifi sotuvchi tomonida bo‘ladi. Sotuvchi ishlab chiqaruvchining o‘zi yoki savdo firmasi bo‘ladi. Taklif talabni qondirishni mo‘ljallaydi. Taklif bozorga nimani va qancha chiqarilishi va sotuvga qo‘yilishini bildiradi. Bu **birinchidan,** ishlab chiqarish hajmiga; **ikkinchidan,** mahsulotning qanday qismi tovar sifatida bozorga chiqishiga; **uchinchidan**, har bir tovarning narxiga bog‘liq bo‘ladi.

Agar ishlab chiqarish ko‘p bo‘lsa, tabiiy ravishda taklif ham ko‘payadi, ammo mahsulotning bir qismi ishlab chiqarishda qolib shu yerda iste’mol qilinsa, bu taklifni hosil qilmaydi, aksincha undan chegirma hosil qiladi. Binobarin ishlab chiqarishda qolgan mahsulot shu yerning o‘zida ishlatiladi, ya’ni birovlarga sotilmaydi, lekin uning hajmi bozor narxlarida hisoblanadi. Taklifni aniqlash uchun mana shu qismni yaratilgan mahsulotdan chegirib tashlash kerak. Masalan, elektrostansiya yiliga 200 mln kVt soat elektroenergiya ishlab chiqaradi, shundan 0,5 mln kVt stansiyaning o‘zida turli uskunalar va asboblarni ishlatish, xonalarni yoritish uchun sarflanadi. Demak, ishlab chiqarish 200 mln bo‘lgani holda taklif 199,5 mln (200−0,5=199,5)ni tashkil etadi. Agar boshqalarga sotiladigan elektroenergiya miqdorini uning narxiga ko‘paytirsak, taklif miqdori hosil bo‘ladi. Bizning misolda boshqalarga beriladigan elektroenergiyaning bir kilovati 40 so‘m tursa, taklif miqdori 7980 mln so‘m bo‘ladi (199,5x40=7980 mln). Taklif miqdori pul-qiymat shaklida o‘lchanadi, chunki tovarlar turi har xil va sifati farqlanganidan ularning bir xil moddiy o‘lchami bo‘lmaydi.

Taklifni moddiy jihatdan faqat bir xil tovarlarga tatbiqan aniqlash mumkin. Masalan, tipi bir xil paxtaning taklifini yoki sifati bir xil bug'doy taklifini tonna bilan o'lchash mumkin.

Taklif mavhum bo'lmaydi, u aniq bir vaqt va bozorga tatbiqan yuzaga keladi.

Taklif – bu aniq bir tovar yoki tovarlarning muayyan vaqtda va muayyan narx bilan sotish uchun bozorga chiqarilishidir.

Ishlab chiqarishda yaratilgan mahsulot yoki xizmat muayyan narx bilan bozorga chiqarilgach, u taklifni hosil qiladi (6.7-rasm).



6.7-rasm. **Taklifning yuzaga kelishi**

Taklif talabdan farqliroq xarid qobiliyatini emas, balki ishlab chiqarish ko'lamining qandayligini bildiradi. Biroq taklifning miqdori muayyan vaqtda ishlab chiqarish hajmidan katta bo'lishi mumkin, chunki bunga chiqarilishi mumkin bo'lgan, ya'ni zaxiradagi tovarlar miqdori ham ta'sir etadi.

Individual va bozor taklifi farqlanadi. **Individual** taklif bu ayrim ishlab chiqaruvchining, masalan, firma yoki fermer xo'jaligining muayyan tovarni bozorga taklif etishidir. Ayrim firma 50 ta kostyum taklif qilsa, ayrim fermer xo'jaligi 100 tonna bug'doyni bozorga qo'yadi. Mana shu individual taklifdir. Bozorda tovarni taklif etuvchilar g'oyat ko'p, ularning birgalikdagi taklifi bozor taklifini yuzaga keltiradi. Muayyan paytda barcha ishlab chiqaruvchilar taklif etgan jami tovarlar **bozor taklifi** bo'ladi. Buni jadvaldan ko'rsak bo'ladi (6.2-jadval).

6.2-jadval

Bozor takiifi

Kostyum taklifi		Bug'doy taklifi	
Firmalar	**Bozorga chiqqan kostyum miqdori, dona**	**Fermerlar**	**Bozorga chiqqan bug'doy miqdori, tonna**
«A» firma	50	«A» fermer	24
«B» firma	32	«D» fermer	80
«O» firma	75	«C» fermer	48
«C» firma	28	«B» fermer	22
Jami firmalar	**185**	**Jami fermerlar**	**174**

Jadvaldan kostyumning va bug'doyning individual taklifi har xil bo'lgani holda ularning yig'indisi bozor taklifini hosil qilishini

ko‘ramiz. Taklif miqdoriga ko‘pgina omillar ta’sir etadi, dastlab taklifning narxga bog‘liqligiga qarab chiqamiz. Bunda boshqa omillar o‘zgarmas, deb ularning taklifga ta’sirini inobatga olmaymiz.

Dastlab, taklif etiladigan tovar narxi o‘zgarganda ayrim sotuvchi qanday ish tutishini ko‘rib chiqamiz. Buning uchun jadvalga nazar tashlaymiz (6.3-jadval).

6.3-jadval

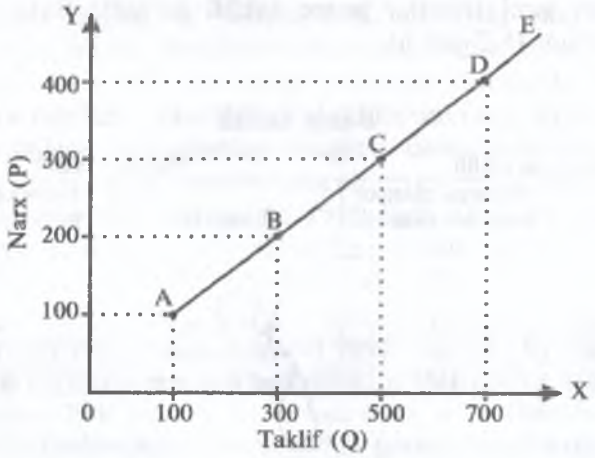
Yakka taklifning narxga bog‘liqligi

Bir dona super qo‘l telefon apparati narxi, dollar	Taklif etilayotgan super qo‘l telefon apparati soni, dona
100	100
200	300
300	500
400	700
500	1000

Jadvaldan ko‘rinadiki, narx ortishiga qarab telefon apparatining taklifi ko‘paygan. Jadvaldagi raqamlarni chizmaga ko‘chirsak, u quyidagi shaklda bo‘ladi (6.8-rasm).

Chizmaga binoan, AE egri chizig‘i taklif chizig‘i bo‘lib, u A, B, C, D, E nuqtalaridan o‘tib, ancha tik holatda bo‘lgan, chunki taklif narxga qarab oshgan, lekin u ancha tez o‘zgargan.

Bu o‘zgarishlarni bozor taklifiga tatbiqan ko‘rib chiqqanimizda taklifni ham narxga muvofiq o‘zgarishining guvohi bo‘lamiz. Taklif chizig‘ining narxga bog‘liq o‘zgarishi hamma bozorlarga xos bo‘ladi va taklif qonunini ifoda etadi.



6.8-rasm. **Taklif egri chizig‘i**

Taklif qonunl shunday qonundirki, unga binoan tovarlar taklifi ularning narxiga nisbatan to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi.

Bu qonunga ko‘ra narx oshsa, tovarlar ko‘plab taklif etiladi, narx pasaysa, taklif ham kamayadi. Shunday hodisa tovarning ishlab chiqarish xarajatlari o‘zgarmagan holda yuz beradi, chunki narx oshgan holatda tovarlar ko‘p sotilib, ishlab chiqaruvchi oladigan foyda ko‘payadi, demak u taklifni oshirishdan manfaatdor bo‘ladi. Aytayli ‹ «A» tovarning xarajati 5000 so‘m, sotilish narxi 6000 so‘m, demak olingan foyda 1000 so‘m. Bordi-yu xarajat 5000 so‘mligicha qolib, narx 6500 so‘mga chiqsa, bir tovar sotishdan kelgan foyda 1500 bo‘ladi. Agar oldin 100 ta tovar taklif etilsa, so‘ngra 120 ta tovar taklif etiladi, chunki birinchi holda ishlab chiqaruvchi 100 ming (100x1000) foyda ko‘radi, ikkinchi holda esa 180 ming so‘m (120x1500) foyda oladi. Foydani ko‘p olish taklifni rag‘batlantiradi. Agar qo‘shimcha tovarlarni sotishdan tushgan tushum ularni ishlab chiqarish va bozorga keltirish xarajatlarini qoplamaydigan bo‘lsa, narx oshishiga qaramay, taklif ko‘paymaydi.

Bordi-yu narx pasaygan holda ishlab chiqarish va sotish xarajatlari yanada ko‘proq kamaysa, unda tovarni taklif qilish ko‘payishi mumkin. Ayrim tadbirkor faoliyatiga to‘g‘ri keladigan bu qoida jami biznesmenlar faoliyatiga nisbatan ham o‘z kuchini saqlab qoladi. Shu sababli taklif qonuni bozor taklifiga ham xos bo‘ladi. Taklif qonuni taklifning elastikligida miqdoriy ifodasini topadi.

Taklifning narxga bog‘liq elastikligi taklifning narxga nisbatan naqadar o‘zgarishini bildiradi.

Elastiklik narxning o‘zgarishiga javoban taklif qanday o‘zgarganligini bildiradi. Elastiklikni ($Э_k$) aniqlash uchun taklifning foiz hisobida o‘zgarishini (T_f %) narxning foiz hisobidagi o‘zgarishiga (P %) nisbatlanadi. Bunda

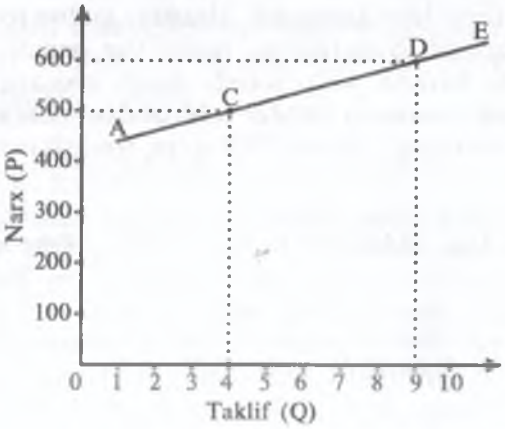
$$Э_k = \frac{\Delta \nabla T_f \%}{\Delta \nabla P \%}$$

hosil bo‘ladi. Misol keltiramiz. Aytaylik, 100 grammli bir pachka choy 5000 so‘m turadi. Choyning narxi 6000 so‘mga chiqdi, ya’ni 20 % ga oshdi. Bunda 10000 pachka o‘rniga 12500 pachka choyni taklif etishadi, ya’ni taklifni 25 %ga oshiradilar. Bunda $Э_k$=25/20=1,25. Demak, $Э_k$>1,0. Bu taklif narxiga nisbatan ko‘proq ortganini bildiradi. Taklif elastikligi har xil holatda bo‘ladi:

1. Taklif **elastik** bo‘lganda koeffitsiyent 1 dan katta bo‘ladi, ya’ni $Э_k$>1,0. Buni yuqoridagi misol tasdiqlaydi. Taklif elastik bo‘lganda uning egri chizig‘i quyidagicha bo‘ladi (6.9-rasm).

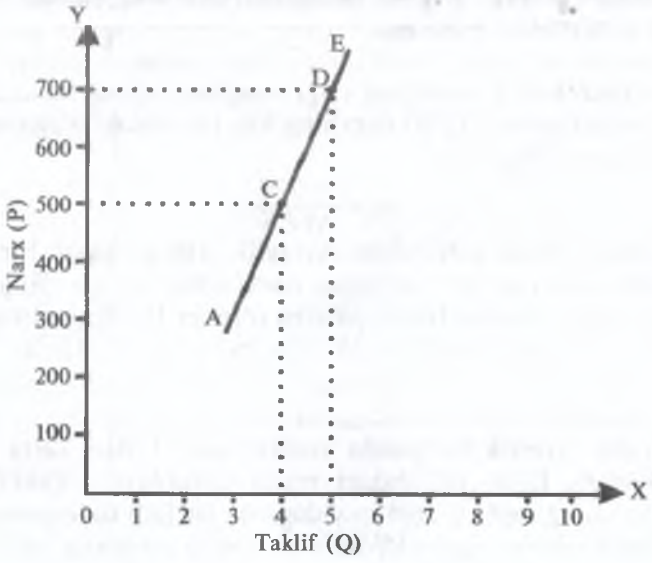
Chizmaga ko‘ra, narx (P) 500 dan 600 ga yetganda, ya’ni 120 % bo‘lganda taklif 4 dan 9 ga chiqqan, ya’ni 225 %ga yetgan. Taklif

narxga nisbatan jadal o‘sganidan CD oralig‘i katta bo‘lgan, taklif egri chizig‘i AB esa ancha yotiq shaklga ega.



6.9-rasm. **Elastik taklifning egri chizig‘i**

2. Taklif **noelastik** bo‘lganda taklif narxga nisbatan sekinroq o‘zgaradi. Masalan, narx 40 % oshsa, taklif faqat 25 % ko‘payadi. Bunda $Э_k=25/40=0,62$, ya’ni $Э_k<1,0$. Shunday bo‘lganda taklif egri chizig‘i quyidagi ko‘rinishda bo‘ladi (6.10-raşm).



6.10-rasm. **Noelastik taklifning egri chizig‘i**

6.10-rasmga ko'ra narx 500 dan 700 ga chiqqanda, ya'ni 40 %ga oshganda, taklif 4 dan beshga oshgan, ya'ni atigi 25 %ga ko'paygan. Shu sababli CD oralig'i kichik va egri chiziq AB esa ancha tik bo'lgan.

3. Taklif va narx bir xil darajada o'zgarganda **bir daf'ali** elastiklik paydo bo'ladi. Masalan, narx 25 % o'zgarishiga javoban taklif ham 25 % o'zgaradi.

Narxning o'zgarishiga javoban taklifda hech qanday siljish bo'lmaganda mutlaqo **noelastik** taklif mavjud bo'ladi. Masalan, narx 500 bo'lganda 10000 li tovar taklif etilsa, u 600 ga yetganda ham tovar taklifi 10000 ligicha qolaveradi.

Taklif elastikligini narxdan boshqa omillar ham yuzaga keltiradi, biroq bularni taklif qonuni izohlamaydi. Narxdan boshqa omillarga quyidagilar kiradi:

1. **Resurslar narxi**. Bu narx oshsa, xarajat ortadi, agar u kamaysa, xarajat pasayadi. Shunga ko'ra ishlab chiqaruvchining oladigan foydasi kamayadi yoki ko'payadi. Foyda kamayganda taklif qisqaradi, u ko'payganda esa taklif ortadi. Masalan, metall narxining ortishi undan tayyorlanadigan stanoklar xarajatini oshirib, ularni kamroq taklif etilishiga olib keladi, chunki bundan foyda kam olinadi. Agar metall narxi pasaysa stanoklar taklifi ortadi, chunki xarajat qisqarib, bundan ko'p foyda ko'riladi.

2. **Ishlab chiqarish texnologiyasi**. Texnologiya qancha yuqori bo'lsa, shunchalik xarajatlar kam bo'ladi, chunki ular tejaladi. Foyda olishga intilish ishlab chiqaruvchilarni taklifni ko'paytirishga undaydi. Metallni qayta ishlashni olsak uning narxi oshganda ham stanok taklifi ko'payishi mumkin, chunki yuksak texnologiya kiritilganda, metall tejalib xarajatlar qisqaradi. Masalan, bitta stanok yaratish uchun 0,5 tonna metall kerak. 1 tonna metall 800 dollar turadi, demak bitta stanokning metall sarfi 400 dollar (800:2=400). Narx 10 % oshganda metall sarfi 440 dollar bo'ladi, lekin yangi texnologiya kiritilishi tufayli metall sarfi 20 % qisqaradi, natijada 88 doll tejaladi. Metall narxi ortishiga qaramay ishlab chiqarishning metall sig'imi qisqaradi. Ilgari metall sarfi 400 dollar bo'lsa, endi uning sarfi 352 (440-88=352) dollar. Bu esa foydani oshirib, taklifni ko'paytiradi.

3. **Moliya vositalari**. Bular jumlasiga soliqlar va subsidiyalar (moliyaviy yordam) kiradi. Soliqlarning ortishi xarajatlarni oshirib, foydani qisqartiradi, demak taklifni ham qisqartiradi. Aytaylik soliqlar ishlab chiqaruvchilar tushumining (tovar sotishdan kelgan pul) 28 % iga teng. Soliq oshib, u 40 %ga yetsa, o'z-o'zidan ma'lumki, bu narx o'zgarmagan sharoitda foydani 12 % (40−28=12),

qisqartiradi. Shunga javoban ishlab chiqaruvchi taklifni qisqartirib, boshqa foydasi ko'proq tovarni ishlab chiqarishga o'tadi. Bordi-yu davlat yangi tovarni ishlab chiqarishga subsidiya bersa, uning hisobidan xarajatlarning bir qismi qoplanib, korxonaning o'z sarfi qisqaradi va shu subsidiya summasiga teng qo'shimcha foyda ko'riladi. Bu esa tovar taklifini ortishiga olib keladi. Masalan, bitta geleoisitgich (quyosh isitgichi) 5 mln so'mga sotiladi. Bundan 50 ming so'm foyda ko'riladi. Agar davlat firmani rag'batlantirish maqsadida bitta isitgich uchun 50 ming so'm subsidiya bersa, foyda shunchaga ko'payadi va 100 ming (50+50=100) so'mni tashkil etadi. Shunga binoan subsidiya isitgich ishlab chiqarishni ko'paytirib, uning bozorga taklif qilinishini oshiradi.

4. **Bozorga taklif etiladigan boshqa tovarlar narxi.** Bozorga turdosh, o'rinbosar yoki bir-birini to'ldiruvchi tovarlar chiqariladi. Ulardan birining narxini o'zgarishi boshqasining taklifini o'zgartirib yuboradi, chunki bu talabga ta'sir etadi. Masalan, marshrutli taksi narxi oshsa unga talab qisqaradi, bu avtobus xizmatlariga talabni oshirib, ular taklifini ko'paytiradi.

5. **Bozor narxlarining o'zgarish ehtimoli.** Tovar taklifini ishlab chiqaruvchilar bozor narxini mo'ljalga olib shakllantiradilar. Foyda ham, zarar ham narxga bog'liq bo'lganidan ishlab chiqaruvchilar tovarni, bozorga birdan chiqarishi yoki qulay payt poylab chiqarmay turishi mumkin. Agar narxning ortishi kutilsa tovar taklif etilmay turiladi. Bordi-yu narxning pasayishi kutilsa tovarlar to'xtatilmasdan bozorga tashlanadi. Ma'lumki, dehqonlar sabzi, piyoz, kartoshka kabi mahsulotlarni kuzda sotmay, qishda va erta bahorda narx ortishini poylab turadilar va ularni kechiktirib taklif etadilar. Agar neft narxining ortishi kutilsa, uning zaxirasi ko'paytiriladi, bordi-yu narxning pasayish ehtimoli bo'lsa, neftni zaxiraga o't-kazmay uni darhol bozorga tashlaydilar.

6. **Resurslar va ishlab chiqarish quvvatlarining yetarli bo'lishi yoki bo'lmasligi.** Taklif ortishi uchun qo'shimcha ishlab chiqarish imkoniyatlari bo'lishi zarur. Agar bular bo'lmasa, narx oshgan taqdirda ham taklif ko'paymaydi. Resurslar cheklanganligidan ularni ko'paytirish vaqt talab qiladi. Ulardan ayrimlarini umuman ko'paytirib bo'lmaydi, masalan, yerosti boyliklarini. Tiklanadigan resurslar esa vaqt talab qilganidan taklifni darhol oshirmaydilar. Masalan, o'rmondagi daraxt 30 yilda pishib yetiladi, yog'och narxi qanchalik oshmasin, agar daraxti mo'l o'rmon bo'lmasa taklifni ko'paytirish mushkul ish. Resurslar yetarli bo'lganda ham bo'sh turgan ishlab chiqarish quvvatlari bo'lmasa, taklifni oshirib bo'lmaydi. Masalan, neft narxi oshdi, yer qa'rida neft ham bor, biroq ishlamay turgan neft quduqlari

yo‘q. Demak, neftni qo‘shimcha chiqarib bo‘lmaganidan, uning taklifi ortmaydi. Taklifga ta’sir etuvchi omillar turlicha va hatto qarama-qarshi yo‘nalishda boradi va bu uning notekis o‘zgarishiga olib keladi.

Xulosalar

1. Talab – bu xaridorlarning bozordagi tovarlarni muayyan narxda xarid etishga shay bo‘lishlaridir. Talab asosida ehtiyoj yotadi, lekin buni bozorda talabga aylanishi uchun xaridorning tovarlarni sotib olishga puli yetarli bo‘lishi kerak. Aks holda ehtiyoj talab hosil qilmaydi. Ayrim xaridorning talabi individual talab bo‘lsa, jami xaridorlarning talabi bozor talabi bo‘ladi.

2. Talabga ta’sir etuvchi omillar 3 guruhga ajratiladi:

a) narxlar. Bu muayyan paytdagi aniq bir tovar narxi, o‘rinbosar tovarlar narxi va o‘zgarishi kutiladigan narxlar. Bular talabni oshirishi yoki qisqartirishi mumkin;

b) xaridorning pul daromadi yoki xarid qurbi. Narx o‘zgarmagan holda daromad oshsa talab ko‘payadi, aksi bo‘lsa talab kamayadi;

v) xaridorning qaysi tovarni afzal ko‘rishi, bu uning didiga va xohishiga bog‘liq. Narx va daromadni xaridor o‘z bilganicha o‘zgartira olmaydi, lekin ularni nazarda tutgan holda xaridor o‘zi afzal ko‘rgan tovarga talab bildiradi.

3. Talab qonuni – bozor qonuni. Unga binoan tovarlarga talab ularning narxiga nisbatan teskari mutanosiblikda bo‘ladi. Bu qonunning naqadar amal qilishini talabning narxiga bog‘liq elastlikligi, ya’ni narx o‘zgarishiga javoban talabning qanday darajada o‘zgarishi ifoda etadi. Bozorga elastik talab xos bo‘ladiki, bunda narx o‘zgarishiga nisbatan talab ko‘proq o‘zgaradi.

4. Narxdan tashqari talabga xaridor daromadlari ham ta’sir etadi, biroq buni talab qonuni ifoda etmaydi. Daromadning talabga ta’siri uning samarasi bo‘ladi. Narx o‘zgarmagan sharoitda talab daromadga nisbatan to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi. Talabning daromadga bog‘liq elastikligi ham borki, bunda talab daromaddan jadalroq o‘zgaradi.

5. Talabni tovarning qadr-qiymati ham belgilaydi, bu esa tovar nafliligining uning narxiga nisbatan qiyoslanishidir. Naflilik tovarning ehtiyojni qondira olish xususiyati bo‘lib, buni xaridorlar subyektiv baholaydilar. Shunga ko‘ra tovarni afzal ko‘rish paydo bo‘ladiki, bu ham talabni yuzaga chiqaradi. Iqtisodiyotda marjinal (cheklangan) naflilik qonuni amal qiladi, unga binoan bozordagi ta-

lab qondirilgan sari so‘nggi qo‘shimcha tovarlar nafliligi pasayib boradi. Naflilikning pasayishi talabni qisqartiradi, bozor talabiga javob berish uchun nafliligi yuqori tovarlarni ishlab chiqarishga o‘tish zarur bo‘ladi.

6. Talabga taklif peshvoz chiqadi. Tovarlar taklifi – bu muayyan narx amal qilganda tovarni sotish uchun bozorga qo‘yilishidir. Muayyan tovarni ayrim ishlab chiqaruvchi taklif etishi bu individual taklifdir. Ana shunday tovarni barcha ishlab chiqaruvchilar taklif etishi bozor taklifi hisoblanadi.

7. Bozorda taklif qonuni ham amal qiladi, unga binoan taklif narxga nisbatan to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi.

Mazkur qonunning amal qilishini taklif elastikligi, ya’ni taklifning narxga javoban naqadar o‘zgarishi bildiradi. Bozorga elastik taklif xos bo‘ladi, bu taklifning narxga nisbatan tezroq o‘zgarishini bildiradi.

Tayanch tushunchalar

Talab; individual va bozor talabi; talabga ta’sir etuvchi omillar; talab qonuni; talabning elastikligi; tovarning qadr-qiymati; marjinal naflilik qonuni; taklif; individual va bozor taklifi; taklif qonuni; taklifning elastikligi; taklifga ta’sir etuvchi omillar.

VII bob. BOZOR TIZIMIDA TADBIRKORLIK

7.1. Tadbirkorlikning mohiyati

Bozor iqtisodiyotining bosh bo‘g‘ini tovar ishlab chiqarish va unga asoslangan tovar ayirboshlashdir. Tovar ishlab chiqarish faqat bozor uchun mo‘ljallangan moddiy mahsulotlarni yaratish bilan cheklanmay, turli nomoddiy shaklga ega bo‘lgan xizmatlarni ko‘rsatishni ham o‘z ichiga oladi. Ishlab chiqarish esa tadbirkorlik faoliyati orqali yuz beradi.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotiga xos bo‘lgan maxsus iqtisodiy faoliyat bo‘lib, bu ishlab chiqarishni resurslar bilan ta’minlash, ularning samarali ishlatilishini tashkil etish yo‘li bilan tovar va xizmatlarni yaratish, ularni bozorga yetkazib berish va foyda olishga qaratiladi.

Tadbirkorlik mehnat faoliyatining bir turi, lekin o‘ta murakkab, xatarli va g‘oyat mas’uliyatli mehnat turidir. Shu sababli tadbirkorlik qobiliyati ishlab chiqarishning omillaridan biri hisoblanadi. Tadbirkorlik yollanma mehnatdan farqliroq tovar va xizmatlarni yaratish bilan bevosita shug‘ullanmaydi, balki ishlab chiqarishning moddiy va insoniy omillarini birikishini tashkil etish, uning yaxshi natija berishini ta’minlaydi.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotining kategoriyasidir, chunki bu bozor qonun-qoidalariga asoslangan faoliyat hisoblanadi. Buni umumiqtisodiy kategoriya bo‘lgan tejamkorlik va ishbilarmonlikdan farqlantiris kerak. Bular azaldan bo‘lgan, ular cheklangan resurslardan yaxshi foydalanib, cheksiz ehtiyojlarni qondirish uchun xizmat qiladi. Biroq bunga har xil vositalar bilan erishiladi. Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotiga xos bo‘lgan usuldir, chunki bu bozor qonun-qoidalariga asoslanadi, u yaratgan iqtisodiy vositalar yordamida amalga oshadi. Tadbirkorlik maxsus guruhga mansub kishilarning foyda topish borasidagi iqtisodiy xatti-harakatlarini anglatadi.

Tadbirkorlik mohiyatan **biznesning** asosiy turi. Ammo har qanday biznesni tadbirkorlik, deb bo‘lmaydi. Buning uchun biznes yaratuvchilik belgilariga ega bo‘lishi lozim. **Biznes keng ma’noda puldan pul chiqarishga qaratilgan faoliyat.** Ammo bunday faoliyatda yaratuvchilik bo‘lganda tadbirkorlik yuzaga keladi, ya’ni bironta ishga kapital qo‘yib, resurslarni samarali ishlatib tovar va xizmatlarni

yaratish tashkil etilganda buni tadbirkorlik, deb aytish mumkin. Agar kapitalning yoki boshqa bir resursning egasi uni ijaraga berib pul topsa-yu, o'zi hech narsa qilmasdan faqat riskka borish bilan cheklansa, garchi biznes bo'lsa-da, bu yerda tadbirkorlik yuz bermaydi. Kimki moddiy va pul resurslarini tovar va xizmatlar yaratish yo'lida ishlatib bundan naf topsa, bu tadbirkorlik qilgani bo'ladi. Masalan, katta puldorlar borki, bular **rante,** deb yuritiladi. Ular o'z pulini bankka qo'yib foiz hisobidan mo'may daromad olib boy-badavlat yashaydilar. Ular pul biznesini amalga qiladilar, lekin tadbirkor bo'lmaydilar. Bu yerda pulni amalda kapital sifatida aylantirib bundan foyda olgan bank tadbirkorlik qilgan bo'ladi.

Tadbirkorlik boshqa faoliyat turlaridan o'zining bir qator belgilari bilan ajralib turadi:

1. **Tadbirkorlik muayyan mulkchilikka tayanadi**. U bilan shug'ullanuvchilar aksariyat hollarda xususiy mulk sohibi bo'ladilar. Resurslar va yaratilgan mahsulotlar shu mulkka taalluqli bo'ladi. Biroq tadbirkorlik cheklangan tarzda bo'lsada, jamoa-guruh va davlat mulkiga ham tayanadi.

2. **Tadbirkorlik pul topishni, ya'ni foyda olib boy bo'lishni ko'zlaydi**, ammo buning uchun kishilarga kerakli tovar va xizmatlarni yaratib, ularni bozorga yetkazib berish talab qilinadi.

3. **Tadbirkorlik riskli**, ya'ni xavf-xatarli ish bo'ladi, bunda yutish va yutqazish, boy bo'lib ketish yoki sinib bankrot bo'lish ehtimoli yonma-yon turadi.

4. **Tadbirkorlik noyob qobiliyat** talab qiluvchi faoliyat, u bilan hamma emas, balki saralangan kishilar shug'ullanadi. U maxsus iste'dod va tayyorgarlikni talab qilganidan bu ish bilan faqat qo'lidan kelganlar shug'ullanadi. Odatda tadbirkorlik bilan mehnat yoshidagi aholining 8–10 %i shug'ullanadi, qolganlar yollanib ishlaydi.

5. **Tadbirkorlik raqobatbardoshlikni** talab qiluvchi faoliyat, u bilan shug'ullanganlar raqobat muhitida ishlaydilar, muqarrar ravishda o'z raqiblari bilan kurashda bo'ladilar.

6. **Tadbirkorlikka yaratuvchilik,** doimo izlanishda bo'lish, novatsiyaga (yangilikka) moyillik xos bo'ladi, chunki bularsiz raqobatda g'olib chiqib bo'lmaydi, yangi tovar va xizmatlarni yaratibgina boyish mumkin.

7. **Tadbirkorlik sabr-toqat** talab qiluvchi faoliyat bo'lib, qo'yilgan maqsad sari izchillik bilan borishni, shoshma-shosharlikka yo'l qo'yilmaslikni bildiradi.

8. **Tadbirkorlik beboshlik emas**, balki jamiyatdagi **tartib-qoidalarga amal qilgan holda**, qonunlar belgilagan tartibda va ruxsat etilgan ishlar bilan shug'ullanib pul topishni bildiradi.

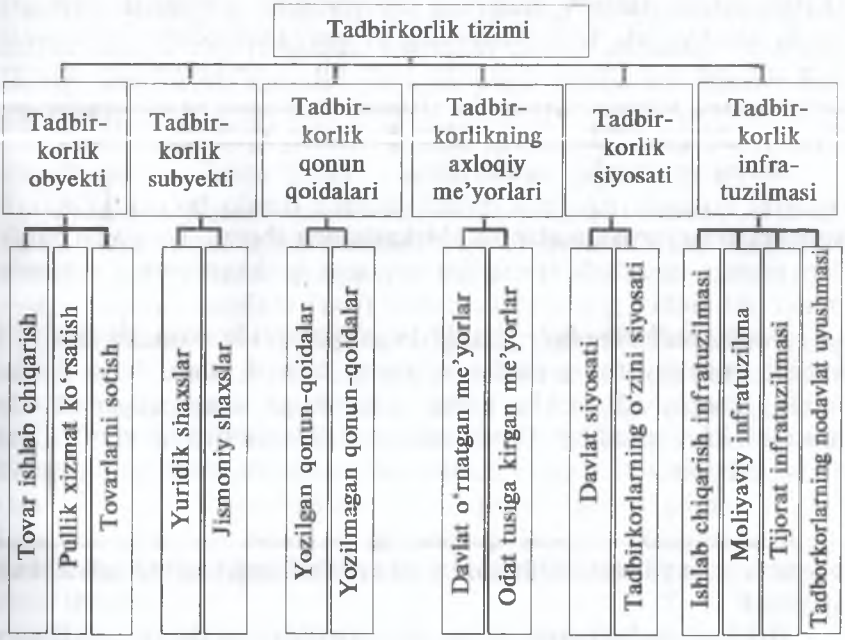
9. **Tadbirkorlik** ma'lum **axloqiy** qoidalarga ega bo'lib, bular yozilgan va yozilmagan axloqiy me'yorlardir. Ulardan biri qonunlarda ko'rsatilgan bo'lsa, boshqasi axloq-odob udumlari shaklida bo'ladi. Tadbirkorlik to'g'risidagi qonunlarga ko'ra ruxsat etilgan, ya'ni man etilmagan ish bilan davlat idoralari ro'yxatidan o'tgandan so'ng va belgilangan tartibga rioya etgan holda shug'ullanish mumkin. Yozilmagan bozor qoidasiga ko'ra tadbirkorda lafz va halollik bo'lishi kerak, buni islom dini ham e'tirof etadi.

10. **Tadbirkorlik doimo rivojlanib, yangilanib boruvchi faoliyat.** Tadbirkorlikka kirib kelish va uni tark etish birgalikda boradi, tadbirkorlikning yangi va yangi turlari paydo bo'lib turadi. Masalan, uning eng so'nggi turi axborot bozoridagi tadbirkorlik hisoblanadi.

Aytilgan belgilar mujassam etilganda tadbirkorlik tizimi hosil bo'ladi.

Tadbirkorlik tizimi – bu tadbirkorlikka xos bo'lgan iqtisodiy munosabatlar va tadbirkorlikning huquqiy-tashkiliy jihatlari va unga oid siyosatning yaxlitligi, ya'ni majmuasidir.

Bu tizimning nimalardan iborat bo'lishini 7.1-rasmdan ko'rish mumkin.



7.1-rasm. **Tadbirkorlik tizimi**

Tadbirkorlik rivojlanib, jamiyatda mustahkam o'rin egallashi uchun aytilgan tizimning barcha bo'g'inlari hamohang ishlashi kerak bo'ladi. Bular orasida tadbirkorlikka oid qonun-qoidalarga rioya etish alohida o'rin egallaydi. O'zbekistonda ham tadbirkorlikka oid qonunlar majmuasi bo'lib, bular tadbirkorlik qilish tartibini belgilab beradi.

7.2. Tadbirkorlik turlari

Tadbirkorlik g'oyat murakkab va mas'ul faoliyat bo'lganidan uning har xil turlari mavjud. U klassifikatsiyalanganda mulkiy maqom, qonuniylik, faoliyat turi kabi mezonlar asos qilib olinadi.

Mulkiy jihatdan xususiy, jamoaviy-guruhiy va davlat tadbirkorligi ajratiladi:

Xususiy tadbirkorlik – bu xususiy mulkchilikka asoslangan tadbirkorlik. Bu yerda tadbirkorlikka jalb etilgan moddiy, moliyaviy resurslar, yaratilgan tovar va xizmatlar, ularni sotishdan kelgan daromad, birinchidan, **individual** (yakka tarzdagi), ikkinchidan, **korporativ** (guruh tarkibidagi) xususiy mulk hisoblanadi. Bozor iqtisodining yetakchisi xususiy tadbirkorlik hisoblanadi. Shu sababli O'zbekistonda xususiy mulkning ustuvorligini ta'minlash strategik vazifa hisoblanadi. O'zbekistondagi xususiy tadbirkorlik jami tovar va xizmatlarning eng ko'p qismini yaratadi. O'zbekistondagi xususiy tadbirkorlik, xususiy korxonalar (firmalar), fermer va dehqon xo'jaliklari, yakka tartibda biznes qilish doirasida kechadi.

Jamoaviy-guruhiy tadbirkorlik xususiy mulk sohiblari o'z mulkini ko'ngilli ravishda birlashtirganda paydo bo'ladi. Bu turli **kooperativlar, uyushmalar** va **shirkatlardan** iborat. Bu yerda mulk ikki qismga ajratiladi, birinchisi jamoaga birikkanlarning umumiy mulki, ikkinchisi ularning individual (pay) mulki.

Davlat tadbirkorligi – bu davlatga qarashli korxonalar faoliyati bo'lib, iqtisodiyotning davlat sektorini tashkil etadi. Ular davlat mulki hisoblanadi, lekin bozor qoidalariga amal qilgan holda mustaqil ish yuritadilar. Davlat sektorining iqtisodiyotdagi o'rni har xil bo'ladi, biroq ko'pchilik mamlakatlarda uning yaratilgan tovar va xizmatlar miqdoridagi hissasi 20 % atrofida bo'ladi.

Tadbirkorlik o'zining **qonuniyligi jihatidan**, ya'ni qonunlarga naqadar mos yuritilishi jihatidan oshkora va yashirin tadbirkorlikka ajratiladi.

Oshkora tadbirkorlik – bu ruxsat berilgan va davlat belgilagan qonun-qoidalarga binoan yuritiladigan tadbirkorlik bo'lib, bu ochiq-oydin amal qiladi. Uning qanday faoliyat bilan shug'ul-

lanishidan jamiyat ahli xabardor bo'ladi. Bu iqtisodiyotning rasmiy, ya'ni oshkora sektori hisoblanadi. Bu yerda tovar va xizmatlarning asosiy qismi yaratiladi.

Yashirin tadbirkorlik – bu rasman ruxsat etilmagan, lekin amalda xufiyona tarzda va sir saqlangan holda yuritiladigan tadbirkorlik. Bu hamma yerda bor, lekin uning miqyosi har xil. Uning dunyo iqtisodiyotidagi hissasi 20 %ga teng. Iqtisodiyotga qanchalik ko'p erkinlik berilgan bo'lsa, yashirin tadbirkorlik shunchalik kam bo'ladi. Bordi-yu erkinlik cheklangan bo'lib, soliqlar og'ir bo'lsa, faoliyat turlarini man etish ko'p bo'lsa, shunchalik yashirin tadbirkorlikka kuch beriladi.

Yashirin tadbirkorlik ijtimoiy foydali bo'lganda kishilar ehtiyojini qondiradigan tovarlar va xizmatlar yaratiladi, lekin bu ruxsatsiz bo'ladi. Yashirin tadbirkorlikning eng xavflisi bu kriminal (jinoiy) biznesdir. Bu kishilarga foyda o'rniga zarar keltiradigan ishdir. Bunga narkobiznes, parnobiznes, kishilarni o'g'irlab qullikka sotish, ularni garovga olib pul talab qilish, yashirin ravishda qurol-aslaha sotish, harom pullarni bank orqali halollab olish kabilar kiradi. Bularning orasida eng rivoj topgani narkobiznes bo'lib, bu narkotik moddalarni ishlab chiqarish va sotishni bildiradi. Hozir dunyodagi narkotiklar oldi-sotdisining 50 %dan ziyod qismi Afg'onistonga to'g'ri keladi. Kriminal biznes ashaddiy va g'oyat zararli faoliyat bo'lganidan jamiyat unga qarshi bor kuchi bilan kurashadi.

Tadbirkorlik o'zining yo'nalishi, ya'ni qaysi sohada yuz berishiga qarab industrial, agrar va servis bizneslariga ajratiladi:

Industrial biznes – bu sanoat, qurilish, aloqa va transport sohasidagi tadbirkorlik unga dinamizm, ya'ni shiddat bilan yangilanib borish xos, lekin bu serxarajat hisoblanadi. Uning asosini sanoat firmalari tashkil etadi.

Agrobiznes – bu qishloq xo'jaligidagi tadbirkorlik bo'lib, uning turlari g'oyat cheklangan. Uning asosini fermer xo'jaligi tashkil etadi.

Servis biznesi – bu aholiga xizmat ko'rsatishga qaratilgan biznes. Bu ham tadbirkorlik hisoblanadi, lekin uning turlari g'oyat ko'p, chunki dinamizm ham unga xos. Bunga tibbiyot, ta'lim, shou (tomosha), sport, turizm (sayyohlik), qimor (kazino, avtomat o'yinlari), madaniy va maishiy xizmat ko'rsatishga oid biznes turlari kiradi. Iqtisodiyot qanchalik yuksak bo'lsa, shunchalik servis biznesi rivoj topadi.

Biznes turlarining iqtisodiyotdagi salmog'i har xil bo'ladi.

Tadbirkorlik ish ko'lamiga qarab farqlantirilganda u 3 ta guruhga ajratiladi:

1. **Kichik tadbirkorlik**. Bunga kichik korxonalar, mikrofirmalar, mayda fermer va dehqon xo'jaliklari kiradi.

2. **O'rta tadbirkorlik**. Bunga kichik va yirik korxonalar oralig'idagi, ya'ni faoliyat miqyosi o'rtacha korxonalar va fermer xo'jaliklari kiradi.

3. **Yirik tadbirkorlik.** Bunga yirik firmalar, korporatsiyalar, katta fermer xo'jaliklari va ziroatchilik plantatsiyalari (g'oyat yirik xo'jaliklar) kiradi.

Tadbirkorlik ko'lamini belgilash me'yorlari bir xil emas. Bir mamlakatdagi yirik korxona boshqa yerda o'rtacha hisoblansa, yana bir yerdagi kichik korxona boshqa yerda o'rta korxona safiga kiritiladi. Bundan qat'iy nazar hamma yerda tadbirkorlik ko'lamini belgilashda kapital miqdori, ishlovchilar soni va nihoyat ishlab chiqarish hajmi nazarda tutiladi. Biroq bularning hammasi yoki ayrimlari qo'llaniladi. O'zbekistonda ko'lam jihatidan tafsilot uchun ishlovchilar soni asos qilib olingan.

7.3. Tadbirkorlar toifasi

Kimki tadbirkorlik ishi bilan shug'ullansa, shu **tadbirkor** deyiladi. Barcha tadbirkorlik qiluvchilar birgalikda **tadbirkorlar toifasini** tashkil etadiki, bu ma'lum guruh kishilarning ijtimoiy-iqtisodiy yaxlitligidir. Tadbirkorlarning umumiyligi shundaki, ularning barchasi xususiy mulk sohibi, ular foyda topishni ko'zlaydi, boy-badavlat yashaydi, ish beruvchilar hisoblanadi, ular iqtisodiy riskka borib tavakkaliga ishlaydi, o'zaro bellashadi, iqtisodiy faol hisoblanadi. Mazkur umumiylik tadbirkorlarni maxsus toifa hosil qilishiga asos beradi. O'zbekistonda tadbirkorlar toifasini shakllantirish va mavqeyini mustahkamlash yo'li tutiladi. Bu yerda ushbu toifaga xususiy korxona egalari, qo'shma korxonalardagi sheriklar, fermerlar, dehqon xo'jaligi sohiblari va yakka tartibda biznes bilan shug'ullanuvchilar kiradi. Tadbirkorlar boy toifa hisoblansa-da, tarkiban bir xil emas. Katta korxona egasini mayda, o'zi ishlaydigan tijoratchilar bilan tenglashtirib bo'lmaydi, albatta. Tadbirkorlar o'z **iyerarxiyasi**, ya'ni martabasiga qarab o'rin egallashi mumkin. Ular ham quyi, o'rtacha, yuqori va oliy tabaqalarga ajratiladi. Tadbirkorlar toifasi quyidan yuqoriga qarab har xil tabaqalarga ajratiladi.

1. Faqat foyda olishni ko'zlab, uning ketidan tinimsiz quvuvchi tadbirkorlar. Bular biznesga yangidan kirib kelgan bo'ladi, shu sababli ular boyib ulgurmagan. Ular quyi tabaqani hosil qiladilar.

2. Foyda ko'rish bilan birgalikda o'z ishidan qoniqish hosil qiluvchi tadbirkorlar. Bular ma'lum darajada boylik to'plab ulgurga-

nidan biznesda o‘z o‘rnini topishga intiladilar... Bularni tadbirkorlarning o‘rta toifasiga kiritish mumkin.

BIZNESCHILAR UYLARI»





Ish boshlovchi tadbirkor: — **«Pulni qanday topsam ekan?»**
Yirik tadbirkor: — **«Buncha ko‘p pulni qayerga joylashtirsam ekan?!»**

3. Foyda olib o‘z ishidan qoniqish hosil qilishdan tashqari biznes olamida o‘z hokimiyatini o‘rnatishga va raqobatda doimo g‘alabaga intiluvchi tadbirkorlar. Bular tadbirkorlik iyerarxiyasidagi yuqori qatlamni hosil qiladi, shu sababli **biznes elita,** deb yuritiladi.

4. Yuqori foydaga ega bo‘lishdan tashqari biznes olamida mutlaq hokimiyat o‘rnatishga, o‘z biznes imperiyasini tashkil etib biznes tarixida o‘z nomini qoldirishga intiluvchilar. Bular biznesdagi **super elitani** hosil qiladilar. XXI asrga kelib dunyoning eng boy odami va mashhur tadbirkori shakllandiki, bular – oligarxlar, deb yuritiladi.

Tadbirkorlik yuzaga kelishi uchun tadbirkorlik qobiliyatining mavjudligi kifoya qilmaydi. Buning uchun yetarli miqdorda kapital ham topilishi kerak. Turli sohalardagi biznesning kapital sig‘imi, ya’ni uni boshlash uchun zarur bo‘lgan kapital miqdori turlicha bo‘ladi. Bir yerda u katta bo‘lsa, boshqa yerda kichik bo‘ladi. Lekin bundan qat’iy nazar biznes boshlash uchun minimal miqdorda kapital to‘plash zarur. Kapital jamg‘arilgach tadbirkorlik faoliyati boshlanadi.

Tadbirkorlar toifasi ikki yo‘l bilan shakllanadi:

1) tadbirkorlik avloddan avlodga o‘tadi, ya’ni bu toifa o‘zini-o‘zi takroran yaratadi. Buning natijasida tadbirkorlar sulolasi paydo bo‘ladi. Masalan, AQShda Fordlar, Mellonlar, Dyuponlar sulolasi, Fransiyada Rotshildlar, Germaniyada Kruppplar sulolasi yuzaga kelib, so‘ngra tarqab ketgan;

2) ilgari tadbirkorlik qilmaganlar tadbirkorlikka qo'l uradi, natijada tadbirkorlar safiga kirib boradi.

Tadbirkorlar avlodi yangidan shakllangan bo'lsa, ularning keyingi avlodi o'zini-o'zi qaytadan yaratish asosida yuzaga keladi. Tadbirkorlar toifasining shakllanib ulgurishi o'tish davrining tugallanganligini bildiradi, chunki iqtisodiyot bozor qoidalariga amal qiluvchi faol kishilar qo'liga o'tadi.

7.4. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari

Tadbirkorlikning amaliy shakllari qonun hujjatlari asosida belgilanadi va aniq ko'rinishga ega bo'ladi. Tadbirkorlik faoliyati firma (korxona) doirasida va individual yakka tarzda yuritiladi. Birinchi shaklda yuridik shaxslar, ikkinchi shaklda jismoniy shaxslar tadbirkorligi yuz beradi. Tadbirkorlik asosan firmalarda va fermer xo'jaliklarida kechadi (firmaga o'xshagan). Firma ayrim korxona yoki korxonalar birlashmasi shakliga ega. Firma nima?

Firma — bu tovar ishlab chiqaruvchi korxona yoki korxonalar birlashmasi. U nafaqat moddiy tovarlarni, shuningdek, xizmatlarni ham yaratadi va bozorga chiqaradi.

Firma iqtisodiyotning boshlang'ich bo'g'ini. Chunki shu yerda ishlab chiqarish yuz beradi, ya'ni ishlab chiqarish omillari harakatga keladi, xomashyo, materiallarga ishlov berilib, butlovchi qismlar yig'ilib iste'molga tayyor tovarlar yaratiladi, har xil xizmatlar ko'rsatiladi. Firmaning 4 ta asosiy belgisi bor:

1. Firma muayyan mulk shakliga oid va iqtisodiy jihatdan mustaqil bo'lgan korxona, ya'ni yuridik shaxs. U erkin faoliyat yurgizadi, nimani qancha ishlab chiqarish, tovarni kimga qanchadan sotish, tushgan daromadni qanday ishlatishini o'z manfaatlaridan kelib chiqqan holda hal etadi. U faqat bozor talablariga bo'ysunadi, ma'muriy tazyiqlardan xoli bo'lishi kerak.

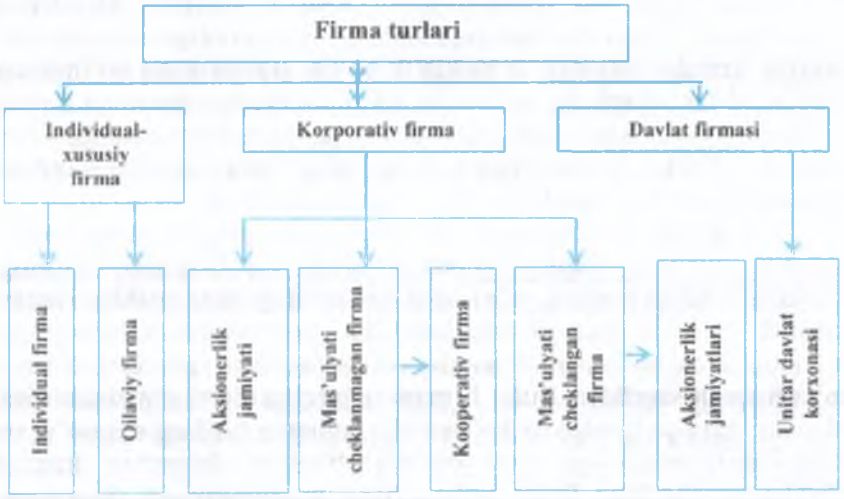
2. Firma ishlab chiqaruvchilar jamoasi bo'lib, bu yerda individual manfaatlari mavjud, lekin umumiy manfaati bo'lganidan o'zaro birlashgan kishilar mehnat qiladilar. Firma jamoasida uning egalari, boshqaruvchilar (menejerlar) va yollanib ishlovchi ishchilar va xizmatchilar birlashadi.

3. Har bir firmaning korporativ — guruhiy manfaati bo'lib, bu uning maqsadida ifoda etiladiki, bu foyda topish, uni maksimumlashtirishdan iboratdir.

4. Firma ixtisoslashgan faoliyat yurgizadi, u hamma ishni qiluvchi universal korxona emas, balki ma'lum turdagi faoliyatni yurituvchi va xizmat ko'rsatuvchi jamoadir. Ixtisoslashuv bo'lgani-

dan firma bozorning ma'lum segmentiga (qismiga) o'z tovarlarini taklif etadi. Bu tovarlar iste'molga tayyor mahsulot, yarim fabrikat, butlovchi qismlar va turli xizmatlardan iborat. Butlovchi qismlar yetkazib beruvchi firmalar ishlab chiqarishni **lokalizatsiyalashda** (mahalliylashtirishda) ishtirok etuvchilar hisoblanadi.

Tashkiliy-huquqiy jihatdan firmalar turlicha nomlanadi. Buni quyidagi rasmdan ko'rsak bo'ladi (7.2-rasm).



7.2-rasm. **Firmalarning turlanishi**

Endi firma turlarini alohida ko'rib chiqamiz.

Xususiy firma – bu ayrim shaxslar va oilalarga qarashli korxona bo'lib, xususiy mulkka kiradi. Bunga misol qilib O'zbekistondagi ayrim kishilar nomi bilan atalgan magazin, do'kon va kichik korxonalarni ko'rsatish mumkin. Xususiy firma egasi ayrim shaxslar hisoblanadi. U yakka sohibga tegishli bo'lganidan, uning o'zi tomonidan boshqariladi.

Firmaning kapitali xususiy bo'lganidan uning foyda-zarari ham egasiga tegishli bo'ladi. Korxona egasi yo'liqadigan risk (xavf-xatar) ham uning zimmasiga tushadi. Kichik xususiy firmalarda oila a'zolarining mehnati bilan yollangan ishchilar mehnati qo'llaniladi. O'rta va yirik korxonalarda uning egasi faqat ishni boshqarish bilan shug'ullanadi, tovar va xizmatlarni esa yollangan ishchilar mehnati yaratadi.

Sherik, korporativ korxonalar – bu bir necha sohiblar mulkiga va olingan foydaning ular tomonidan baham ko'rilishiga asoslangan

firmalardir. Shirkat firmalar o'zining uchta belgisi bilan ajralib turadi.

Birinchidan, ular kichik kapitallarni bir yerga to'plab katta kapital hosil qiladi, kapital egalarining **partnyorligiga** (sherikchiligiga) asoslanadi.

Ikkinchidan, tadbirkorlik **riski** taqsimlanib, kapital qo'ygan sohiblarning barchasiga yuklanadi. Bu yerda partnyorlarning birgalikdagi mas'uliyati va javobgarligi mavjud bo'ladi.

Uchinchidan, bu yerda topilgan foydani sheriklar **birgalikda** o'zlashtiradilar, bu bilan ular manfaatlarining uyg'unligi ta'minlanadi. Shirkat firmalar tabiatan demokratik bo'lib, uncha katta bo'lmagan mablag'ni ham kapitalga aylantirib, ularning egasiga daromad topish imkonini beradi, shu sababli ular bozor tizimida keng tarqalgan firmalardir. Shirkat firmalarning o'zi ikki xil bo'ladi, bular mas'uliyati cheklanmagan va mas'uliyati cheklangan firmalardir.

Mas'uliyati cheklanmagan firmalar – shunday korxona hisoblanadiki, ularning kapitali sheriklar mulki hisoblanadi. Ularning korxona ochilish paytida, ya'ni unga dastavval qo'ygan mablag'i **ustav kapitali** deyiladi. Kapital sherikchilikka asoslansada, sheriklarning maqomi bir xil bo'lmaydi. Sheriklar ikki toifaga ajratiladi. Birinchisi – **to'la huquqli sheriklar**. Bular firmaning javobgarligini o'z zimmasiga oladilar, zararni birgalikda ko'taradilar, olingan foydani esa qo'ygan kapitalining miqdoriga qarab bo'lishib oladilar. Ikkinchisi, **huquqi cheklangan sheriklar**. Bular boshqa sheriklar majburiyatini zimmasiga ololmaydilar, boshqalar to'laydigan zararni to'lamaydilar, lekin qo'ygan kapitaliga qarab foydaning bir qismini oladilar.

Mas'uliyati cheklanmagan firmalarning maxsus turi bu kooperativlardir. Bular ham sheriklar mulkiga (payiga) tayanadi, risk taqsimlanganda foyda-yu zarar birga baham ko'riladi. Biroq kooperativga a'zo bo'lish uchun unga pay berish kifoya qilmaydi, chunki bundan tashqari kooperativda ishlash ham zarur.

Mas'uliyati cheklangan firmalar. Bular ham sheriklar kapitaliga asoslangan va foydasi sheriklar o'rtasida taqsimlanadigan firmalar. Bunday firmalar nomida «Limited» (inglizcha «cheklangan») degan so'z bo'ladi va bu uning javobgarligi cheklanganligini bildiradi. Cheklanish shundan iboratki, firmalar majburiyatlariga o'zining ustav kapitali chegarasida javob beradi. Masalan, firma 10 mln dollar qarz bo'lsa-yu, uning ustav kapitali 8 mln dollar bo'lsa, qarzning bundan ortiq qismini to'lay olmaydi.

Mas'uliyati cheklanganligi aytilgan firmalarning ko'plab ochilishiga olib keladi, ularga pul qo'ygan sheriklar safini kengaytirib yuboradi. **Aksioner jamiyatlar** mas'uliyati cheklangan firmalarning

eng ko'p tarqalgan shakli, bu aksionerlar (hissadorlar) jamiyati hisoblanadi. Bular ko'p joyda **korporatsiya,** deb yuritiladi. Muayyan korxona aksiya[7] chiqarib uni sotadi. Aksiyani sotib olganlar **aksionerlar**, ya'ni aksiya egalari, deb ataladi. Aksiya sotishdan tushgan pul korxonaning kapitalini hosil qiladi. Aksiya egalari uning miqdoriga qarab topilgan foydaning bir qismini **dividend** (ulush) sifatida oladilar. Aksionerlar korxona egalari hisoblanadi, lekin ularning maqomi bir xil emas. Aksiyalar katta qismining egalari yirik aksionerlar bo'lib, kichik aksiya egalari mayda aksionerlar hisoblanadi.

Aksionerlar jamiyati ham sherikchilikka asoslanadi, bu yerda kapital sheriklarning yig'ma puli, sheriklar foyda va zararni baham ko'rishadi, tadbirkorlik riski ular o'rtasida taqsimlanadi. Biroq bu yerda sheriklar g'oyat ko'pchilik, ulardan biri katta mulkdor bo'lsa, boshqasi arzimas kichik mulk egasi bo'ladi.

Turli sherik firmalarda va xususiy korxonalarda boshqarish individual yakka tartibda bo'lsa, aksioner jamiyatlarida korporativ (guruhiy) boshqaruv mavjud bo'lib, bu ishda barcha aksiya egalari va yollanma boshqaruvchilar – menejerlar qatnashadi. Aksioner jamiyatlari yopiq va ochiq bo'ladi. **Yopiq** jamiyatlarda aksiyalarning asosiy qismi shu yerdagi ishchi va xizmatchilarga yoki ularning tashkilotlarida ishlaydiganlarga tegishli bo'ladi, ular insayderlar deyiladi, bu yerda begonaga aksiya berilmaydi. G'arbda **xalq korxonasi** bo'lib, korxona egalari shu yerda ishlovchilarning faqat o'zi hisoblanadi. Ochiq jamiyatlarning egalari shu yerda ishlashi shart emas, aksiyalar xohlaganlarga, hatto begonalarga - autsayderlarga ham sotiladi, lekin baribir bular ham teng huquqli hissadorlar sanaladi. O'zbekistonda aksioner jamiyatlarning har ikki turi mavjud.

Davlat firmalari. Bular davlat mulki bo'lgan va uning nazorati ostida ishlaydigan korxonalar. Ular iqtisodiyotda **davlat tadbirkorligini** tashkil etadi, iqtisodiyot davlat sektorining asosi hisoblanadi. Davlat firmalari ham erkin iqtisodiy subyekt hisoblanadi, ular ham el qatori bozor qonun-qoidalariga binoan faoliyat yuritadi. Ular, odatda serkapital va daromad yuqori bo'lmagan korxonalardan iborat bo'ladi, ular yaratgan tovar va xizmatlar iqtisodiyot rivoji uchun muhim ahamiyat kasb etadi, chunki ular transport, energetika, neft-gaz sanoati, kommunal xo'jalik, suv xo'jaligi, aloqa, telekommunikatsiya, kosmik sanoat kabi sohalarda ishlaydilar.

Aralash firmalar. Bular turli mulkchilikning qorishmasiga asoslangan korxonalar. Bularda birinchidan, **xorijiy va milliy** kapital birlashsa, ikkinchidan mamlakat ichidagi **turli mulkchilikka oid mablag'-**

[7] Korxona nomidan chiqarilgan qimmatli qog'oz, uning necha pulligi yozib qo'yilgan bo'ladi.

lar qo'shilib ketadi. Aralash firmalar ham sherikchilikka asoslanadi, lekin sheriklar har xil. Xorijiy va mamlakat ichidagi sheriklar birlashganda qo'shma **korxonalar** hosil bo'ladi. Mamlakat ichidagi sheriklar mulki, ya'ni davlat xususiy va jamoa mulki qo'shilganda birgalikdagi korxonalar hosil bo'ladi.

7.5. Tadbirkorlar uyushmalari

Tadbirkorlik alohidalashgan faoliyat sifatida turli shakllarda kechsada, har xil uyushmalar hosil qiladi. Bular, birinchidan, firmalar uyushmasi bo'lsa, ikkinchidan, tadbirkorlar toifasining uyushmasidir.

Firmalar uyushmasi – bu turli firmalarning ma'lum maqsad yo'lida birlashuvidir. Bu maqsad o'z tovarlari uchun bozor topishdan, o'z ishini rivojlantirish uchun pul topishdan, raqiblarga qarshi birgalikda kurashishdan iborat bo'ladi. Bozorni qo'lga olib, o'z tovarlarini yaxshi sotish uchun mayda firmalar yirik firmalar atrofida to'planib, uning rahbarligida birlashma hosil qiladilar. Firmalar rivoji uchun pulni safarbar etish yo'lida moliyaviy uyushmalar tuziladi. Raqiblarga qarshi birgalikda kurashish, ya'ni ularga nisbatan bir xil yo'l tutish uchun ham firmalar birlashadilar. Firmalar uyushmasi vaqtinchalik-juz'iy va doimiy bo'ladi. Qisqa muddatdagi maqsadga erishish uchun firmalar juz'iy bitimga kelishadi. Strategik, ya'ni uzoq muddatli maqsadga erishish uchun firmalarning turli ittifoqi paydo bo'ladi. Firmalarning uzoq muddatli birlashmalari **Xolding kompaniyalar** shaklida tuziladi. Xoldinglar, odatda sanoat moliya guruhini tashkil etadi. Xolding tarkibida bosh ona korxona, uning atrofida yig'ilgan qizlar korxonasi va nihoyat qizlar bilan ishlaydigan nabira korxonalar bo'ladi. Bu yerdagi qarindoshlik iqtisodiy mazmunga ega. Xoldingga kirgan korxonaning o'z mulki bor, ular mustaqilligini saqlab qoladi. Biroq o'zining ma'lum vakolatlarini xoldingga beradi. Xolding o'zining ishtirokchilari nomidan ish ko'radi, chunki turli firmalar manfaatining umumiyligidan kelib chiqadi. Masalan, xolding mahsulotlarning yaxshi sotilishini uyushtiradi, o'z ishtirokchilarini resurslar bilan ta'minlab turadi, chetdan kapital topib keladi, narxlarni kelishib belgilaydi. Xoldinglar, odatda bir tarmoq yoki tutash tarmoqlar doirasida tuziladi.

Firma birlashmalari turli tarmoqlar doirasida tashkil etilganda **konglomeratlar** hosil bo'ladi. Bularga kiruvchi korxonalarning xomashyoni qayta ishlash yoki texnologik jihatdan umumiyligi bo'lmaydi. Konglomeratlarda mashina-uskunalarni yaratuvchi, iste'mol buyumlari va hatto qurol-aslaha ishlab chiqaruvchi korxonalar birlashadi. Bundan maqsad pulni turli sohalarga yoyma tarzda joy-

lashtirib, bir yerda foyda kamaysa, boshqa yerda uni ko‘proq olish bo‘ladi. Konglomeratlarda kapital diversifikatsiyalanadi, ya’ni har xil sohalarga yetkaziladi. Unga kiruvchi firmalar g‘oyat xilma-xil mahsulotlarni kelishilgan holda bozorga yetkazib berishadi. Firmalar yagona narx belgilash maqsadida **kartellarga** birlashadilar. Kartel ishtirokchisi mahsulotni bozorga belgilangan kvotaga (hissaga) binoan, ya’ni kelishilgan miqdorda va sheriklar belgilagan umumiy narxda taklif etadi. Kartel tuzishdan maqsad narxlarning tushib ketishiga yo‘l bermasdan, ularni yuqori darajada tutib turishdir.

Firmalar xalqaro miqyosda birlashib **transmilliy korporatsiyalar** hosil qiladilar. Bunday korporatsiyalar millatlararo, ya’ni davlatlararo firmalar birlashmasi bo‘lib, bular xalqaro miqyosda ishlaydilar. Bu ularning asosiy belgisi. Biroq ularning kapitali nafaqat bir necha mamlakat, balki ayrim mamlakat firmalariga tegishli bo‘lishi ham mumkin. Mazkur korporatsiyalar dunyo iqtisodiyotining talay qismini o‘z qo‘lida tutib turadi.

Tadbirkorlarning umumiy manfaati foydani iloji boricha ko‘proq olish. Shu maqsad yo‘lida ular turli nodavlat uyushmalarni, masalan, sanoatchilar, tijoratchilar, banklar uyushmasini tashkil etadilar. Ular yordamida o‘z manfaatlarini birgalikda himoya qiladilar, o‘z faoliyatlarini uyg‘unlashtiradilar. O‘zbekistonda «Tijorat sanoat palatasi», «Fermer va dehqon xo‘jaliklarini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi», «O‘zbekiston Respublikasi banklar assotsiatsiyasi» tuzilgan bo‘lib, bularning maqsadi turli sohadagi tadbirkorlikni rivojlantirishga ko‘mak berishdir. Tadbirkorlar o‘z manfaatini yuzaga chiqarish va siyosiy sohada himoya qilish va jamiyatdagi o‘z mavqe-martabasini oshirish uchun siyosiy partiyalarga ham birlashadilar.

Xulosalar

1. Tadbirkorlik bozor tizimiga xos bo‘lgan maxsus iqtisodiy faoliyat bo‘lib, tovar va xizmatlarni yaratish va iste’molga yetkazib berish va shu yo‘lda foyda topishga qaratiladi, biznesning asosiy turi hisoblanadi. Tadbirkorlik maxsus tizim hosil qiladiki, bunga tadbirkorlikning obyekti, subyekti, tadbirkorlik qonun-qoidalari, axloqiy me’yorlari, tadbirkorlik siyosati va uning infratuzilmasi kiradi.

2. Tadbirkorlik mulkiy jihatidan xususiy, jamoaviy va davlat tadbirkorligini, yuritilish uslubi jihatidan oshkora va yashirin tadbirkorlikni, yuritilish sohasi jihatidan industrial, agrar va servis tadbirkorligini va nihoyat faoliyat ko‘lami jihatidan kichik o‘rta va yirik tadbirkorlikni hosil qiladi.

3. Tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi kishilar tadbirkorlar toifasini hosil qiladi, ular iyerarxiyasida quyi, o'rta, yuqori (elita) va eng yuqori (superelita) tabaqalari mavjud bo'ladi. Mazkur toifa 2 yo'l bilan shakllanadi, birinchidan, tadbirkorlik avloddan avlodga o'tadi, ikkinchidan – tadbirkorlik qilmaganlar u bilan shug'ullanadi. Ikkinchi yo'l o'tish davridagi mamlakatlarga xos bo'lib, bu O'zbekistonda ham kuzatildi.

4. Tadbirkorlik firma doirasida va individual tarzda yuz beradi. Firma tovar ishlab chiqaruvchi hisoblanadi, u muayyan mulk shakliga tayanadi, ishlab chiqaruvchilar jamoasi bo'ladi, uning korporativ-guruhiy manfaati mavjud, nihoyat u ixtisoslashgan bo'ladi.

Firmalarning uchta asosiy turi bo'lib, bular xususiy, davlat va sherikchilik firmalaridir.

5. Firmalar o'z maqsadiga erishish uchun iqtisodiy birlashmalar hosil qiladiki, bulardan asosiylari xolding, konglomerat, kartel va transmilliy korporatsiyalardir. Firmalarning jamoatchilik uyushmalari bo'lib, bular tadbirkorlar ittifoqi, tijorat-sanoat palatalari va turli biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armalaridan tashkil topadi.

Tayanch tushunchalar

Tadbirkorlik; tadbirkorlik belgilari; tadbirkorlik tizimi; tadbirkorlik turlari; tadbirkorlar toifasi; firmalar; firmalarning tashkiliy-huquqiy shakllari; firmalarning iqtisodiy uyushmalari; tadbirkorlarning nodavlat jamoat tashkilotlari.

VIII bob. TADBIRKORLIK XARAJATI

8.1. Kapital va uning turlari

Firma ishlab turishi uchun uning kapitali bo'lishi kerak, chunki moddiy va mehnat resurslarini jalb etmay turib hech bir tadbirkorlik bo'lishi mumkin emas. Ishlab chiqarishga kerak bo'lgan resurslarni bozordan topish mumkin, buning uchun pul kerak. Shu sababli tadbirkorlikka kapital sifatida pul qo'yish kerak.

Firma ishini tashkil etish va yurgizib turish uchun zarur bo'lgan va foyda topishni mo'ljallagan mablag'i uning kapitali bo'ladi.

Firma tashkil etilish chog'ida unga qo'yilgan pul **ustav** (nizom) **kapitali,** deb yuritiladi. Bu pul topilgan daromadni kapitalga aylantirish natijasida ko'payib boradi va firmaning umumiy (yalpi) kapitali hosil bo'ladi. Kapital dastlab pul shaklida bo'ladi, shu sababli u **nominal kapital** hisoblanadi. Bu pulga resurslar sotib olib, ishlab chiqarish amalda yurgizilib foyda topilganda **real kapital** yuzaga keladi. Individual, ya'ni xususiy korxonalardagi kapital ayrim mulkdorlarga tegishli bo'lsa, birgalikdagi firmalardagi kapital sheriklarga tegishli bo'ladi. Bunda sheriklar pulini bir yerga jamlab va firmaga qo'yib **umumiy kapital** hosil qilishadi. Bu kapital ayrim mulkdorlarning ulushi shaklida bo'lsada, amal qilishi jihatidan korporativ – **guruhiy kapital** bo'ladi. Aksioner jamiyat shaklidagi korxonalarning kapitali mana shunday korporativ tavsifga ega.

Kapital o'zining kelib chiqishi va o'sish manbasidan qat'iy nazar ikki qismga bo'linadi: **asosiy va aylanma kapital**.

Asosiy kapital bu shunday kapitaldirki, unda mujassamlashgan bozor qiymati yaratilgan tovar va xizmatlar narxiga biryo'la emas, balki kichik qismlarga bo'lingan holda va uzoq vaqt davomida ko'-chadi hamda shu davrda egasiga qaytib keladi.

Asosiy kapitalni xo'jalik amaliyotida asosiy vositalar, deb yuritiladi va buxgalteriyada hisobga olinadi. Asosiy kapital bino, inshoot, asbob-uskuna, turli mashinalar va jihozlarga sarflangan pul bo'lib, ularning resurs sifatidagi xususiyatlarini o'zida mujassam etadi. Bu asosiy kapitalning quyidagi belgilarida o'z aksini topadi:

1. Asosiy kapital bir necha ishlab chiqarish siklida[8] (davrida) xizmat qiladi. Masalan, korxona yiliga 2 marta tayyor mahsulot chiqaradi. Korxona joylashgan bino 40 yil xizmat qiladi. 40 yil

[8] Ishlab chiqarish sikli – bu tovar va xizmatlarni yaratish va sotishni o'z ichiga oluvchi davr.

davomida 80 ta (40x2=80) ishlab chiqarish sikli yuz beradiki, binoga sarflangan asosiy kapital 80 yillik sikl davomida ishlatiladi.

2. Asosiy kapital qiymati tayyor tovar va xizmatlar narxiga qismlarga bo'linib har yili ko'chadi. Mana shu qism amaliyotda **amortizatsiya ajratmasi,** deb yuritiladi. Faraz qilaylik agar stanok 5 mln so'm tursa va 5 yil xizmat qilsa, bunda amortizatsiya yiliga 1mln so'mni (5:5=1) tashkil etadi. Bordi-yu gidroinshoot 500 mlrd so'm tursa va 100 yil xizmat qilsa, uning bir yillik amortizatsiyasi 5 mlrd so'm bo'ladi (500:100=5).

3. Asosiy kapitalda gavdalangan vositalar uzoq vaqt xizmat qilib, o'z qiymatini tovar va xizmatlar narxiga qisman o'tkazib borganidan, ularning qaytadan tiklanishi eskirib bo'lganidan so'ng va uzoq vaqt o'tgach yuz beradi. Mana shundagina asosiy kapitalga aylangan pul o'z egasiga qaytib keladi. Binobarin asosiy kapitalning qaytim davri uzun bo'ladi. Demak, asosiy kapital sekin aylanadi (oborot qiladi), ya'ni uning pul shaklida sarflanib, so'ngra yana pulga aylanib, qaytib kelish davri cho'ziladi. Masalan, asosiy kapital qo'yilgan bino 50 yil xizmat qiladi, unga sarflangan pul 50 yilda qaytib keladi. Agar bu pul 1 mlrd so'm bo'lsa, u har yili egasiga 20 mln so'm miqdoridagina tegadi.

4. Asosiy kapital gavdalangan vositalarning moddiy shakli yaratilgan tovarda aks etmaydi. Masalan, tayyor kostyumni olsak uning qanday gazlamadan tikilganligini ko'z bilan ko'rish mumkin, lekin uning qanday mashinalar yordamida tikilganligini bilib bo'lmaydi.

Aylanma kapital. Ishlab chiqarish uchun mashina, uskunalar, bino va inshootning o'zi kifoya qilmaydi. Buning uchun xomashyo, yoqilg'i, elektroenergiya, butlovchi qismlar, ularni qayta ishlab yoki yig'ib mahsulot yaratuvchi ish kuchi ham talab qilinadi. Bularga sarflangan pul esa aylanma kapitalni hosil qiladi.

Aylanma kapital shunday kapitaldirki, uning bozor qiymati bir siklning o'zida yaratilgan tovar va xizmatlarga to'laligicha va bir yo'la o'tadi.

Aylanma kapital amaliyotda aylanma vositalar, deb yuritiladi va buxgalteriyada hisob-kitob qilinadi. Aylanma kapital bu firmaning ashyoviy resurslar va ish kuchiga sarflangan mablag'idir.

Aylanma kapital asosiydan quyidagilar bilan ajralib turadi:

• «Aylanma kapital moddiy jihatdan qisqa vaqtda ishlatilib tugallanadigan vositalardan iborat. Masalan, gazlama yaratish uchun sotib olingan kalava ip u to'qib bo'lingach tugallanadi. Uni to'qigan stanok esa o'z xizmatida davom etaveradi.

• «Aylanma kapital o'zining bozor qiymatini tayyorlangan mahsulotlarga to'la ko'chiradi. Yana gazlama misoliga qaytsak, bir o'ram kalava 50 ming so'm turadi, undan 10 metr gazlama to'qilib bo'lgach, bu pul gazlama sotish narxiga kiradi. Agar 10 metr gazlama 80 ming so'm tursa, shundan 50 mingi kalava olishga ketgan aylanma kapital sarfi bo'ladi.

• Aylanma kapitalda gavdalangan xomashyo materiallar va butlovchi qismlarning moddiy shakli mahsulotda o'z ifodasini topadi. Masalan, avtomobilni uni nimadan qilinganligini, qanday rangga bo'yalganligini, qanday qismlardan yig'ilganligini bilish mumkin, lekin uni yig'ishda qanday asbob-uskuna ishlatilganligini bilib bo'lmaydi.

• «Aylanma kapital o'z qiymatini mahsulotlarga bir yo'la o'tkazib borganidan uning aylanishi tez boradi. Asosiy kapital bir marta aylangan holda aylanma kapital ko'p marta aylanib ulguradi. Uning aylanishi bir ishlab chiqarish siklining o'zida yuz beradi. Masalan, korxona velosiped chiqargan bo'lsa, u sotilgach, unda mujassamlashgan aylanma kapital qiymati darhol korxonaga qaytib keladi. Agar velosiped chiqarish yiliga 5 marta bo'ladi, deb faraz qilsak, aylanma kapital yiliga 5 marta aylanadi, 5 yilda esa 25 marta aylanadi. Shu davrda korxonadagi asosiy kapital faqat bir marta aylanishi mumkin.

• Asosiy kapitaldan farqliroq aylanma kapital ishlab chiqarishning insoniy omili bo'lgan ish kuchida ham ifodalanadi. U ish kuchini yollashga sarflanadi, ish kuchi esa tovar va xizmatlarni yaratadi. Bular narxiga ish kuchiga sarflangan ish haqi ham kiradi, ular sotilgach, bu pul firmaga qaytib keladi. Ish kuchiga sarflangan kapital moddiy jihatdan yaratilgan tovarda ifodalanmaydi, chunki tovarni kir yaratganligini bilib bo'lmaydi.

Asosiy va aylanma kapitalning har xil tezlikda aylanishi ularning nisbatiga ta'sir etadi. Asosiy kapital sekin aylanganidan u ishlab chiqarishda ko'p talab qilinadi. Aksincha aylanma kapital tez harakat qilganidan u kam talab qilinadi.

Biroq asosiy va aylanma kapital nisbati ishlab chiqarish xarakteriga va resurslar narxiga ham bog'liq. Agar ishlab chiqarishning kapital sig'imi katta bo'lsa, ya'ni u serkapital bo'lsa, asosiy kapital ko'proq talab qilinadi. Masalan, konchilikda qimmatbaho mashina va uskunalar ko'plab talab qilinadi, biroq xomashyo sotib olinmaydi. Shu sababli bu yerda jami kapital tarkibida asosiy kapitalning hissasi katta bo'ladi. Aksincha zargarlik sanoatida ko'p ishlar qo'lda bajarilganidan, ishlab chiqarish serkapital emas. Bu yerda ishlab chiqarishning moddiy ashyoviy sig'imi katta bo'ladi, chunki g'oyat

qimmat turuvchi javohir toshlar, oltin, kumush va platina kabi nodir metallar ishlatiladi. Zargarlikda yaxshi zargar kerak, ularni yollash uchun ko‘p pul kerak, chunki ularga yaxshi maosh berish zarur. Aytilgan omillar ta’sirida zargarchilikda aylanma kapital ko‘proq kerak bo‘ladi.

Asosiy va aylanma kapitalning nisbati turli resurslar narxining o‘zgarishiga ham bog‘liq. Mashina, uskunalar bozor narxi arzonlashsa, asosiy kapital kam talab qilinadi. Ularni sotish qiyinlashganda lizing qo‘llaniladiki, bu mashina, uskunalarni keyin sotib olish sharti bilan ijaraga berishni bildiradi. Lizing sharoitida kam pul bilan ko‘plab mashina va uskunalar olib ishlatish mumkin. Bu asosiy kapitalni tejaydi. Masalan, yo‘lovchi tashuvchi metro vagoni 160 ming dollar turadi. Uni 5 yilga lizingga olinsa, uni ishlatish uchun 52 ming dollar kifoya qiladi. Bunda asosiy kapitaldan 108 ming dollar tejaladi (160−52=108). Shubhasiz, ashyoviy resurslar narxi oshganda, aylanma kapitalni ko‘paytirish zarurati paydo bo‘ladi. Masalan, jahon bozorida neft narxini ortishi uni qayta ishlovchi kompaniyalardan neft xaridi uchun ketadigan pulni ko‘paytirishni, binobarin aylanma kapitalni ko‘paytirishni talab qildi. Oltin, kumush va platina narxining oshishi ularni xomashyo sifatida ishlatuvchi korxonalarda aylanma kapitalini ortishiga olib keldi. Asosiy va aylanma kapital nisbatida qanchalik o‘zgarish bo‘lmasin, baribir ularning har ikkalasi ham firma faoliyatida hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

8.2. Firmaning xarajatlari

Iqtisodiyotning har qanday subyekti xarajat qilmay turib o‘z faoliyatini yurgiza olmaydi. Lekin bu xarajatlar turlicha. Xonadon xarajatini olsak u iste’molga ketganidan qaytarilib olinmaydi. Xuddi shuningdek, davlat xarajatlari ham qaytib kelmaydi, chunki u davlat iste’molini qondiradi. Ammo bundan davlat korxonalarining xarajati mustasnodir. Firma xarajatining o‘ziga xosligi shundaki, bu o‘rni qoplanadigan, ya’ni tovar va xizmatlar sotilgach, unga qaytib pul shaklida keladigan xarajatlardir. Firma qiladigan **bir yo‘la** xarajat uning o‘z ishiga qo‘ygan kapitalidir. Bu ishlab chiqarish jarayonida joriy xarajatlarga aylanadi. Demak, firma xarajati, bu uning **kapitalining sarflanishi** hisoblanadi. Xarajatsiz daromad topib bo‘lmasligi iqtisodiyotning aksiomasidir. Daromad olish uchun firma xarajat qilishi muqarrar, chunki bu ishlab chiqarish resurslarni talab qiladi. Resurslar esa ehsonga o‘xshash suvtekin emas, ularni bozor narxida sotib olish mumkin. Shu bois, xarajat qilish firma uchun foyda

olishning shartiga aylanadi. Firmaga qo'yilgan kapital ishlab chiqarish jarayonida joriy, kundalik, oylik va pirovardida yillik xarajatlariga aylanadi.

KONSALTING XIZMATI



— Aytingchi, xarajat qilmay foyda qilsa bo'ladimi?
— Siz shu ikki narsani unutmang:
1. Xarajatsiz harakatning natijasi 0 ga teng.
2. Xarajatli harakatning natijasi xarajatning kvadratiga teng.

Firmaning puli ketgan xarajatidan tashqari uning boy berilgan imkoniyatlari, boshqacha aytganda muqobil xarajatlari ham borki, buni **zimmasiga tushgan xarajat,** deb ham aytishadi. Ma'lumki, har qanday firma oldida tanlash imkoni bor. Bir ishni boshlashdan avval boshqasidan voz kechiladi. Voz kechilgan ish keltirishi mumkin bo'lgan daromad firma uchun yo'qotish bo'lganidan muqobil xarajatni tashkil etadi. Masalan, puldorning 100 mln so'm puli bor. U pulini bankka qo'ymasdan uni sex qurishga sarfladi. Agar u pulini bankka qo'yganda puli yiliga 20 % tuqqan, ya'ni bu 20 mln ga ko'paygan bo'lar edi. Puldor pulini sexga sarflagani uchun 20 mln yo'qotdi. Mana shu uning muqobil xarajati bo'ladi. Biroq muqobil xarajat amalda pulning sarflanishi emas (chunki pul sexga sarflandi). Shu sababli u real xarajat bo'lmaydi.

Bu yerda **real xarajat** sexga ketgan pul hisoblanadi. Yo'qotishdan iborat xarajatga pul ketgan emas, lekin firma buni nazarda tutib ish qiladi, ammo amaldagi xarajatlar tarkibiga kiritmaydi. Bu xarajatlarga haqiqatda sarflangan pul kiradi. Aytaylik, bizning puldor sexga sarflagan 100 mln so'm puli kamlik qildi va u bankdan

2 mln so‘mni yiliga 25 % to‘lash sharti bilan qarzga oldi. Buning uchun u 0,5 mln so‘m to‘laydi. Mana shu 0,5 mln so‘m yaqqol xarajat, shu sababli u amaliy xarajatlarga kiritiladi.

Firmaning xarajati – bu tovar va xizmatlar yaratish va ularni sotish bilan bog‘liq bo‘lgan sarfidir.

Tovarlarni yaratish bilan bog‘liq sarflar ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi. Tovarlarni sotish sarflari esa muomala yoki tijorat xarajatlari bo‘ladi.

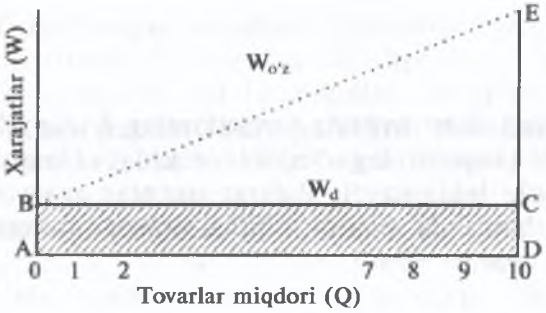
8.3. Xarajat turlari

Firma tovar ishlab chiqaruvchi bo‘lganidan uning uchun ishlab chiqarish xarajatlari muhim. Bu xarajatlar tarkiban ikki xil:

1. **Doimiy xarajatlar.** Bular shunday xarajatlarki, ularning miqdori ishlab chiqarishning oz yoki ko‘p bo‘lishiga bog‘liq o‘zgarmaydi, balki qanday bo‘lsa, shundayligicha qolaveradi. Masalan, tikuvchilik firmasi binoni 10 mln so‘mga ijaraga oldi. Bankdan 50 mln so‘m qarz ko‘tarib yiliga 1,0 mln so‘m foiz to‘laydi, buxgalterni ishga olib oyiga 750 ming so‘m, yiliga esa 9000 ming so‘m ish haqi to‘laydi.

Bu xarajatlar jami 29 mln so‘mni (10+10+9=29) tashkil etadi. Firma 100 ta yoki 500 ta ko‘ylak tikmasin baribir shu 29 mln so‘m xarajatni qilishi shart. Doimiy xarajatlarga, odatda amortizatsiya ajratmasi, doimiy ishga olinganlarning maoshi, ijara haqi, korxona mulkini sug‘urtalash puli, banka beriladigan foiz kabilar kiradi.

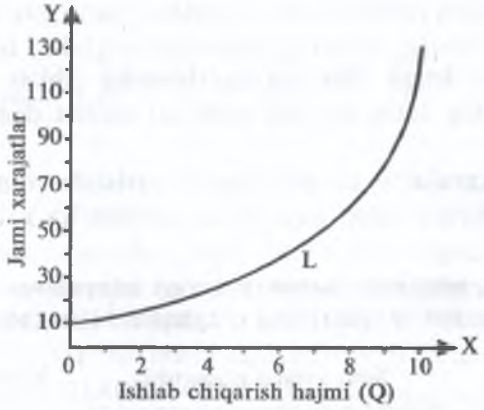
2. **O‘zgaruvchan xarajatlar.** Bular shunday xarajatlarki, ularning miqdori qancha mahsulot ishlab chiqarilishiga qarab o‘zgarib turadi. Tikuvchilik firmasi misoliga qaytsak uning o‘zgaruvchan xarajatlari bu gazlama, ip, tugmalar sotib olish uchun va chevarlarga ish haqi to‘lash uchun ketgan pul. Bordi-yu gazlamaga 120 mln, ipga 5 mln, tugmalarga 2 mln, chevarlar ish haqiga 23 mln so‘m ketgan bo‘lsa, jami sarflar 150 mln so‘mni tashkil etadi. Shu sarf bilan 50000 ta ko‘ylak tikilgan. Bordi-yu ko‘ylak tikishni 60000 taga yetkazish zarur bo‘lsa, bu xarajatni yana 30 mln so‘mga oshirish kerak, chunki buning uchun qo‘shimcha ravishda gazlama, ip va tugmalar sotib olish kerak yangi chevarlarni ishga qabul qilish kerak yoki ishlab turgan chevarlarning ish vaqtini cho‘zib ularga qo‘shimcha haq to‘lash kerak. Biroq bunda ijara haqi, bank foizi va buxgalter ish haqi qanday bo‘lsa shundayligicha qolaveradi. Doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlarning qanday bo‘lishini chizmada ham ko‘rish mumkin (8.1-rasm).



8.1-rasm. **Doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar**

Rasmda ABCD to'rtburchak doimiy xarajatning, BEC uchburchak o'zgaruvchan xarajatning siljishini bildiradi. Q ni tovar miqdori, deb olsak, BE o'zgaruvchan xarajat, BC chizig'i doimiy xarajat miqdori bo'ladi. Mahsulot miqdori 1 dan 10 gacha ortib borgan, lekin BC chizig'ida hech bir o'zgarish bo'lmagan. Ayni paytda BE chizig'i quyidan yuqoriga o'sgan. Ya'ni Q kattalashgan sari $W_{o'z}$ ham ortib borgan. Doimiy va o'zgaruvchan xarajatlarni farqlantirish muhim, chunki bular jami xarajatlar dinamikasiga turlicha ta'sir etadi. Doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisi jami xarajatlarni tashkil etadi:

Bizning yuqoridagi misolimizda bu 29 mln + 150 mln = 179 mln so'm. Mahsulot ishlab chiqarish ko'paygan sari jami xarajatlar ham oshib boradi va bu asosan o'zgaruvchan xarajatlar ko'payishining hisobidan bo'ladi. Buni quyidagi chizmadan ko'rish mumkin (8.2-rasm).



8.2-rasm. **Ishlab chiqarish hajmi va xarajatlar**

Chizmadagi X yon chizig'i mahsulot ko'payishini, Y tik chizig'i esa xarajatlarni ifodalaydi. Mahsulot ishlab chiqarishning 1 dan 10 ga qadar o'sishiga xarajatlarning 10 dan 130 gacha o'sishi to'g'ri kelgan. Shunga mos ravishda xarajatlarning L egri chizig'i hosil bo'lgan. Jami xarajatlarning o'sishini o'zi ishlab chiqarish qimmatga tushganini aslo bildirmaydi. Bularga nisbatan mahsulot miqdori tezroq o'sib borganda mahsulot birligi arzonga tushadi. Aksi yuz berganda, u qimmatlashadi.

Firmaning xarajat qilishdan maqsadi foyda topish. Shuning uchun uni jami xarajatlarning o'zi emas, balki ularning nima berishi qiziqtiradi. Firma uchun bitta tovarning qanchaga tushishi, u sotilganda qancha foyda kelishi, tovarlar ko'paytirilganda, foyda qanchaga ortishi muhim. Shu jihatdan o'rtacha xarajatlar g'oyat ahamiyatli.

O'rtacha xarajatlar – bu mahsulot, ish va xizmat birligi uchun qilingan sarfdir.

O'rtacha xarajatni ($W_{o'r}$) aniqlash uchun jami xarajatlar (W_y) mahsulot, ish va xizmatlarning miqdoriga (Q) bo'linadi. Bunda $W_{o'r} = W_y/Q$ bo'ladi. Bizning misolimizda tikuvchilik firmasining jami sarfi 179 mln so'm bo'lgan va shu sarf bilan 50000 ta ko'ylak tikilgan. Bunda bir dona ko'ylak tikishning o'rtacha xarajati 17,9 mln/5000 = 35800 so'm bo'ladi. Demak, bu amalni bajarsak bir ko'ylak tikish uchun 35800 so'm ketganligini bilamiz.

Mahsulot birligiga ketgan xarajatlarni uning turiga qarab ham aniqlash mumkin. O'rtacha doimiy xarajatni aniqlash uchun doimiy xarajatning umumiy summasi mahsulot miqdoriga bo'linadi. Xuddi shunday usulda o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar ham aniqlanadi.

Firma foydani oshirish uchun ishlab chiqarishni ko'paytirishga intiladi. Biroq buning uchun qo'shimcha ravishdagi ishlab chiqarish foydali bo'lishi kerak. Bu esa qo'shimcha ishlab chiqarishning xarajatiga bog'liq. Iqtisodiyotda marjinal xarajat degan narsa ham bor.

Marjinal xarajat – bu qo'shimcha ravishda so'nggi mahsulot, ish va xizmat birligi uchun ketadigan qo'shimcha xarajatdir.

Marjinal xarajat qo'shimcha ishlab chiqarish qanchaga tushishini bildiradi. Marjinal xarajatni (W_m) aniqlashda xarajatlarning o'zgarishi mahsulot miqdorining o'zgarishi bilan taqqoslanadi.

$$W_m = \frac{\text{Jami xarajat o'zgarishi}}{\text{Mahsulot miqdorining o'zgarishi}} = \frac{\Delta \nabla W_y}{\Delta \nabla Q}.$$

Uni aniqlash uchun keyingi mahsulot xarajatidan oldingi mahsulot xarajati ayirib tashlanadi. Masalan, firma mini traktor ishlab chiqaradi.

Uning birinchi traktori 3 mln, ikkinchisi 3,3 mln turadi. Bunda marjinal xarajat 0,3 mln bo'ladi (3,3-3=0,3). Marjinal xarajatlarning qandayligini bilish qo'shimcha ishlab chiqarish foydalimi yoki yo'qmi, mana shuni aniqlab olish uchun kerak bo'ladi. Xarajat turlarini anglash uchun bir jadvalni tahlil etamiz (8.1-jadval). Jadvalda korxona mini traktor ishlab chiqaradi, deb faraz qilingan.

8.1-jadval

Mini traktor ishlab chiqarish xarajatlari

Ishlab chiqarilgan traktorlar soni (Q)	Jami xarajatlar, mln	Doimiy xarajatlar, mln	O'zgaruvchan xarajatlar mln	O'rtacha doimiy xarajatlar, mln	O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar, mln	O'rtacha umumiy xarajatlar, mln	Marjinal xarajatlar
1	2	3	4	5	6	7	8
0	3,00	3,00	0,00	-	—	-	0,30
1	3,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,30	0,50
2	3,80	3,00	0,80	1,50	0,40	1,90	0,70
3	4,50	3,00	1,50	1,00	0,50	1,50	0,90
1	2	3	4	5	6	7	8
4	5,40	3,00	2,40	0,75	0,60	1,35	1,10
5	6,50	3,00	3,50	0.60	0,70	1,30	1,30
6	7,80	3,00	4,80	0,50	0,80	1,30	1,50
7	9,30	3,00	6,30	0,43	0,90	1,33	1,70
8	11,00	3,00	8,00	0,38	1,00	1,38	1,90
9	12,90	3,00	9,90	0,33	1,10	1,43	2,00
10	15,00	3,00	12,00	0,30	1,20	1,50	—

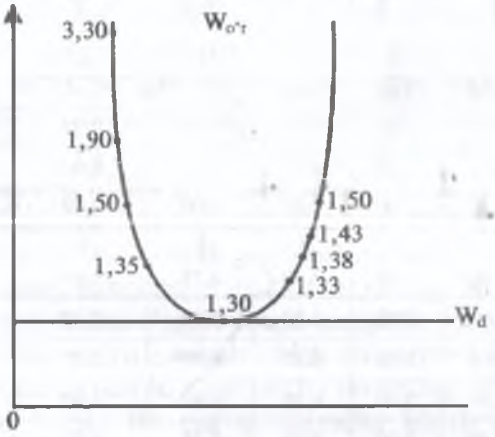
Jadvalga nazar tashlasak, dastlab, traktor ishlab chiqarishdan avval ham doimiy xarajat bo'lganini ko'ramiz, chunki busiz ishlab chiqarishni boshlab bo'lmaydi.

Biroq ishlab chiqarish boshlangach, barcha xarajatlar o'zgargan. Endi buning sababini ko'rib chiqamiz.

8.4. Xarajatlarning o‘zgarishi

Xarajatlarning qaysi yo‘nalishda o‘zgarishini bilish firmaga qancha ishlab chiqarganda qanday foyda ko‘rish mumkinligini aniqlashga yordam beradi. Ishlab chiqarish kam sharoitda qo‘shimcha mahsulot yaratish qo‘shimcha katta xarajat talab qilmaydi, chunki ishchilar oz bo‘ladi, uskunalarning bir qismi bo‘sh turadi, ish joyi yetarli bo‘ladi. Bas shunday ekan, oz sarflab ham qo‘shimcha mahsulot chiqarish mumkin. Bu yerda qo‘shimcha sarf faqat o‘zgaruvchan xarajat hisobidan bo‘ladi. Ishlab chiqarish ko‘paygan sari qo‘shimcha sarflar oshadi. Bizning jadvalda marginal xarajatlar o‘sib borgan. Ishlab chiqarish ortishi bilan o‘rtacha xarajatlar kamayadi. Bizning jadvalda bunday kamayish 7 ta mini traktor ishlab chiqarishga qadar bo‘lgan, bunga asosan doimiy xarajatlarning tejalishi hisobidan erishilgan.

O‘rtacha xarajatlarning tebranib turishi ular egri chizig‘ini «U» simon qiladi (8.3-rasm).



8.3-rasm. **O‘rtacha xarajatlarning o‘zgarishi**

Chizmadagi W_d doimiy xarajatlarning o‘zgarmay turishini tasvirlaydi, chunki yon chizig‘ida yuqoriga siljish yo‘q. «U» simon chiziq $W_{o'r}$ ni bildirib, oldin pasayishdan, so‘ngra ko‘tarilishdan iborat harakatni tasvirlaydi. Bu chiziqning eng pastki nuqtasida o‘rtacha xarajat marginal xarajatga teng bo‘lgan (1,30=1,30). Bu 5 ta traktor chiqarganda bo‘lgan.

O‘rtacha xarajatlarning goho kamayib, goho ortib turishi shundan guvohlik beradiki, firma samarali ishlab chiqarish **ko‘lamini** tanlashi kerak, chunki shunday ko‘lam sharoitida xarajatlar mini-

mumlashadi. Bizning jadvalga ko'ra eng samarali ko'lam 5 ta traktor chiqarishni bildiradi, chunki shu paytga qadar o'rtacha xarajatlar pasayib eng quyi nuqtaga kelgan, marjinal xarajatlar esa bundan ortiq bo'lmagan. Ishlab chiqarish shu ko'lamdan ortib ketsa xarajatlar ko'payishiga moyil bo'ladi. Bizning misolda o'rtacha xarajat 1,30 dan 1,50 ga qadar, marjinal xarajat 1,30 dan 2,00 ga qadar oshgan. Bu shundan dalolat beradiki, marjinal xarajat o'rtacha xarajatdan kam bo'lgan sharoitda ana shu o'rtacha xarajat pasayishga moyil bo'ladi. Bordi-yu marjinal xarajat o'rtacha xarajatdan osha borsa, shunda o'rtacha xarajat ortishga moyil bo'ladi. Bunga yo'l bermaslik uchun firma ishlab chiqarishning samarali ko'lamiga erishishi kerak, chunki shundagina o'rtacha va marjinal xarajatlar tenglashadi, binobarin narx o'zgarmay qolsa yaxshi foyda ko'riladi.

O'rtacha xarajatlarning pasayib va oshib turishi mehnatning **marjinal unumdorligi**, ya'ni **mahsuldorligi** bilan bog'liq. Dastlab unumdorlik ortadi, chunki qo'shimcha jalb qilingan ishchilarning unumli ishlashiga moddiy sharoit yetarli bo'ladi. Bunda doimiy xarajatlarning tejalishi yuz beradi, chunki ular miqdori o'zgarmagan holda mahsulot ko'proq chiqariladi, demak bir mahsulotga hisoblangan xarajat qisqaradi. Qo'shimcha ishlovchilar soni keragidan oshgach mehnat unumdorligi pasaya boshlaydi. Shundan e'tiboran xarajatlarning ortishi yuz beradi, binobarin ko'proq ishlab chiqarish qulay bo'lmay qoladi. Buni qulay qilish uchun asosiy kapitalni, ya'ni ishlab chiqarishga jalb etilgan mashina, uskunalar va binolarni ko'paytirish kerak. Shundagina ish kuchi bilan texnika bazasi moslashib, unumdorlik oshib, ishlab chiqarish xarajatlari pasaya boradi. Ammo bunga qisqa vaqda erishib bo'lmaydi. Masalan, televizor chiqaruvchi firma kuniga 500 ta o'rniga 600 ta televizor chiqaris ıi uchun qisqa vaqtda, aytaylik asbob-uskunalarni o'zgartirib yangi sexlarni qura olmaydi, ya'ni ishlab chiqarish quvvatini oshira olmaydi. Bunga ishchilar sonini va butlovchi qismlar miqdorini ko'paytirish, ikki smenali ishlashni tashkil etish orqali erishiladi. Ammo bunda mehnat unumdorligi oshmaydi, chunki doimiy xarajatlar tejalgani holda o'zgaruvchan xarajatlar oshadi, o'rtacha xarajatlar esa oshmasdan bir xil saqlanishi mumkin. Ammo shunday holat bo'lganda foydani ko'paytirib bo'lmaydi. Bunga uzoq vaqtda erishiladi, chunki ishlab chiqarish texnologiyasi yangilanadi, yangi quvvatlar ishga tushadi, o'zgaruvchan xarajatlar ham tejaladi. O'rtacha xarajatlar pasayib marjinal xarajatlarga tenglashadi, so'ngra yana ular orta boshlaydi. Natijada xarajatlar-

ning «U» simon egri chizig'i hosil bo'ladi. Biroq uzoq muddatli davrda uch xil holat yuzaga kelishi mumkin:

Birinchidan, ishlab chiqarish hajmi oshgan holda o'rtacha xarajatlar pasayib borsa, ishlab chiqarish ko'lami xarajatlar tejalishini ta'minlaydi, ya'ni **ko'lamiy samara** oshadi;

Ikkinchidan, ishlab chiqarish hajmi oshgan holda o'rtacha xarajatlar ham oshib ketsa ko'lamiy o'zgarish **serxarajat** bo'ladi, uning samaradorligi pasayadi;

Uchinchidan, ishlab chiqarish hajmi oshgani holda o'rtacha xarajatlar o'zgarmay qolsa, ko'lam **samarasi ham o'zgarmay**, qanday bo'lsa, shundayligicha qoladi.

Firma xarajatlarining o'zgarishiga ishlab chiqarish ko'lamidan tashqari sotib olingan resurslar narxi va ularning tejalishi ham ta'sir etadi. Agar firma resurslarni arzonga olsa, ular tejalmagan taqdirda ham xarajatlar pasayadi. Agar resurslar qimmatga olinsa-yu, ular ishlatish jarayonida yaxshigina tejalganda xarajatlar pasayishi mumkin. Agar resurslar tejalmasa, ular narxi qimmat bo'lganidan xarajatlar oshib ketadi. Bunga misol qilib neft narxining qimmatlashuvini ko'rsatish mumkin. Shubhasiz, narxning 2 marta ortishi neftdan yoqilg'i olinganda u hech qachon 2 barobar tejalmaydi. Demak, bu neft mahsulotlari xarajatining ortishiga olib keladi.

Resurslar narxi uni sotib oluvchi firmaga mutlaqo bog'liq emas, narxni bozor shakllantiradi, firma uni qabul qiladi xolos. Firmaga bog'liq bo'lmagan xarajatlarga ish haqi va soliqlar ham kiradi. Firma ish haqini o'z bilganicha pasaytira olmaydi, chunki bu ishga qabul qilish shartlarida oldindan belgilanadi. U bank foizini ham pasaytirishga qodir emas. Firma soliqni to'lashga majbur, u soliqni bekor qila olmaydi, uni pasaytirish ham qo'lidan kelmaydi. Xullas, xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar ikki guruhga bo'linadi:

Birinchisi, firmaga bog'liq omillar, bu ishlab chiqarish ko'lamini o'zgartirish, resurslarni tejab ishlatish;

Ikkinchisi, firmaga bog'liq bo'lmagan omillar, bularga resurslar narxi va soliqlar kiradi.

Xulosalar

1. Foyda olish maqsadida tadbirkorlikka qo'yilgan mablag' kapital bo'lib, bu individual yoki korporativ mulk hisoblanadi, tarkiban asosiy va aylanma kapitaldan iborat. Asosiy va aylanma kapital moddiy shakli, o'z qiymatini o'tkazishi, qaytadan tiklanish muddati jihatidan farqlanadi, ularning nisbati ishlab chiqarishning

texnikaviy darajasi, uni serkapital, sermehnat yoki serashyoviy bo‘lishiga bog‘liqdir.

2. Firmaning o‘z biznesiga qo‘ygan kapitali uning joriy xarajatlariga aylanadiki, bu uning tovar va xizmatlarni yaratish hamda ularni sotish uchun qilgan sarflaridan iborat, xarajat qilish foyda topishning shartidir. Xarajatlar tabiati jihatidan har xil bo‘ladi, ishlab chiqarish miqdori bilan bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar doimiy bo‘lsa, uning miqdori bilan bog‘liq xarajatlar o‘zgaruvchandir. Firma uchun u yaratgan tovarlar va xizmatlar qanchaga tushishini ularning birligini yaratishga ketgan xarajatlar, ya’ni o‘rtacha xarajatlar belgilaydi. Qo‘shimcha ishlab chiqarish uchun ketgan qo‘shimcha xarajatlar marjinal xarajatlar bo‘ladi.

3. Xarajatlar o‘zgarib turadi, bu esa resurslarning bozor narxiga, ularning tejalishiga, xarajatlar turlarining nisbatiga, nihoyat ishlab chiqarish ko‘lamiga bog‘liqdir. O‘rtacha xarajatlar miqdori mehnat unumdorligiga teskari mutanosiblikda bo‘ladi.

Tayanch tushunchalar

Kapital; asosiy kapital; aylanma kapital; amortizatsiya; xarajat; doimiy xarajat; o‘zgaruvchan xarajat; o‘rtacha xarajat; marjinal xarajat; xarajatlarga ta’sir etuvchi omillar.

IX bob. TADBIRKORLIKDA FOYDA VA ZARAR

9.1. Daromad va foyda

Firma yaratgan tovar va xizmatlar sotilgach, u daromadga ega bo'ladi.

Firma daromadi tovar va xizmatlarini sotilishi tufayli uning ixtiyoriga kelgan pul tushumidir.

Firma daromadi (D) 2 narsaga bog'liq.

Birinchisi, tovar va xizmatlarning **miqdori** (Q). Ikkinchisi, ularning **bozor narxi** (P). Firmaning daromadi bularning har ikkalasiga to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi. Tovar va xizmatlar miqdori (Q) qanchalik ko'p bo'lsa va ularning bozorda sotilish narxi (P) qanchalik yuqori bo'lsa, shunchalik daromad ko'p bo'ladi. Aksincha tovarlar oz bo'lib, ular narxi past bo'lsa, shunga qarab daromad ham oz bo'ladi. Daromadni aniqlash uchun tovarlar miqdori ularning narxiga ko'paytiriladi. Bunda D=Q*P hosil bo'ladi.

Tovarlar miqdori ishlab chiqarish ko'lamiga, ularning narxi esa bozorbopligiga bog'liq bo'ladi. Yirik firmalar ko'lami katta bo'lganidan ular daromadi ham katta bo'ladi. Aksincha kichik firmalar daromadi oz bo'ladi. Tovarlar narxiga kelsak bu ularning bozordagi xaridorlarning talabiga qanchalik to'la javob berishiga, aniqrog'i tovarning qadr-qiymatiga bog'liq bo'ladi. Demak, daromadni ko'paytirishning asosiy sharti bozorbop tovarlarni ko'plab chiqarishdir. Agar firma shunga erishsa, u tovarlarini yaxshi pullay oladi, tovariga talab yuqori bo'lganidan uni ishlab chiqarishni yana ham kengaytirish mumkin bo'ladi.

Daromadlar yalpi daromad, o'rtacha daromad va marjinal daromadlarga bo'linadi.

Yalpi daromad muayyan vaqtda, masalan bir yilda firmaning topgan jami daromadi bo'ladi, bu barcha tovarlar va xizmatlarni sotishdan kelgan pul tushumidan iborat.

Ilgari aytib o'tganimizdek bu tovarlar miqdorini bir tovar narxiga ko'paytmasidan iborat, ya'ni D=Q*P. Masalan, korxona yiliga 100 ming dona tovar chiqarib, uning har birini 1200 ming so'mdan sotadi. Bunda uning yalpi daromadi D=100 ming * 1200 ming =120 mlrd so'm bo'ladi.

Firmaning yalpi daromadini uni qancha tovar sotgani bilan taqqoslaganda o'rtacha daromad kelib chiqadi.

O'rtacha daromad ($D_{o'r}$) bu tovar birligini sotishdan kelgan pul tushumidir. Uni aniqlash uchun yalpi daromad (D_{ya}) sotilgan tovar-

lar miqdoriga (Q) bo'linadi. Oldingi misolga qaytsak, korxonaning yalpi daromadi 120 mlrd so'm bo'lib, sotgan tovarlari 100 ming dona edi.

Bunda: $D_{o'r} = \frac{D_{yal}}{Q} = \frac{12000000000}{100000} = 120000.$

O'rtacha daromad amalda sotilgan tovarning bozor narxiga teng bo'ladi, ya'ni D=P kelib chiqdi.

Iqtisodiyotda **marjinal daromad** (D_m) tushunchasi ham qo'llaniladi. Marjinal daromad qo'shimcha tovar birligini sotishdan kelgan qo'shimcha daromaddir. Uni aniqlash uchun tovarlarni sotishdan tushgan daromad – pul o'simi (ΔD) sotilgan tovarlar miqdorining o'simiga (ΔQ) bo'linadi.

Bunda: $D_m = \frac{\Delta D}{\Delta Q}$ bo'ladi.

Yana misol olsak, korxona oldin 90 ming dona tovar sotishdan 100 mlrd so'm topgan edi. Keyin qo'shimcha 8 mingta tovar sotish natijasida uning daromadi 110 mlrd so'mga yetdi. Shu raqamlarni formulaga solsak, $D_m = \frac{110 \text{ mlrd} - 100 \text{ mlrd}}{98 \text{ ming} - 90 \text{ ming}} = \frac{10 \text{ mlrd}}{8 \text{ ming}}$ so'm kelib chiqadi.

Demak, qo'shimcha bitta tovar sotish 125 ming so'm bergan, oldin esa bu 100 ming so'm keltirgan edi. Demak, qo'shimcha 1 ta tovar sotish qo'shimcha 125 ming so'mga teng daromad bergan. Marjinal daromadning ortishi tovarni qo'shimcha ravishda chiqarish kerakligini bildiradi. Uning pasayishi esa ishlab chiqarishni qisqartirish kerakligini anglatadi, chunki qo'shimcha daromad kamayganidan qo'shimcha foyda ham kam olinadi yoki umuman olinmaydi. Ishlab chiqarish o'sib borishi uchun marjinal daromad ortib borishi kerak. Buni quyidagicha ifodalash mumkin: $D_m^a < D_m^b < D_m^c < D_m^d ... < D_m^n$.

Firmaning yalpi daromadi uning foyda olib ishlashini ta'minlashi kerak bo'ladi. Daromad hisobidan xarajatlar qoplanadi, bundan ortib qolgani esa foydani hosil qiladi.

Daromad keltirmaydigan ish bilan hech kim shug'ullanmaydi. Tadbirkorlikdan maqsad boy bo'lish, buning uchun esa foyda topish kerak. Foyda – mohiyatan tadbirkorga tegadigan daromad hisoblanadi.

Foyda bu kapital va tadbirkorlik faoliyati uchun ular sohibiga tegadigan pul mukofotidir.

Foydani nima yaratadi? Foyda kapital va tadbirkorlik faoliyatining birgalikdagi mahsulidir. Firma egasi tadbirkorlik qilganda birinchidan o'z ishiga kapitalini qo'yadi, ikkinchidan o'z qobili-

yatini ishga solib biznesni tashkil etadi, uni boshqaradi, ya'ni o'ta murakkab va mas'ul ish bilan shug'ullanadi, biznesda riskka boradi. Mana shuning uchun u foyda olishi kerak, aks holda u biznesni tashlab ketadi. Xullas, foydani birinchidan kapital, ikkinchidan tadbirkorlik faoliyati yuzaga keltiradi. Kapital va tadbirkorlik qobiliyati ishlab chiqarish omili hisoblangandan foyda shaklidagi daromadni yarata oladi. Biroq kapitalning bir qismi qarzga olinganda, foydaning bir qismi foizga aylanadi va pul egasiga tegadi. Ammo shunda ham tadbirkorlik qobiliyati yaratgan foyda kelaveradi.

Foyda tadbirkorlik daromadi, deb talqin etilganda tadbirkorning kapitali va uning qobiliyati keltirgan daromad tushuniladi.

Foydaning o'zi ikki qismdan iborat bo'ladi.

Birinchisi, me'yordagi foyda bo'lib, tadbirkorlik qobiliyati mahsulidir. Shu sababli u tadbirkorga albatta tegishi kerak, chunki bu uning mehnatiga beriladigan mukofotdir. Bu foyda ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida bo'ladi, chunki bu mehnat haqini tashkil etadi. Mehnat haqi, birinchidan, me'yordagi foyda sifatida tadbirkorga tegsa, ikkinchidan, ish haqi bo'lib yollanib, ishlovchilarga tegadi. Bularning har ikkalasi sarf bo'lganidan xarajatlarga kiritiladi. Shu sababli, tovarlar xarajatga teng narxda sotilganda ham tadbirkor foyda oladi. Me'yordagi foyda hech bo'lmaganda yuqori malakali ishchi yoki mutaxassis ish haqi darajasida bo'lishi kerak, aks holda tadbirkorlik qilgandan ko'ra yollanib ishlagan ma'qul bo'ladi. Aksioner jamiyatlarida boshqarish vazifasi kapital egalaridan soqit etilib, boshqaruvchi mutaxassislar – menejerlarga beriladi. Shunday sharoitda me'yordagi foyda menejerlarga maosh shaklida tegadi, bu ham xarajat tarkibiga kiradi.

Ikkinchisi, **iqtisodiy foyda** bo'lib, bu daromadning xarajatlardan ortib qolgan qismiga teng bo'ladi. Iqtisodiy foydani kapital yaratganidan bu kapital sohiblariga tegishi tabiiydir. Kapital sohiblari yakka puldorlardan va ulushchi puldorlardan iborat. Yakka puldor individual tadbirkorlik qilganidan o'z kapitaliga tegadigan iqtisodiy foydani o'zi oladi. Agar uning firmasidagi kapitalning bir qismi qarzga olingan bo'lsa, iqtisodiy foydaning bir qismi foiz shaklida qarz beruvchiga tegadi. Bordi-yu firma kapitali korporativ xarakterda bo'lsa iqtisodiy foyda ko'pchilikdan iborat kapital sohiblari – aksionerlarga dividend shaklida tegadi.

Omad foydasi ham bor. Bu iqtisodiy foydaning bir ko'rinishi, lekin bu ikki xususiyatga ega:

Birinchidan, omad foydasi ustama foyda sifatida firmaga bog'liq bo'lmagan holda, bozor narxlarining kutilmagan holda ortishi tufay-

li paydo bo‘ladi. Narxlar pasaygach yo‘q bo‘lib ketadi. Demak, bu o‘tkinchi xarakterda bo‘ladi. Masalan, 2004- va 2005-yillarda neft narxining kutilmagan holda ortishi neftni eksport qiluvchi kompaniyalarga (bular jumlasiga Rossiya va Qozog‘iston kompaniyalari ham kiradi) omad foydasini keltirdi.

Ikkinchidan, omad foydasini hamma firmalar emas, balki omadi chopgan firmalar oladi. Neft narxining oshishidan hosil bo‘lgan omad foydasini faqat neft kompaniyalari olgan, u boshqalarga tegmagan.

Omad foydasi o‘tkinchi xarakterda bo‘lib muqim olinmaganidan firmalar uni mo‘ljalga olmaydilar, boriga baraka, deb odatdagi iqtisodiy foydani oshirishga intilishadi.

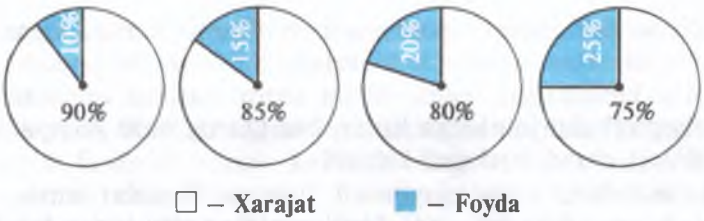
Iqtisodiy foydani (F_i) aniqlash uchun yalpi daromaddan (D_{ya}) yalpi xarajatlar (W_{ya}) chegirib tashlanadi. Bunda $F_i=D_{ya}-W_{ya}$ hosil bo‘ladi. Agar kichik firmaning daromadi 2200 mln so‘m bo‘lib, xarajati 1900 mln so‘m bo‘lsa, uning foydasi 300 mln so‘mni tashkil etadi (2200-1900=300). Foyda firma daromadi tarkibida bo‘ladi. Daromad, birinchidan, xarajatlarni qoplasa, ikkinchidan, foyda keltiradi. Foydaning oz-ko‘p bo‘lishi faqat daromadga emas, balki xarajatga ham bog‘liqdir.

Iqtisodiy foydaning miqdori daromadga to‘g‘ri mutanosiblikda, xarajatga nisbatan esa teskari mutanosiblikda bo‘ladi.

Daromad hisobidan foyda ortishi uchun tovarlar va xizmatlar yuqori narxda sotilishi kerak, aks holda daromad ko‘paymaydi. Shu jihatidan olganda, foyda tovarlar narxiga ham to‘g‘ri mutanosib deb aytish mumkin. Foyda va xarajat daromad tarkibidagi ikki miqdoriy qiymat bo‘lganidan ulardan birining ortishi ikkinchisining qisqarishini bildiradi. $D_{ya}=W_{ya}+F_i$, deb olsak va bu $D_{ya}=1200+300$ bo‘lsa, 1200 ning 1000 gacha qisqarishi 300 ning 500 ga qadar ortishini bildiradi. Aksincha, 300 ning 200 ga qadar qisqarishi 1200 ning 1300 ga qadar ortishini bildiradi.

Firma foydani ko‘p olishi uchun bozor ko‘taradigan tovarlarni ko‘plab chiqargan holda ularning xarajatini pasaytirib borishi kerak bo‘ladi. O‘rtacha xarajatlar narxdan qanchalik kam bo‘lsa, shunchalik foyda katta bo‘ladi. Bu $W_{o‘r}<P$ bo‘lishini bildiradi. Xarajat bilan narxning musbat farqi qanchalik katta bo‘lsa, shunchalik foyda ko‘p olinadi. Foyda muttasil ko‘payib borishi uchun bu farq ortib borishi kerak, ya’ni $(P-W_{o‘r})<(P-W_{o‘r})_2<(P-W_{o‘r})_3<...<(P-W_{o‘r})_n$ va hokazo bo‘lishi zarur.

Shunday bo‘lganda daromad tarkibida foydaning hissasi ortib boradi. Buni quyidagi tasvirda ko‘rish mumkin (9.1-rasm).



9.1-rasm. **Xarajat va foyda hissasining o‘zgarishi**

Xarajatlar o‘zgarmagan holda tovar narxining oshishi daromadni ko‘paytirish orqali foydani oshiradi. Narx o‘zgarmagan holda xarajatlarning pasayishi ham foydani oshiradi, chunki narxning tarkibida foydaning hissasi ortadi. Demak, foydani ko‘paytirish uchun xarajatlarni minimumlashtirish kerak va bunga mehnat unumdorligini oshirish orqali erishiladi.

Mehnat unumdorligining ortishi xarajatlarni pasaytirganidan foydani ko‘paytirish omiliga aylanadi.

Unumdorlikni oshirish uchun, o‘z navbatida mehnat va moddiy resurslarni tejovchi ilg‘or texnologiyani qo‘llash, ishlovchilar malakasini muttasil oshirib borish, mehnatni rag‘batlantirish, boshqarishning yangi usullarini qo‘llash talab qilinadi.

Biznesda foydadan tashqari renta ham bo‘ladi, u yer resurs sifatida ishlatilgan joyda yuzaga keladi. Renta yerni ishlatishdan topilgan foydaning bir qismi bo‘lib, uni yer egasi oladi. Yer noyob resurs sifatida mulkdorlar tomonidan egallab olinadi. Yerni ishlatish uchun egasiga uning haqini to‘lash zarur bo‘ladi. Bu rentani yuzaga keltiradi. Rentaning manbayi yer beradigan foydadir. Lekin, bu foyda yerni ishlatuvchi tadbirkor bilan uning egasi o‘rtasida taqsimlanib, uning bir qismi tadbirkor foydasiga aylansa, boshqa qismi yer egasiga renta bo‘lib tegadi. Renta yerga mulk beradigan daromad hisoblanadi. Rentaning miqdori yerning sifatiga, ya’ni tuproqning hosildorligiga, yer uchastkasining qayerda (yaqin yoki uzoqda) joylashuviga, yerda turli kommunikatsiyaning (kanallar, ko‘llar, elektr va gaz ta’minoti shoxobchalari, ichimlik suv ta’minoti, aloqa vositalarining) mavjudligiga bog‘liq bo‘ladi. Yer g‘oyat muhim va qat’iyan cheklangan resurs bo‘lganidan unga talab oshib boradi, chunki dehqonchilik, undirma sanoat, uy-joy, yo‘l-transport qurilishi kengayib boradi. Biroq yerni yangidan yaratib bo‘lmaydi va shu sababli yer taklifi mutlaqo noelastik bo‘ladi, ya’ni talab qanchaga oshmasin, uning taklifi o‘zgarmay turaveradi. Bu talab ta’sirida rentaning tinimsiz o‘sib borishiga olib keladi. Ayniqsa, bu

yirik shaharlarda yaqqol kuzatiladi. Amalda renta to'lovi yer xususiy mulk bo'lgan joyda ijara haqi shakliga kiradi, u davlat mulki bo'lgan joyda esa yer solig'i shaklini oladi. O'zining aniq shaklidan qat'iy nazar renta yer o'zining egasiga keltirgan mulkiy daromadligicha qolaveradi.

9.2. Rentabellik

Tadbirkorlikning naqadar foyda keltirishi ikki xil yo'l bilan aniqlanadi. Birinchisi, foydaning umumiy miqdorini, ya'ni uning massasini aniqlash. Bunda oldin aytganimizdek daromaddan xarajatlar chegirilib tashlanadi, qoldiq yalpi foyda bo'ladi. Biroq bu firmaga tekkan foyda emas, chunki uning bir qismi soliq to'lashga ketadi. Yalpi foydadan firma bank krediti uchun foiz kam to'laydi. Shu ikki chegirmadan so'ng qolgan foyda sof foyda bo'lib, firmaning o'ziga tegadi. Foydaning hajmi yoki absolut miqdori firmaning baquvvatligini ko'rsatadi. Bu firmaning ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'ladi. Yirik firmada foyda miqdori ko'p bo'ladi, chunki kapitalning o'zi katta. Kichik firmada aksincha foyda oz bo'ladi, chunki kapitalning o'zi kichik. Kapitallar teng sharoitda foydaning massasi foydalilik darajasiga bog'liq bo'ladi. **Foydalilik darajasi** – bu foyda ko'rish me'yori bo'lib, rentabellik, deb yuritiladi.

Rentabellik tadbirkorlik faoliyati unga qilingan sarfga nisbatan naqadar foyda keltirishi bo'lib, uning samaradorligini bildiradi.

Bu foydalilikning nisbiy ko'rsatkichi bo'ladi, chunki buning mutlaq ko'rsatkichi yuqorida qayd etilgan yalpi foyda miqdori hisoblanadi. **Rentabellik foyda normasi (R),** deb ham yuritiladi. Bu foydani kapitalning miqdoriga yoki joriy sarf-xarajatlarga taqqoslab aniqlanadi

Rentabellik – mikroiqtisodiy, ya'ni korxona miqyosidagi iqtisodiy faoliyatning samaradorligidir. Rentabellik korxona erishgan yakuniy moliya natijalarini umumlashgan tarzda ifodalaydi, ammo bu natijalarning o'zginasi emas, balki ularni qilingan sarf-xarajatlarga qiyoslagan holda baholanishidir. Shu sababli rentabellik korxona faoliyatining moliyaviy natijasini bilishda qo'llaniladigan asosiy ko'rsatkich hisoblanadiki, bu foyda olib ishlanganligini bildiradi. Foyda o'rniga zarar ko'rilgan joyda rentabellik bo'lmaydi. Binobarin, korxona faoliyati rentabel va norentabel bo'lishi mumkin. Rentabellik korxona darajasida xarajatdan nima natija olinganligini bildiradi. Xarajatlar turlicha bo'lgani holda natija yagona bo'ladiki, bu korxonaga tekkan foydadan iborat. Sarflar mazmunan har xil bo'lganidan, ular qanday natija berganligini bilish uchun

rentabellikning turlicha ko'rsatkichlari qo'llaniladi, ulardan asosiylari 2 ta hisoblanadi:

1. **Ishlab chiqarish rentabelligi (R_k).** Bunda korxona ixtiyoridagi kapitalning bir qismi bo'lgan asosiy (K_{as}) va aylanma (K_{ay}) kapital qiymati korxonaga tekkan foyda (F_s) bilan solishtirilib ko'riladi. Bunday hisoblash formulasi:

$$R_K = \frac{F_s}{K_{as} + K_{ay}} * 100.$$

2. **Mahsulot rentabelligi.** Bu korxonada u yoki bu mahsulot turini ishlab chiqarish korxona uchun naqadar foydali ekanligini bildiradi. Uni (R_M) aniqlash uchun muayyan mahsulot sotishdan tekkan sof foyda (F_s) shu mahsulotni sotishdan kelgan tushum (D_t) bilan qiyoslanadi, ya'ni:

$$R_M = \frac{F_s}{D_t} * 100.$$

Bu ko'rsatkich korxonaning oqilona tanlovi uchun xizmat qiladi. Shunga ko'ra, korxona foydani ko'p olish uchun qanday turdagi mahsulot ishlab chiqarish zarurligini hal qiladi.

Rentabellikning yordamchi ko'rsatkichlari jumlasiga xarajat rentabelligi, qarz kapitalining rentabelligi, asosiy kapital rentabelligi, aylanma kapital rentabelligi, investitsiya rentabelligi kiritiladi. Foydani maksimumlashtirish rentabellikni oshirishni bildiradi va bunga quyidagi yo'llar bilan erishiladi:

1. **Ishlab chiqarishni restrukturizatsiyalash yoki diversifikatsiyalash.** Bunda bozor talab qilgan, ya'ni xaridorgir tovarlarni ishlab chiqarish yuz beradi. Shunday bo'lganda tovarlar to'xtovsiz va yaxshi sotilib, korxonaga kelgan tushum ortadi, foyda ko'payib rentabellik ham ortadi. Shu sababli ishlab chiqarishni modernizatsiyalab (yangilab), bozorbop tovarlar bilan eski tovarlarni almashtirib borish, mavjud tovarlarni talabga javob beradigan darajada takomillashtirib turish, uning sifatini oshirish talab qilinadi.

2. **Resurslarni tejab-tergab ishlatish.** Bu joriy xarajatlarni kamaytirishni bildiradi. Bunga resurslarni arzon narxda xarid qilish va mahsulot birligiga ketadigan ular sarflarini kamaytirish orqali erishiladi. Resurslarni tejash uchun mehnat unumdorligi muttasil oshirib boriladi.

3. **Kapital tarkibini takomillashtirish.** Bu jami kapital tarkibida ishlab chiqarishga bevosita xizmat qiluvchi kapitalning, tez aylanib turuvchi kapitalning hissasini oshira borib uning tejamkor texnik vositalarda moddiylashuvini talab qiladi.

4. **Mehnat motivatsiyasini kuchaytirish**. Bu ishchi va xizmatchilar mehnatini rag'batlantirish orqali ularning tejamkor bo'lishga, mehnat unumdorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilashga intilishini yuzaga keltiradi.

Rentabellik boshqarilib boriladi, buning uchun rentabellikni oshirishga xizmat qiluvchi omillar harakatga keltiriladi, rentabellikning pasayib ketishiga yo'l bermaslik choralari ko'riladi. Shu maqsadda rentabellik **monitoringi** olib boriladi, ya'ni u tahlil etiladi va kuzatilib boriladi.

Yuqorida aytilgan usullar yordamida ishlab chiqarish rentabelligi hisoblab chiqiladi.

Firma foydani ko'p olishi uchun nimani ishlab chiqarish rentabelliroq bo'lishi aniqlanadi. Buning uchun muayyan turdagi mahsulot unga ketgan xarajatlarga nisbatan qancha foyda keltirishi hisoblab chiqiladi.

Turli mahsulotlar rentabelligini taqqoslab, foyda topishdagi iqtisodiy tanlovga boriladi, ya'ni firma nimani ishlab chiqarish ko'proq foyda bersa, shunga qo'l uradi.

Masalan, tikuvchilik firmasi 3 xil mahsulot chiqara oladi, bular plash, palto va kurtka. Bitta plash chiqarish xarajati 200 ming so'm, uni sotishdan kelgan foyda 50 ming so'm, palto xarajati 500 ming so'm, u bergan foyda 100 ming so'm, nihoyat kurtka chiqarish 300 ming so'm, undan kelgan foyda 90 ming so'm. Yuzaki **qaraganda** palto tikish ma'qul bo'ladi, chunki eng ko'p foyda olinadi (100>90>50). Xarajatlar bilan taqqoslasak, kurtka tikish qulayligini ko'ramiz. Kurtka rentabelligi 30 % ($\frac{9}{30} * 100 = 30$), plashniki 25 % ($\frac{5}{20} * 100 = 25$), nihoyat paltoniki 20 % ($\frac{10}{50} * 100 = 20$).

9.3. Foydani maksimumlashtirish

Tadbirkorlik maqsadi foyda bo'lar ekan, uni maksimumlashtirishga intilmaydigan firma bo'lmaydi. Firma qisqa vaqtda oz foyda bilan qanoatlanishi mumkin, lekin uzoq davrda, u foydani maksimumlashtirishga, ya'ni imkon boricha ko'p olishga intiladi. Bunga intilmagan firma tez rivojlanib va boyib keta olmaydi. Foydani maksimumlashtirish, uning normasini, ya'ni rentablellikni oshirishni va kapitalni ko'paytirib ishlab chiqarish ko'lamini kengaytirishni talab qiladi.

Foydaning maksimumlashtirilishi rentabellik darajasi va kapital miqdoriga to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi.

Biroq buning o‘z sharti bor. Ma’lumki, erkin bozor bilan bog‘langan firma u yerda narxni o‘zgartira olmaydi, balki buni bor, deb qabul qiladi, chunki narxni firma xohishidan qat’iy nazar bozordagi talab-taklif belgilaydi.

Firma bozordagi narx bilan hisoblashgan holda foydani ko‘paytirishi mumkin. Buning uchun u mahsulotni bozor qabul qiladigan miqdorda chiqarishi va xarajatni pasaytirishi talab qilinadi. Foyda olish uchun o‘rtacha xarajatlar narxdan past bo‘lishi kerak, ya’ni $W_{o‘r}<P$ bo‘lishi talab qilinadi, chunki foyda narx bilan xarajatlarning farqlanishidan kelib chiqadi. Shunga binoan firma shunday miqdorda ishlab chiqarishi kerakki, bu farq eng katta bo‘lsin. Buni tushunish uchun jadvalni tahlil etamiz (9.1-jadval).

Jadvalga qarasak, narx (P bilan marjinal daromad (D_m) tengligini, ya’ni 40=40 ekanligini ko‘ramiz. Ishlab chiqarish ko‘payishi bilan jami daromad oshgan, lekin mahsulot chiqarish 4 birlikka yetguncha foyda manfiy bo‘lgan, ya’ni zarar ko‘rilgan.

9.1-jadval

Firmaning qisqa muddatli daromadlari va xarajatlari[9]

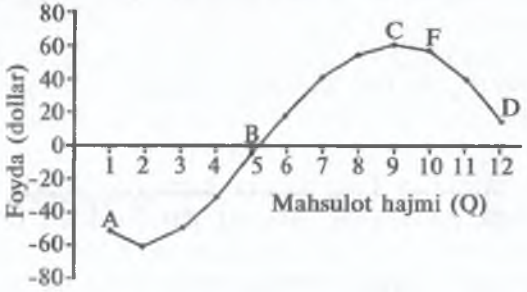
Mahsulot chiqarish hajmi, dona	Bir mahsulot narxi, doll	Jami daromad, doll	Jami xarajat, doll	Foyda, doll	Marjinal xarajat, doll	Marjinal daromad, doll
1	40	40	100	-60	50	40
2	40	80	128	-48	28	40
3	40	120	148	-28	20	40
4	40	160	162	-2	14	40
5	40	200	180	20	18	40
6	40	240	200	40	20	40
7	40	280	222	58	22	40
8	40	320	260	60	38	40
9	40	360	305	55	45	40

Shundan so‘ng foyda ko‘rilgan va mahsulot chiqarish 7 birlikka yetganda foyda maksimumlashgan, u 8 birlikka yetganda ham bunday holat saqlangan. Bu yerda marjinal xarajat va narx bir-biriga g‘oyat yaqin turgan (38 va 40). Bundan xulosa shuki, marjinal xarajat (W_m) va narx (P) tenglashganda, ya’ni $W_m=P$ hosil bo‘lganda foyda maksimumlashadi. Xuddi mana shunday holatda o‘rtacha xarajat bilan narx o‘rtasidagi farq maksimumga chiqadi.

[9] *Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд.* Микроиқтисод. Т.: 2002, 197-бет.

Bizning misolimizda mahsulot chiqarish 7 birlikka yetganda o‘rtacha xarajat 31,7 bo‘lgan (222:7=31,7), bundan avval u 33,3 (200:6=33,3) bo‘lgan, so‘ngra 32,5 (260:8=32,5) bo‘lgan. Mahsulot 9 taga yetishi bilan xarajat orta boshlagan. U dastlab 33,6, so‘ngra 36,0 va nihoyat 40,0 bo‘lgan. Jadval raqamlarini chizmaga ko‘chirsak, u quyidagi shaklda bo‘ladi (9.2-rasm).

Chizmaga binoan firma AB oralig‘ida zarariga ishlagan, keyinchalik B nuqtadan boshlab foyda olgan. C nuqtada foyda cho‘qqisiga chiqqan. So‘ngra u kamayishga moyil bo‘lgan (F, D nuqtalari).



9.2-rasm. **Foyda miqdorining o‘zgarishi**

Foyda kamaya boshlagan chog‘da uni oshirish choralari ko‘riladi va bu uzoq davrda yuz beradi. Buning uchun qo‘shimcha kapital sarflab, yangi texnologiya joriy etiladi, yangi ashyoviy materiallar qo‘llaniladi, tejamkorlik rag‘batlantiriladi.

Pirovard natijada bu qaytadan foydani oshiradi, chunki xarajatlar pasayib, ular bilan narx o‘rtasidagi farq kattalashadi, avval marginal xarajatlar narxga yaqinlashib boradi, so‘ngra u bilan tenglashadi. Firma foydaning pasayish bosqichidan uning ortishi bosqichiga o‘tadi. Uzoq davrda foyda maksimumlashganda uning miqdori yil sayin ortib boradi. Buni $F_1<F_2<F_3...<F_n$, deb tasvirlash mumkin.

9.4. Zarar ko‘rish va bankrotlik

Firmalar faoliyatida foyda topish bilan bir qatorda zarar ko‘rishi ham uchrab turadi. Zarar ko‘rishning sabablari ikkiga bo‘linadi. Birinchisi, ichki sabablar bo‘lib, bular firmaning o‘ziga bog‘liq. Ikkinchisi, tashqi sabablar, bular firma faoliyatidan kelib chiqmaydi. Bularning oldini olishga firma ojizlik qiladi.

Ichki sabablarga kerakli tovarlarni o‘z vaqtida chiqarib bozorga yetkazib bera olmaslik va xarajatlarni oshirib yuborish kiradi. Firma bozorbop yangi tovarlarni chiqara olmaganida eskilarining nafliligi past bo‘ladi, ularni bozor ko‘tarmay qo‘yadi, ya’ni tovarlarning narxiga nisbatan sifati past bo‘lganidan ularni bozor ma’qul topmaydi, natijada bozor kasod bo‘lib narx tushadi. Shunga binoan daromad qisqarib ketadi, o‘rtacha xarajatlar o‘zgarmay qolgan taqdirda ham narx ulardan pasayib ketganidan zarar ko‘riladi. Bunda $P>W_{o‘r}$ o‘rniga $P<W_{o‘r}$ hosil bo‘ladi. Albatta zararga birdan o‘tilmaydi, avval foyda qisqarib, u nollashadi, ya’ni o‘rtacha daromad xarajatga teng bo‘lib qoladi hamda $D_{o‘r}=W_{o‘r}$ kelib chiqadi. So‘ngra daromad qisqarishda davom etib, u xarajatdan ham past bo‘lib qoladi. Daromad va xarajat o‘rtasidagi farq manfiy bo‘lganda zarar paydo bo‘lsa, bu farq musbat bo‘lganda esa foyda olinadi.

Firmaning zarar ko‘rishini xarajatlar ortib ketishi ham yuzaga keltiradi. Bunda daromadlar o‘zgarmasada, xarajatlar tez o‘zgarganidan ular orasidagi farq tobora kamayib boradi va ular yo‘q bo‘lganda foyda nollashadi. Xarajat daromaddan ortib ketganda zarar ko‘riladi. Aytilgan ikki omildan birinchisi, ya’ni narxning pasayishi asosiydir, chunki firma xarajatlarni nazorat eta oladi, ammo narxlarga ta’sir eta olmaydi. Ular firma xohishidan qat’iy nazar bozor kuchlari ta’sirida shakllanadi. Tashqi omillar firma ixtiyorida bo‘lmaganidan, ular kutilmagan kuchlar hisoblanadi. Bular jumlasiga bozor narxining birdan o‘zgarishi, firmaga tashqaridan beriladigan yordamning to‘xtatilishi, nihoyat soliqlarning oshib ketishi kiradi. Bozorda resurslarning jiddiy qimmatlashuvi xarajatlarning ortishiga olib keladi. Davlat firmaga beradigan subsidiya to‘xtatilsa yoki xarajatlarni shakllantiruvchi soliqlar oshirilib yuborilsa tovarlar firmaga qimmatga tushadi. Tovar narxi shunga qarab o‘zgarmagani uchun uni sotishdan kelgan tushum xarajatlarni qoplashga yetmay qoladi.

Ichki yoki tashqi sabablar tufayli firmaning **qaytmas**, ya’ni hech bir **qoplanmaydigan** xarajatlari paydo bo‘lsa, bular ham zararga olib keladi. Masalan, firma yangi sex qurish uchun uning loyihasini ishlab chiqishga 5 mln so‘m sarfladi, lekin u sexni qurish uchun pul topa olmadi. Agar sex ishga tushirilganda edi, bu yerda yaratilgan tovarlardan kelgan daromad loyiha xarajatini qoplagan bo‘lar edi. Ammo bu yuz bermaganidan loyihaga ketgan 5 mln so‘m zararga yoziladi.

Zararga duch kelish korxonaning darhol yopilishi emas, uning yopilish yoki yopilmasligi zararni qoplash imkoniyatiga bog‘liq. Doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlarning qoplanishi bir xil emas, kor-

xona ishlamagan taqdirda ham doimiy xarajat ketaveradi. Biroq o'zgaruvchan xarajat qilish to'xtaydi. Doimiy xarajatni qarz hisobidan qoplash mumkin bo'lsa va ishlab chiqarishni davom ettirish hisobidan o'zgaruvchan xarajatlar qoplansa firma saqlanib qoladi. Zarar me'yoridan oshib ketib bankrotlik real bo'lganda firma tugatiladi.

Firmaning **tugatilishi – yopilishi** uning sotib yuborilishi yoki boshqa firmaga qo'shilib ketishini bildiradi. Bu esa bankrotlik.

Bankrotlik – firma ixtiyoridagi o'zining moddiy va pul mablag'lari uning boshqalar oldidagi to'lov majburiyatlarini berishga yetmay qolishi natijasida yopilib ketishidir.

Bankrotlik yuz berishi tabiiy bir xol, chunki raqobatda qo'lidan ish kelgan tadbirkorlar yutib chiqadi, uquvsizlar yutqizadi. Shu taxlitda iqtisodiy tanlov yuz berib, iqtisodiyot ishbilarmonlar qo'liga o'tadi. Bankrotlik firmaning bozordan chiqib ketishini bildiradi, biroq uning o'rniga boshqalari bozorga kirib keladi. Shu sababli firmalar soni o'sib boradi.

9.5. Tadbirkorlik riski

Tadbirkorlik yo'li ravon yo'l emas, uning o'nqir-chunqir, qin-g'ir-qiyshiq joylari ham bo'ladi. Unga duch kelgan tadbirkorlar qoqilib-suqilib turadi. Bu tadbirkorlikda xavf-xatar borligidan darak beradi, unga yo'liqib undan xoli bo'la olmagan tadbirkorlar bankrot bo'ladilar. Tadbirkorlikda risk degan narsa borki, unga yo'liqqanlardan biri kuchli bo'lganidan butun chiqadi, boshqasi zaifligi tufayli mayib bo'ladi. Risk o'zi nima?

Tadbirkorlik riski – bu firmaning ko'zlagan maqsadiga erishish yo'lida u duch keladigan iqtisodiy xavf-xatardir. Firmaning maqsadi ko'proq foyda olish. Biroq firma bunga xalaqit beruvchi omillarga duch keladi, natijada maqsadiga erisha olmaydi, demak u yo'liqadigan risk muqarrar hodisa. Hech kim riskni chetlab o'ta olmaydi, chunki bu bozor iqtisodiyotiga xosdir.

Tadbirkorlik qiluvchilar va iste'molchilar g'oyat ko'pchilik bo'lib xususiy mulk ularni alohidalashtirib, bir-biridan ajratadi. Shu sababli, bozor ishtirokchilari oldindan bir-biri bilan nima qilishini kelishib olmaydi. Ulardan har birining qanday harakat qilishini bozordagi o'zgarishlar belgilab beradi. Kim to'g'ri ish qilgani yoki qilmagani bozorda ma'lum bo'ladi. Kim to'g'ri ish qilgan bo'lsa bozori chaqqon bo'ladi, noto'g'ri qilgan bo'lsa bozori kasod bo'ladi. Shu sababli firma bozordan keladigan narx signaliga qarab ish ko'radi, ya'ni narx oshsa tovarni ko'paytiradi, u pasaysa tovarni

kamaytiradi. Bozor ishtirokchilari qabul qilgan signal-axborot har doim ham haqqoniy bo'lavermaydi, chunki bozorda noaniqlik mavjud.

Bozor axboroti ikki xil bo'ladi:

1. **Simmetrik axborot.** Bunday axborot bozordagi vaziyatni to'la aks ettiradi, ya'ni u to'laroq bo'ladi. Masalan, bozor signali narxning ortib borishi haqida xabar beradi, ya'ni muayyan tovar birligi narxi $P_1<P_2<P_3<...<P_n$ va hokazo bo'ladi. Bu darhaqiqat bozorda talab oshib borishini bildiradi. Shunga binoan ish ko'rgan firma xatarga umuman yo'liqmaydi yoki oz yo'liqadi;

2. **Asimmetrik axborot.** Bu to'la-to'kis bo'lmagan, binobarin bozordagi vaziyatni borligicha aks ettirmaydigan axborot. Bunga binoan ish ko'rgan firma shubhasiz katta xavf-xatarga yo'liqadi. Oldingi misolga qaytsak narxning oshishi haqidagi signal bozordagi o'tkinchi vaziyatni aks ettirganidan noaniqlikka yo'l beradi. Narx qancha vaqt ichida oshib borishi va $P_1<P_2<P_3<...<P_n$ shaklida bo'lishi, so'ngra u birdaniga keskin kamayib ketishi va $P_1>P_2>P_3>...>P_n$ shakliga kirishi mumkin. Bunda so'nggi narx amalda past bo'ladi, ya'ni $P_n<P_1$ hosil bo'ladi. Shunday noaniq axborotga qarab ishlagan firma riskka duch keladi, chunki u narxni oshib boradi, deb tovarni ko'plab chiqaradi, lekin narx tushib ketganidan tovarlar sotilsa-da foyda kam olinadi yoki zarar ko'riladi. Asimmetrik axborot resurslar bozoriga ham oid bo'ladi. Mavjud axborotga tayanib firma xomashyo qimmatlashadi deb uni ko'p sotib olishi mumkin. Biroq amalda xomashyo narxi o'zgarmasligi va hatto tushib ketishi mumkin. Shunda raqobatchilardan xomashyoni arzonga olganlari tovar narxini pasaytirishi mumkin, bu bozor narxini tushurib yuboradi. Xomashyoni qimmatga olgan firma o'z tovarini bozor narxida sotishga majbur bo'lganidan u xomashyoning so'nggi va oldingi narxidagi farqqa teng miqdorda (P_2-P_1) foydani yo'qotadi.

Asimmetrik axborot raqobatchilar va davlatning xatti-harakatlariga ham oid bo'ladi. Firma soliqlar o'zgarmasligini inobatga olib ish yuritishi mumkin, amalda soliq oshishi mumkin. «A» firma raqiblar tovar narxini tushiradi, deb o'ylashi mumkin va shunga ko'ra o'z narxini pasaytiradi hamda tovarlarni sotib yuboradi. Aksiga olib raqiblar payt poylab tovarni sotmay turadilar («A» firma tovari tugagach narx oshadi, chunki taklif qisqaradi) va tovarlarini qimmatiga sotadilar.

Risk firma faoliyatining turli jabhalarida yuz berganidan u turlicha bo'ladi:

1. **Ishlab chiqarish riski.** Bunda firma mo'ljallangan miqdordagi va turdagi tovarlarni ishlab chiqara olmay qoladi.

2. **Tijorat riski.** Bunda firma o'zi mo'ljallagan miqdorda va narxda hamda o'z vaqtida tovarlarini sota olmay qoladi, natijada uning pul tushumlari aytganidek bo'lmaydi.

3. **Moliya riski.** Bu ko'zlangan miqdordagi foydani olmasdan, belgilangan rentabellikka erisha olmay qolishi yoki foyda o'rniga zarar ko'rishdir.

9.6. Tadbirkorlik riskini boshqarish

Riskning muqarrarligi uning oldini olish yoki cheklash mumkin emas degan gap emas. Hamma narsa riskni firma qanday boshqara olishida qolgan. Riskning naqadar boshqarilib turishi firmalarning unga qanday munosabatda bo'lishlariga bog'liq. Bu munosabat esa 3 xil:

1. **Riskka moyillikning bo'lmasligi yoki riskni xohlamaslik.** Bunda firma katta riskli, lekin yuqori daromad olish o'rniga riski kam yoki umuman riski yo'q, ammo past bo'lsa-da, barqaror daromad olishni afzal ko'radi. Firmalar risk o'rniga ehtiyotkorlikka ko'proq moyil bo'ladilar. Masalan, «A» firma bir ish bilan shug'ullanib, 100 ming dollarlik kapitaliga xotirjam va bemalol 20 ming dollar foyda ko'radi. Lekin, firma riskka borib boshqa ish qilsa, 30 ming dollar foyda topishi mumkin. Biroq qo'shimcha olinadigan 10 ming (30-20=10) dollarlik foyda noaniq, chunki bunda risk bor, shu sababli u bo'lmasligi ham mumkin. Firma riskka bormaganda u qo'shimcha foydadan (10 ming dollar) voz kechadi. Odatda mayda firmalar riskka moyil bo'lmaydi, chunki riskka duch kelish bor-yo'g'idan ajralib, bankrot bo'lishga olib kelishi mumkin.

2. **Riskka befarq bo'lish.** Bunda firmalar riskning bor-yo'qligini yoki katta-kichikligini inobatga olmay o'z ishini davom ettiradilar. Bu yerda firmalar «bo'lsa bo'lar, bo'lmasa undan nari» degandek yo'l tutadilar, bozor bergan foydani boricha qabul qilib, shu bilan qanoatlanadilar. Masalan, «B» firma riskka borib yangi modeldagi tovarni chiqarsa, bundan 2 mln dollar foyda ko'radi, agar risk bo'lmasa 1,5 mln dollar foyda olishi mumkin. Firma har ikkala ehtimolni nazarda tutmaydi, bozor nima bersa shuni oladi, ya'ni u 1,5 mln dollar foydani boriga baraka, deb qabul qiladi. Binobarin firma marjinal foydaga befarq qaraydi.

3. **Riskka borish.** Bunda firma riskli ishga qo'l uradi, riskning borligini bila turib foydani ko'paytirish maqsadida bunga boradi. Bu yerda risksiz, lekin oz foydaga nisbatan riskli bo'lsa-da, ko'p bo'lishi

kutiladigan foyda afzal ko'riladi. Riskka boruvchi firmada o'z faoliyatining marjinal nafliligi, ya'ni qo'shimcha olinadigan daromadning nafliligiga katta e'tibor beriladi. Bunda so'nggi daromad oldingisidan ortiq bo'ladi. So'nggi va oldingi daromad o'rtasidagi farq qanchalik katta bo'lsa, shunchalik ko'p foyda olinadi, biroq bu ishning riski ham o'ziga yarasha bo'ladi. Riskka borish – bu tavakkalikga yo ostidan, yo ustidan deganlaridek qaltis ishga qo'l urishdir. Ustidan chiqqanda foyda ko'payadi, ostidan bo'lganda u kamayadi va hatto zarar ham bo'ladi. Xalqimiz orasidagi «O'ychining o'yi bitguncha, tavakkalchining ishi bitibdi» degan gap ostida chuqur iqtisodiy mazmun bor, albatta. Nima bo'lganda ham riskka borish foydani maksimumlashtirish shartidir. Buning uchun qo'rqoq kurashga tushmaydi, degan qoidaga rioya etish tadbirkorlardan talab qilinadi. Birinchi misolga qaytsak «A» firma riskka bormay qo'shimcha 10 ming dollardan voz kechgan edi. Endi «C» firmani olsak, u 10 ming dollardan voz kechmay, uni olish uchun jon-jaxdi bilan kurashadi, tavakkalchasiga xatarga boradi, shu sababli u mukofotga sazovor bo'ladi.

Risk mukofoti bu riskka borgan chog'da kutiladigan foyda bilan riskka bormagan paytda olinadigan foyda o'rtasidagi farqdir. Masalan, firma kir yuvish mashinasini risk bilan chiqarganda 10 mln dollar foyda ko'radi. Agar u riskka bormay konditsioner chiqarishda davom etsa 8 mln dollar foyda ko'radi. Bunda risk mukofoti 2 mln dollarga teng (10-8=2), ya'ni riskka bormagan holda firma shu 2 mln dan voz kechgan. Bu esa shu pulni risk qiluvchi firmaga to'lash bilan barobar.

Foydani maksimumlashtirish uchun riskka borishga to'g'ri keladi, shu sababli tadbirkorlar riskni kamaytirishga intiladilar va bunga asosan to'rt yo'l bilan erishiladi:

1. **Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash.** Bunda kapital bir-biriga bog'liq bo'lmagan turli sohalarga joylashtiriladi. Bunda bir yerdagi yo'qotish boshqa yerdagi yutuq bilan qoplanib turadi. Masalan, uy elektr jihozlari chiqaruvchi firma pulini dazmol, isitgich, konditsioner, elektropech, kir yuvish mashinasi va ventilyator ishlab chiqarishga joylashtiradi. Bunda bordi-yu dazmol chiqarish beradigan foyda 0,5 mln dollarga kamayib ketsa, ventilyator chiqarishda foyda 0,5 mln dollarga oshib, yo'qotishning o'rnini qoplaydi. Kir yuvish mashinasini chiqarish esa foydani 0,5 mln dollarga oshiradi.

2. **Tadbirkorlik faoliyatini sug'urtalash.** Bunda firma ehtimoli bor yo'qotishni sug'urtalab qo'yadi. Masalan, fermer qurg'oqchilik yuz berganda 0,2 mln dollar yo'qotadi. Qurg'oqchilik borligini

inobatga olib, u bo‘lg‘usi hosilni sug‘urtalaydi. Agar qurg‘oqchilik bo‘lsa sug‘urta kompaniyasi yo‘qotilgan hosil qiymatining bir qismini to‘laydi. Yo‘qotish qisman qoplanganidan fermer riski kamayadi.

3. **Sherikchilik kapitalini hosil qilish.** Bunda shirkat firmalari tashkil etilib, uning kapitali bir necha sheriklarga qarashli bo‘ladi. Bu yerda faqat erishilgan yutuq emas, balki ehtimoldan yiroq bo‘lmagan yo‘qotish ham sheriklar o‘rtasida taqsimlanadi. Masalan, chinni zavodi qurish uchun 5 mlrd so‘m kerak. Shu pulni 5 ta sherik birgalikda qo‘yadi. Kutiladigan yo‘qotish 500 mln so‘m. Agar zavodning egasi bitta bo‘lganda hamma 500 mln so‘mlik yo‘qotish uning zimmasiga tushgan bo‘lar edi. Zavod sheriklarniki bo‘lgani uchun shu 500 mln so‘m 5 kishi zimmasiga tushadi. Demak, sherikchilik kapitali riskning taqsimlanishiga va uni har bir sherikka tushadigan yukini yengillashtirishga olib keladi.

4. **Axborotni to‘plash va undan samarali foydalanish.** Firma riskning oldini olish yoki uni kamaytirish uchun ichki va tashqi bozordagi ahvol, u yerda narxlarning o‘zgarishi, tovarlar sotilishining dinamikasi, raqobatchilarning fe’l-atvori va sa’y-harakatlari to‘g‘risida, partnyorlar ahvoli, davlat siyosatida kutilayotgan o‘zgarishlardan xabar topishi kerak. Firma oladigan axborot qanchalik xilma-xil, ko‘p manbali va miqdoran ko‘p bo‘lsa, shunchalik uning simmetrik bo‘lish ehtimoli katta.

Simmetrik axborotni hisobga olish firmani mavjud sharoitga yaxshi moslasha bilishini, nimani, qancha ishlab chiqarish va necha puldan sotish kerakligini oldindan bilish imkonini beradi.

Bu bilan firma riskni kamaytira oladi, chunki u noaniqlikka, binobarin xavf-xatarga kamroq yo‘liqadi. Shu sababli kimda axborot ko‘p bo‘lsa, shuning omadi chopadi, deb aytishadi. Axborotga pulni ayamagan firma riskni kamaytirish imkoniga ega. Axborot to‘plashda ko‘proq internet qo‘l keladi, shu bois internet xizmatlariga talab oshib boradi.

Xulosalar

1. Tadbirkorlik daromadi – bu tovar va xizmatlarni sotishdan kelgan pul tushumi bo‘lib, bu yaratilgan tovar va xizmatlarning miqdoriga va ulardan har birining bozor narxiga bog‘liq bo‘ladi. Yalpi daromad muayyan paytda firma topgan jami daromad bo‘lsa, tovar va xizmatlar birligini sotishdan kelgan pul o‘rtacha daromad hisoblanadi. Marjinal daromad qo‘shimcha tovar birligini sotishdan tushgan qo‘shimcha pul bo‘ladi. Daromad birinchidan xarajatlarni qoplasa, ikkinchidan foyda hosil qiladi.

2. Foyda – bu tadbirkorlik faoliyati uchun bizneschilar oladigan mukofot bo'lib, uni tadbirkorlik qobiliyati va biznesga qo'yilgan kapital keltiradi. Tadbirkorlik qobiliyati uchun olinadigan foyda me'yordagi foyda hisoblanadi va xarajatlar tarkibiga kiradi. Kapital uchun tegadigan foyda iqtisodiy foyda bo'lib, daromadning jami xarajatlardan ortib qolgan qismi bo'ladi. Tadbirkorlikda omad foydasi ham bor, bu mazmunan boshqalarnikidan ortiqcha foyda bo'lib, bozor narxlarining kutilmaganda ortib ketishi tufayli hosil bo'ladi, buni omadi yurishganlar oladi, u juz'iy bo'lganidan narxlar eski holiga tushgach yo'q bo'lib ketadi.

3. Tadbirkorlik naqadar foyda keltirishini foydalilik, ya'ni rentabellik darajasi belgilaydiki, bu qancha foyda topilganini, ya'ni iqtisodiy faoliyatning samaradorligini ko'rsatadi, buni bilish uchun tadbirkorlik natijasida qo'lga tekkan foyda sarflar bilan taqqoslanadi, natijada foyda sarflarning necha foiziga tengligi aniqlanadi. Firma ishining samaradorligi tahlil etilganda ishlab chiqarish va mahsulot rentabelligi aniqlanadi. Rentabellikni oshirish uchun ishlab chiqarish restrukturizatsiyalanadi, resurslar tejaladi, kapital tarkibi takomillashtiriladi, mehnat motivatsiyasi kuchaytiriladi.

4. Foydani maksimumlashtirish uni iloji boricha ko'p olishni bildiradi, bunga rentabellikni oshirish va kapitalni ko'paytirish, ya'ni ishlab chiqarishni kengaytirish orqali erishiladi. Biroq buning uchun ishlab chiqarishning eng maqbul hajmiga erishish zarurki, bunda tovar narxi marjinal xarajatlarga tenglashadi. Faqat shundagina narx bilan o'rtacha xarajatlar o'rtasidagi foydani yuzaga keltiruvchi farq eng katta bo'ladi.

5. Tushgan daromadlar xarajatlarni qoplashga yetmay qolgan taqdirda zarar ko'riladiki, buning sababi chiqarilgan tovar va xizmatlarni bozor ko'tarmasdan ular narxining, binobarin daromadning pasayib ketishi va xarajatlarning ortib ketishini yuzaga keltiradi. Zarar me'yoridan oshib ketganda, uni qoplash imkoniyati bo'lmay bankrotlik yuzaga keladiki, bu firmaning yopilib ketishi yoki boshqalarga qo'shilib ketishini bildiradi.

6. Foyda topish – bu riskli ish. Risk tadbirkorlik yo'lida xavf-xatarga yo'liqib o'z maqsadiga erisha olmay qolishidir. Riskni noaniqlik yuzaga keltiradi, bu o'z navbatida bozordan kelgan axborotning asimmetrik bo'lishi, ya'ni real vaziyatni to'la aks ettirmasligi natijasidir. Risk muqarrar bo'lsada, uni boshqarish mumkin. Bu riskka har xil munosabatda bo'lishni bildiradi: riskka bormaslik, riskka befarq bo'lish, riskka borish. Risk yo'q joyda kichik foyda bilan qanoat hosil qilinadi, risk bor joyda katta foyda ham kutiladi. Riskni kamaytirish uchun ishlab chiqarish diver-

sifikatsiyalanadi, tadbirkorlik xatari sug'urtalanadi, risk sheriklar o'rtasida taqsimlanadi va nihoyat axborotdan samarali foydalaniladi.

Tayanch tushunchalar

Daromad, yalpi, o'rtacha va marjinal daromad; foyda; me'yordagi foyda; iqtisodiy foyda; omad foydasi; rentabellik, rentabellik turlari; foydani maksimumlashtirish; zarar; bankrotlik; tadbirkorlik riski; simmetrik va asimmetrik axborot; riskka munosabat; riskni kamaytirish yo'llari.

X bob. UY XO‘JALIKLARI

10.1. Uy xo‘jaligi va uning turlari

Bozor iqtisodiyoti subyektlari orasida uy xo‘jaliklari (bularni xonadonlar, deb ham aytish mumkin) asosiy hisoblanadi, chunki ular birinchidan ko‘pchilikni tashkil etsa, ikkinchidan iqtisodiy munosabatlarning barcha jabhalarida ishtirok etadi, uchinchidan iqtisodiyotning taqdirini uy xo‘jaliklari faoliyati belgilaydi.

Uy xo‘jaligi – bu mol-mulkni daromad va xarajati, iste’moli hamda istiqomat joyi umumiy bo‘lgan kishilarning mini guruhidir.

Uy xo‘jaligi oila asosida qurilgan, lekin oilasizlar xo‘jaligi ham mavjud. Oila ijtimoiy-demografik tushuncha bo‘lib, kishilarning eng yaqin qon-qarindoshlik munosabatlarini bildiradi. Oiladan farqliroq uy xo‘jaligi iqtisodiy tushuncha bo‘lib, kishilar kichik iqtisodiy birlik hosil qilishini anglatadi. Uni tashkil etuvchilar iqtisodiy umumiylikka ega, ya’ni ularning boyligi, mulki, daromadi, iste’moli umumiydir. Barcha kishilar uy xo‘jaligida istiqomat qiladi va shular orqali iqtisodiyotda o‘rin egallaydi. Undan tashqarida aholining g‘oyat kichik qismi yashaydi, bular jumlasiga qariyalar, nogironlar va mehribonlik uylarida yashovchilar kiradi. Ular xonadon emas, balki davlat va turli xayri-ehson tashkilotlari qaramog‘ida bo‘ladi.

Uy xo‘jaliklari etnodemografik jihatdan bir oilani, ko‘p oilali, oilasiz va aralash bo‘ladi.

Ko‘pchilik xo‘jaliklar bir oilali bo‘ladi, ammo ikki-uch oilani birlashtiruvchi xo‘jaliklar ham mavjud, ular qon-qarindoshchilik kuchli joyda uchraydi. Oila buzilgan joyda oilasiz, ya’ni so‘qqaboshlar xonadoni mavjud bo‘ladi. Oila bilan birga begonalar ham istiqomat qilgan yerda aralash xo‘jalik paydo bo‘ladi. Bular boy badavlat xo‘jaliklar bo‘lib, ular tarkibiga birga yashovchi turli xizmatkorlar (uy xizmatchisi, tarbiyachi, o‘qituvchi, tansoqchi, bog‘bon, oshpaz kabilar) kiradi. Bunday xo‘jaliklar kam uchraydi. Hozirgi iqtisodga asosan bir oilali xo‘jaliklar xosdir.

Iqtisodiy mavqeyi jihatidan mustaqil va qaram xo‘jaliklarni ajratish mumkin. Mustaqil xo‘jaliklar – bu o‘z kapitali bor va uni ishlatib daromad topuvchilar, ilgari jamg‘argan puli hisobidan yashovchilar xonadonidir. Qaram xo‘jaliklarni yollanib ishlovchilar, turli ijtimoiy nafaqa olib yashovchilar xonadoni tashkil etadi.

Uy xo‘jaliklari daromad miqdori jihatidan qaralganda, ular quyidagi 5 guruhga ajratiladi:

1. Eng kambag‘allar (1-kvintel).

2. Kambag‘allar (2-kvintel).
3. O‘rta hollar (3-kvintel).
4. Boylar (4-kvintel).
5. Eng boylar (5-kvintel).

Bu guruhlarni sinflarga ajratganda birinchi va ikkinchi guruhlar quyi (kambag‘al) sinfni, uchinchi guruh o‘rta sinfni, to‘rtinchi va beshinchi guruhlar yuqori (boy) sinfni tashkil etadi.

Xo‘jaliklar ijtimoiy maqomiga qarab guruhlashtirilganda ishchi, xizmatchi, tadbirkor, dehqon va pensioner xonadonlariga ajratiladi. Ularni qayerda istiqomat qilishiga qarab baholanganda shahar va qishloq xo‘jaliklari farqlantiriladi.

Muayyan mamlakatdagi uy xo‘jaliklarining soni (Q_x) aniqlanganda, aholi soni (N), o‘rtacha bir xo‘jalikda istiqomat qiluvchi kishilar soniga (n) bo‘linadi. Bunda $Q_n = \frac{N}{n}$ kelib chiqadi. Xo‘jaliklar soni muayyan yilning ma’lum kuniga, masalan, 1-yanvar holatiga hisoblanadi.

10.2. Uy xo‘jaliklarining iqtisodiyotning boshqa subyektlari bilan munosabatlari

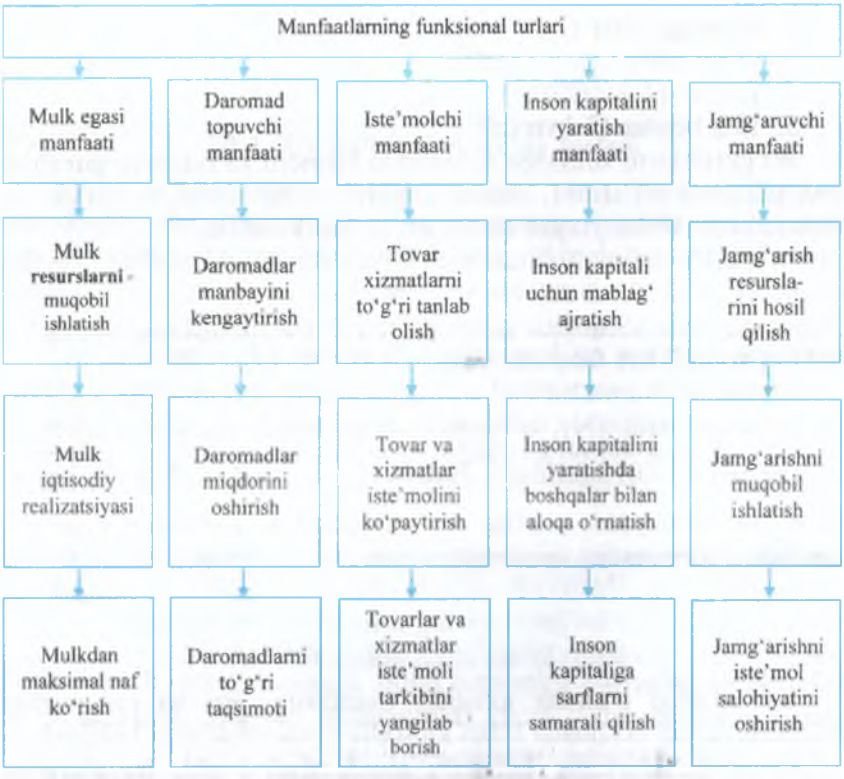
Uy xo‘jaligi o‘zining iqtisodiy manfaatiga ega va uni yuzaga chiqarish uchun boshqalar bilan iqtisodiy munosabatlarga kirishadi.

Uy xo‘jaliklarining iqtisodiy manfaatlari borki, bu ularning iste’molini qondirish va boylik orttirishdan iborat hayotiy ehtiyojlari bo‘lib, ular anglangan holda iqtisodiy motivatsiyani, ya’ni maqsadli xatti-harakatlarni yuzaga keltiradi.

Xo‘jaliklar manfaati obyektiv, ya’ni ularni obyektiv iqtisodiy sharoit yuzaga keltiradi, ularni yuzaga chiqarish bozor iqtisodiyotining qonun-qoidalariga uzviy bog‘liq bo‘ladi, xonadonlar ularni o‘zgartirolmaydi. Biroq manfaatlarni kishilar subyektiv tarzda anglab, ongli subyektiv xatti-harakatlarga qo‘l uradi.

Demak, obyektiv sharoit yaratgan manfaatlar subyektiv motivatsiyani, ya’ni manfaatlarni yuzaga chiqarishga qaratilgan intilishlarni yuzaga keltiradi, ammo bu ham obyektiv iqtisodiy sharoitdan kechadi. Iqtisodiy manfaatlarni birlamchi asosi mulkchilikdir, chunki xonadon ahli individual xususiy mulk sohibidir.

Uning ixtiyorida mulk-resurslar bo‘lib, uni ishlatishdan manfaat ko‘riladi, ya’ni daromad topiladi, ular sarflanib iste’mol qondiriladi, inson kapitali yaratiladi, jamg‘arish hosil qilinib kelajak ta’minlanadi. Uy xo‘jaliklari manfaatlarini kengaytirilgan tasnifini chizmadan ko‘rish mumkin (10.1-rasm).



10.1-rasm. **Uy xo'jaliklari manfaatlari tizimi**

Manfaatlarni ta'minlash yo'lidagi iqtisodiy aloqalar talab va taklif qonuniga binoan yuz beradi, amalga oshiriladi, ya'ni xo'jaliklar bozor narxida o'z tovarini sotadilar va kerakli tovarlarni xarid etadilar. Bozor xo'jaliklari taklif etgan tovarlar oqimiga javoban pul oqimi hosil bo'ladi. O'z navbatida xo'jaliklarni bozorga chiqqan pul oqimiga javoban firmalardan tovarlar oqimiga keladi. Xullas, bozorda tovarlarni pulga ayriboshlash yuz beradi. Xo'jaliklarning davlat bilan munosabati bir tomondan bozor munosabati bo'lsa, ikkinchi tomondan nobozor munosobatidir.

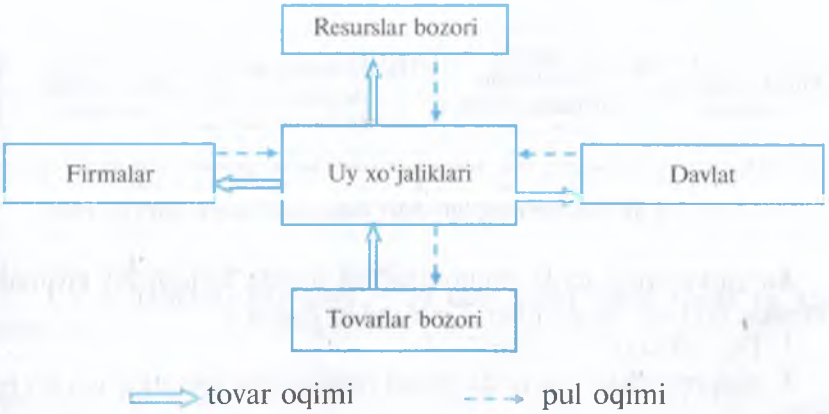
Bu munosabatda xo'jaliklar davlat idora tashkilotlariga o'z resursini sotganda, uni haqini bozor narxiga binoan oladilar. Ammo, xo'jaliklar davlatga soliq to'lab, undan bepul ne'matlar yoki pul to'lovi shaklidagi transfertlarni olganda bozor qoidalari amal qilmaydi.

Bu yerda soliq to'lagan xo'jalikning davlatga bergan puli bilan undan olingan bepul ne'matlar (bilim olish, sog'liqni saqlash,

turmush xavfsizligini ta'minlash kabi xizmatlar) xarajati o'rtasida tenglik bo'lmaydi. Bir xo'jalik soliqni ko'p to'lagan holda bepul ne'matlarni kam olsa, boshqasi soliqlarni kam to'lab ne'matlarni ko'p olishi mumkin.

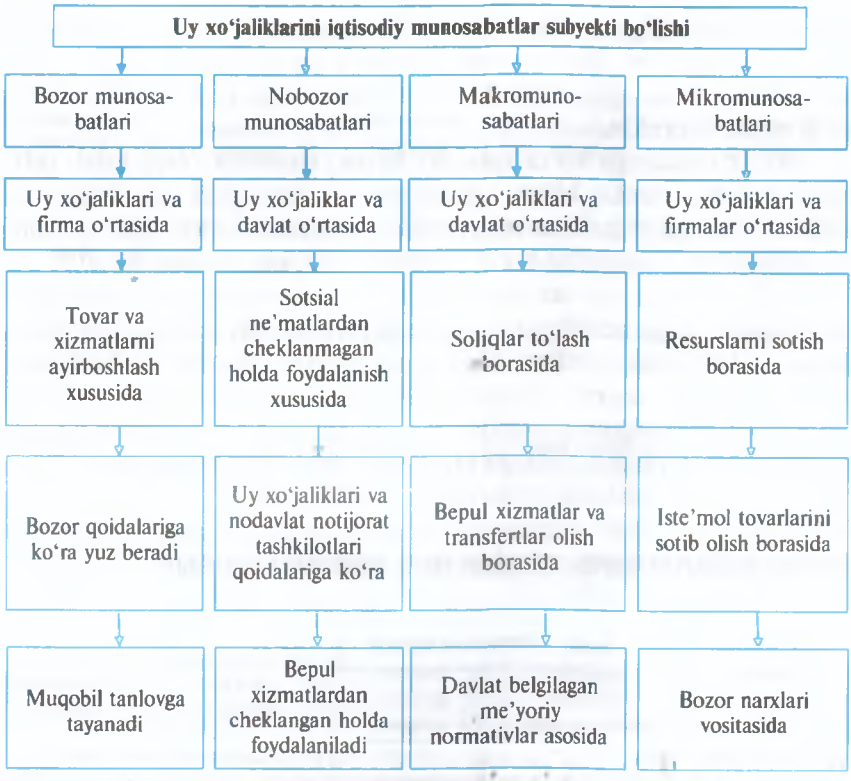
Bozor qoidasiga ko'ra qancha bersa, shuncha olish talab qilinadi. Ammo, davlat bilan xonadonlar munosabati yuz berganda oldi-berdi tengligi jamiyat miqyosida yuz beradi xolos. Shu sababli, bu yerdagi munosabatlar ko'p jihatdan nobozor munosabatidir.

Xo'jaliklardan davlat tomon boradigan resurslarga javoban pul oqimi kelsa, unga boradigan soliqlarga javoban bepul xizmatlar bilan birga muhtojlarga yordam shaklidagi nafaqa va turli subsidiyalar shaklidagi pul oqimi chiqadi. Demak, ikki subyekt orasidagi aloqalarda bir vaqtning o'zida ham tovar, ham pul oqimi yuzaga keladi. Uy xo'jaliklari aloqaga kiradigan yana bir boshqa subyekt no-davlat va notijorat tashkilotlaridir. Ular bilan barcha xo'jaliklarning faqat ma'lum qismi aloqada bo'ladi. Xo'jaliklar ularga badallar va xayriya pullarini berib, ulardan turli xizmatlar oladilar.



10.2-rasm. **Pul-tovar-pul oqimida uy xo'jaliklarining ishtiroki**

Bu yerdagi munosabatlar ham bozor munosabati emas, chunki ular tijorat xarakteriga ega bo'lmaydi, ya'ni foyda olib, iqtisodiy naf ko'rishni ko'zlamaydi. Xo'jaliklarning nobozor munosabati mavjud bo'lsa-da, uning ko'lami kichik bo'ladi. Ko'lami keng munosabatlar firmalar bilan bo'lib, ular bozor munosabati xarakteriga ega va yetakchi munosabatlar hisoblanadi. Xo'jaliklarning boshqalar bilan bozor munosabatlarini keltirilgan chizmada ham ko'rish mumkin (10.2-rasm).



10.3-rasm. **Uy xo'jaliklarining iqtisodiy munosabatlarda ishtirok etishi**

Xo'jaliklarning ichki munosabatlari ularda birlashgan kishilar o'rtasida bo'ladi. Bu kishilar 2 guruhdan iborat:

1. Daromad topuvchilar.
2. Boqimandalar, ya'ni daromad topuvchilar qaramog'ida bo'lganlar.

Daromad topuvchilar xo'jaliklar budjetiga pul keltiradilar. Boqimandalar esa, budjetning faqat xarajatlarida qatnashadilar.

Uy xo'jaligi budjeti uning daromadlari va xarajatlarining majmuasidir.

Budjetning asosiy turi birgalikdagi budjet bo'lib, uning daromadini barcha pultoparlarning mablag'lari tashkil etadi, biroq uning budjetdagi hissasi bir xil emas.

Chunki, daromadlar har xil bo'ladi. Daromadlar taqsimlanganda umumiy iste'molni qonduruvchi xarajatlar bilan xonadondagi har bir kishining yakka xarajati uchun pul ajratiladi. Bunda pul

daromad topuvchilar bilan boqimandalar, shuningdek, daromadni ko‘p va oz oluvchilar o‘rtasida taqsimlanadi.

Xo‘jaliklarda topgan puliga binoan xarajat qilish qoidasi amal qilmaydi. Shu sababli bu yerda nobozor munosabati paydo bo‘ladi, garchi bu yerda pul ishtirok etsada.

10.3. Uy xo‘jaligining iste’molchilik faoliyati

Uy xo‘jaligi mini guruh iste’molchilarini birlashtiruvchi iqtisodiy birlik hisoblanadi. Uning asosiy funksiyasi iste’molchilikdir. Uning iste’moli tovar iste’moli shakliga ega, ya’ni u bozordan o‘z puliga tovarlarni sotib olish orqali o‘z iste’molini qondiradi. Iste’molning hajmi va tarkibini xarid qobiliyati belgilaydiki, bu birinchidan, pul daromadining miqdoriga, ikkinchidan bozordagi narx-navoga bog‘liqdir. Xo‘jalik o‘z pul daromadini ikki qismga ajratadi:

1. Tovar va xizmatlar xaridi uchun, bu xarid fondini hosil qiladi.
2. Jamg‘arish uchun, bu jamg‘arish fondi bo‘ladi.

Xo‘jaliklarning xarid fondi muayyan paytda cheklangan bo‘ladi. Ular o‘z daromadini bilganicha oshirolmaydilar, chunki buni bozor hal qiladi. Ular bozor narxini ham o‘z bilganicha belgilolmaydilar, chunki buni ham bozorning o‘zi, u yerdagi talab va taklif belgilaydi. Xo‘jaliklar budjetini chegarasi bor, bu ularni qo‘liga tekkan daromadi deyiladi. Biroq, ular shu chegara doirasida iste’mol tanlovini amalga oshiradilar, ya’ni pulining miqdori va narx-navoga qarab iste’mol tovarlarini o‘zi bilganicha tanlab oladilar. Bundan maqsad o‘z iste’molini to‘laroq qondirishdir.

Uy xo‘jaliklari iste’moli – bu ular xarid etgan tovar va xizmatlarni o‘z hayotiy ehtiyojlarini qondirish uchun ishlatilishidir.

Uy xo‘jaliklari iste’moli o‘sishi uchun ularning xarid qurbi narxlarga nisbatan jadalroq ortib borishi kerak, chunki shundagina ular iste’mol buyumlarini ko‘proq xarid etishlari mumkin. Xarid qurbi o‘sishi uchun esa ish bilan band bo‘lib ko‘proq pul topish talab qilinadi. Xo‘jalik vakillari bozorda bir-birlari bilan kontakt aloqaga kirishadi. Kontakt tovarlar xarid etishda bir-biridan o‘rnak olish shakliga ega. Bu iste’molga ham tegishli. Iste’moldagi kontakt ijobiy bo‘lganda yangi, zamonaviy tovarlar iste’moliga moyillik bo‘ladi. U salbiy bo‘lganda zararli tovarlar iste’molini (masalan, alkogol ichimliklar, tamaki mahsuloti, narkotiklar) iste’molini kengayishi kuzatiladi. Kontakt jarayonida xonodonlar iste’moli umumiy, baynalminal tus oladi, ya’ni turli millatga mansub xo‘jaliklar bir xil tovarlarni ko‘proq iste’mol qiladilar. Ammo, iste’moldagi milliy

mentalitet uzoq saqlanadi. Xo'jaliklar iste'moli ratsional – oqilona va irratsional – nooqilona bo'ladi. Oqilona iste'mol – bu inson hayoti uchun foydali tovar va xizmatlarni me'yorida iste'mol qilinishidir. Irratsional iste'mol esa foydali ne'matlarni me'yoridan ortiqcha, salomatlikka putur yetkazuvchi darajada iste'mol qilishdir. Ratsional iste'mol asosida bazaviy iste'mol yotadiki, bu hayot uchun zarur bo'lgan asosiy ne'matlar iste'moli bo'lib, inson kamolotiga xizmat qiladi. Bundan tashqarida martabali, obro'talab iste'mol yotadi. Bu puldor uy xo'jaliklariga xos bo'lib, o'z boyligini boshqalarga ko'z-ko'z qiluvchi iste'moldir. Bu o'ta noyob, ko'pchilik xarid etolmaydigan tovar va xizmatlar iste'molini bildiradi. Xo'jaliklar iste'molida ham ko'lam samarasi bo'ladi. Bu iste'molni iste'molchilar soniga qarab tejamli bo'lishidir. Xo'jalikda iste'molchilar qanchalik ko'p bo'lsa, shunchalik iste'mol sarflari birligiga to'g'ri kelgan qoniqishdan iborat naflilik ko'p bo'ladi. Masalan, bitta televizordan foydalanganda 5 kishilik xonadon, uch kishilikka nisbatan (bir teletomoshabin hisobiga) kam xarajat qiladi. Ko'lam samarasi yakka iste'mol emas, balki birgalikdagi iste'molga xosdir. Xo'jaliklar iste'moli ortgan sari, uning tarkibi yangilanib turadi va buni Engel qonuni ifodaladi.

Engel qonuniga ko'ra iste'mol ortgan sari uning tarkibida oziq-ovqat tovarlari hissasi kamayib, nooziq-ovqat tovarlari hissasi ortib boradi. Bu qonun amal qilganda oziq-ovqat iste'moliga sarf oshadi. lekin bunga nisbatan nooziq-ovqat tovarlari va xizmatlari sarfi tezroq o'sadi, natijada ularni umumiy iste'mol sarfidagi hissasi o'zgaradi.

Ishlab chiqarish rivojlanib tovarlar diversifikatsiyasi jadal kechkan sharoitda xonadonlar iste'molini modernizatsiyalashuvi yuz beradi va bu iste'molni zamonaviylashib borishi va uning tarkibini zudlik bilan yangilanib borishini bildiradi.

Uy xo'jaliklari iste'molining ahamiyati ularning o'zi bilan cheklanmaydi, balki umumiqtisodiy hamdir. Ular iste'moli ichki bozorni shakllantiradi va kengaytiradi. Iste'mol tovar xarakterida bo'lgani uchun u bozor orqali qondiriladi, binobarin uy xo'jaliklari ichki bozordagi talabni hosil qiladi. Xo'jaliklar ko'p sonli va tarqoq subyekt bo'lganidan ularning bozor talabi individual, lekin ular birgalikda jami talabni bildiradilar. Ularning xaridi ko'paysa bozor kengayadi, tovarlar sotilishi ko'payib, ishlab chiqarish o'sadi. Aksi yuz bersa, ishlab chiqarish qisqaradi. Ular talabining o'zgarib turishi bozor signali rolini bajaradi. Bozordan kelgan signalni xo'jaliklar o'z talabi orqali ishlab chiqarishga yetkazib, uni sharoitga moslasa shu

talabga javoban ishlab chiqarish o'sib, tovarlar taklifi oshadi. Binobarin bozordagi talab va taklifning uchrashishi xo'jaliklar xaridi orqali kechadi. Ular resurslar bozoriga esa asosan taklif bilan chiqadi. Tovarlar bozorida ular talabgor vazifasini o'taydilar. Bu bozor esa ommaviy bozor va saylanma bozordan iborat. Puli oz va o'rtacha xo'jaliklar ommaviy bozorda talab bildiradilar, chunki bu yerda hammabop tovarlar sotiladi. Puldor xo'jaliklar xaridi ko'proq elitar, saylangan tovarlar bozorida yuz beradi. Barcha xo'jaliklarga har xil tovar va xizmatlar sotib olib, ishlab chiqarish qaytadan yuz berishini ta'minlaydi. Hozirgi dunyo mamlakatlarida xo'jaliklarning xususiy iste'moli tovarlarning 48-60 %ni sotilishiga tengdir. Tovarlarni sotilishida firmalarning resurs iste'moli, davlat tashkilotlari, nodavlat notijorat tashkilotlari xaridi hamda eksport ishtirok etadi. Biroq bu jarayonda xo'jaliklar xaridi yetakchidir. Uy xo'jaliklari iste'moli bozor uchun muhim bo'lganidan bu kuzatilib boriladi. Shu maqsadda iste'molchilar ishonchining indeksi qo'llaniladi. Bunda xonadonlar nimani kutayotgani, uning ishonchi qandayligi tahlil etilib, iste'molchilarning ishonish indeksi ishlab chiqiladi. Bu indeks 0-100 oralig'ida bo'ladi. Agar bu qanchalik yuqori bo'lsa, iste'molchilar ishonchi baland, ular optimist hisoblanadi. Agar indeks qanchalik past bo'lsa, ishonch pasayib iste'molchilar shunchalik passiv hisoblanadi. Yil sayin indekslarni o'zgarishiga qarab xonadonlar xaridi qanday bo'lishi aniqlanib, ishlab chiqaruvchilar shuni hisobga oladilar.

10.4. Uy xo'jaliklarining ishlab chiqarish faoliyati

Uy xo'jaliklari asosiy iste'molchi bo'lsa-da ishlab chiqarish jarayonida ham ishtirok etadi. Bu bevosita yuz berganda xo'jaliklarni o'zida tovar va xizmatlar yaratiladi, bilvosita yuz berganda esa mazkur yaratuvchilik jarayoni xo'jalik vakillarini firmalarda yollanib ishlashi orqali bo'ladi, ammo bu firmalardagi ishlab chiqarish sirasiga kiradi. Xo'jaliklarning o'zidagi ishlab chiqarish, u individual mulk bo'lgan moddiy yoki pul resurslariga tayanadi, bular jumlasiga mashina, qo'l mehnat qurollari, kichik qurilmalar kabilar kiradi. Bu ishlab chiqarish xo'jalik ahlining shaxsiy mehnatiga tayanadi, shu sababli yollanma mehnat qo'llanilmaydi, uning ko'lami g'oyat kichik, uni mini ishlab chiqarish, deb atash mumkin.

Bu o'z xarakteriga ko'ra natural – tovar ishlab chiqarishdir, chunki yaratilgan mahsulot va xizmatlar birinchidan, xo'jalikning o'zida qolib, shu yerda iste'mol qilinadi, ikkinchidan ular bozorga

chiqarilib tovar sifatida sotiladi. Xonadon ishlab chiqarishi uch shaklga ega:

1. Tomorqa-dehqon xo'jaligi.
2. Yakka tartibda mehnat qilib tovar va xizmatlar yaratish.
3. Uy-ro'zg'ordagi ishlab chiqarish.

Tomorqa-dehqon xo'jaligi tabiatan mayda tovar xo'jaligi, u bozor iqtisodiyoti keng ko'lam rivojlanib ulgurmagan yerda masalan, MDH mamlakatlarida saqlanib qolgan. Bu yerda oziq-ovqat mahsulotlari yaratiladi, uning katta qismi dehqon bozorlarida sotiladi, kichik qismi xonadonning o'zida iste'mol qilinadi (O'zbekistonda 2012-yil – 14,8 %). Bu xo'jalik sermehnat, bu yerda uy bekalari, katta yoshli bolalar va ishsiz kattalar mehnat qiladi, uning maqsadi tirikchilik o'tkazishdir. Mazkur xo'jaliklar erkin, katta mustaqillikka ega, ularning liberallik darajasi g'oyat yuqori, ular erkin bozor uchun ishlaydi. Biroq ular ko'pchilik, tarqoq va alohidalashgan, ular stixiyali, ya'ni tartibsiz rivojlanadi va tez-tez bozor riskiga yo'liqib turadi.

Uy xo'jaliklari doirasidagi yakka mehnat faoliyati ham mayda tovar ishlab chiqarish bo'lib, bozor uchun mahsulot va xizmatlarni yaratadi. Uning iqtisodiyotdagi o'rni va mavqeyini bozor munosabatlarining darajasi belgilaydi. Bu daraja past yerda yakka mehnat shaklidagi ishlab chiqarish ko'p bo'lsa, bu yuqori yerda, aksincha yakka mehnat kam bo'ladi. Yakka ishlash xizmat (servis) sohasida keng tarqalgan, chunki bu yerda qo'l mehnati talab qilinadi. Bu faoliyati ham yakka, ham oilaviy mulkka tayanadi, bu yerda kapital sohibi va ishlab chiqaruvchi aynan bir kishi hisoblanadi, ishlab chiqarish va boshqarish faoliyati bir-biridan alohidalashmay, yakka mehnat jarayonida kechadi. Mazkur faoliyatning maqsadi ham tirikchilik o'tkazish va kezi kelganda kichik foydaga ega bo'lishdir.

Uy xo'jaliklarining mutlaq ko'pchiligi uy-ro'zg'or yumushlarini o'zi bajaradi, bundan boy xonadonlar mustasno, chunki bu yerda uy ishlarini yollanib ishlovchi xizmatkorlar bajaradi. Uy-ro'zg'or ishlari tabiatan natural ishlab chiqarish, ya'ni faqat o'zi uchun mahsulot va xizmatlar yaratishdir. Uning naqadar keng tarqalishi har bir uy xo'jaligi uchun vaqt birligining (masalan, bir soat vaqtning) qadr-qiymatiga bog'liq bo'ladi. Buni esa vaqt birligida ishlab topiladigan pul miqdori belgilaydi. Uy yumushlari bilan band bo'lish shu pul miqdoriga teskari mutanosiblikda bo'ladi. Bu pul ko'p bo'lsa, birinchidan yumushlarni uy-ro'zg'or texnikasini qo'llab ularni qisqa vaqtda bajarish imkoni bo'ladi, ikkinchidan, bu yumushlarni tashqaridan chaqirilgan xizmatchilar yordamida bajarish mumkin. Iqtisodi yuksak mamlakatlarda ro'zg'or ishlari bilan

bandlik g'oyat kichik bo'lsa, u past yerda bu bandlik kattadir. Ro'zg'or ishlaridagi bandlik daromad miqdoriga teskari mutanosiblikda bo'ladi. Uy-ro'zg'ordagi ishlab chiqarishning iqtisodiyotda tutgan o'rni bir xil emas. Iqtisodi yuksak mamlakatlarda uning salmog'i sezilarli emas, ammo iqtisodi hali zaif mamlakatlarda uning hissasi ancha kattadir.

10.5. Uy xo'jaliklarida jamg'arish jarayoni

Uy xo'jaliklari jamg'arishga ham moyil bo'ladilar, ammo buning uchun ularning pul daromadlari joriy iste'mol sarflaridan ortib qolishi zarur. Shu sababli bu moyillik serdaromad xonadonlarga xos bo'ladi.

Uy xo'jaliklarining jamg'arishi ular daromadining bir qismini kelajakni ta'minlash uchun yig'ilib borishidir.

Jamg'arish (Y) daromadning (D) iste'mol xarajatlaridan (i) ortib qolgan qismiga teng bo'ladi. Bunda, $Y = D - i$ kelib chiqadi.

Xo'jaliklarning jamg'arishiga moyilligini uning mativlari, ya'ni o'z manfaati yo'lida bunga intilishlari yuzaga keltiradi. Bu mativlar jumlasiga qimmatbaho tovarlar xarid etish, pulni biznesga tikib uni ko'paytirish, qarilikni ta'minlab, uni betashvish qilish, kelajak avlodga meros qoldirish, ko'p pul talab qiladigan marosimlarni o'tkazish, inson kapitaliga pul yuborish kabilar kiradi. Jamg'arish yuz berishi uchun bu mativlardan tashqari jamg'arish uchun ishonchli manbasi, jamg'armani kelajakda samarali ishlatish imkoni bo'lishi talab qilinadi. Chunki, bu bo'lmasa ortiqcha pul o'rinsiz va ortiqcha iste'molga, masalan, zebu-ziynat va maishatga yuborilishi mumkin. Jamg'ariladigan pulni bankka joylashtirib yoki o'z biznesiga qo'yib puldan pul chiqarib olish imkoniyati katta bo'lsa jamg'arishga intilish kuchayadi.

Jamg'arish imkoniyatlari va unga moyillik naqadar kuchli bo'lishini jamg'arish me'yori (buni kvota, deb ham yuritishadi) ifodalaydi. Jamg'arish me'yori (Y_n) bu uy xo'jaliklari jamg'armasini (Y) ularni qo'lidagi daromadiga (D) nisbati bo'lib, shu daromadning qanday qismi jamg'arilib borishini bildiradi. Bunda, $Y_n = \frac{Y}{D}$ hosil bo'ladi. Jamg'arish qancha kuchli borsa shunchalik uning me'yori yuqori bo'ladi.

Uy xo'jaliklari jamg'arishda turlicha ishtirok etishadi. Puldorlar jamg'arishni ko'p qilsa, puli ozlar buni kam qiladi yoki umuman qilmaydi. Qanday me'yorda bo'lishidan qat'iy nazar jamg'arish jarayoni ikki xil kechadi:

1. Tartibli. Bunda jamg'arish turli moliya tashkilotlari (banklar, kredit uyushmalari, sug'urta va trast (ishonch) kompaniyalari va pensiya fondlariga yetkaziladi, bundan daromad topiladi;

2. Tartibsiz jamg'arish. Bu xonadonlarning o'zida pul qoldig'i shaklini olgan jamg'arish, bu o'zaro qarz berish, yashirin, ya'ni ruxsat etilmagan biznesga pul tashlash, har ehtimolga qarshi pul zaxirasini to'plash uchun ishlatiladi. Birinchi turdagi jamg'arish ustuvorlikka ega, u kengayishi uchun jamg'arishni rasmiy, ya'ni ochiqchasiga ishlatib qo'shimcha daromad topish imkoni bo'lishi kerak.

Xo'jaliklar jamg'armasi 2 xil funksiyani bajaradi. Birinchi funksiya investitsiya uchun resurs hosil qilish, ya'ni biron-bir ishga qo'yilib foyda keltirish. Ikkinchi funksiya – iste'molchilik salohiyatini oshirish, ya'ni xarid qurbini kuchaytirish. Daromad o'sib jamg'arish me'yori oshgan sharoitda xonadon jamg'armasining mamlakat yalpi jamg'arishidagi hissasi ko'payadi.

Jamg'arish ikki yo'l bilan investitsiyaga aylanadi. Birinchisi – bevosita investitsiyalanish. Bunda jamg'arish xonadonlarning o'z ishlab chiqarishga to'g'ridan to'g'ri qo'yiladi. Ikkinchisi – jamg'armalarni, moliya tashkilotlari va eng avval banklar orqali avval kredit resurslarga so'ngra investitsiyaga aylanishi.

Jamg'armalar zarur bo'lganda xonadonlarning xarid fondiga kelib qo'shiladi va iste'mol salohiyatini oshiradi. Iste'mol salohiyati (i_s) jamg'arish naqadar iste'mol xarajatlarini qoplay olishi bilan aniqlanadi. Bunda jamg'arish summasi (Y_s) bir oylik yoki bir kunlik iste'mol xarajatlari (i_x) bilan taqqoslanadi. Natijada, $Y_s = i_s / i_x$ hosil bo'ladi. Masalan, uy xo'jaliklarining bir oylik iste'mol sarfi 2,4 mlrd dollar bo'lgani holda ularning jamg'armasi 9 mlrd bo'ldi. Bunda, $Y_s=9,0/2,4=3,75$. Demak, jamg'arishning iste'mol salohiyati 3,75 ga teng, ya'ni jamg'arish ishlamay yeb yotganida ham 3,75 oy tirikchilik uchun yetar ekan.

Xo'jaliklar o'z jamg'armasini qanday ishlatishlarini bozordagi muqobil tanlovi belgilab beradi. Tanlovda jamg'arishning 3 tomoni nazarda tutiladi:

1. Daromadliligi.
2. Riskliligi.
3. Likvidliligi.

Daromadlilik jamg'arma o'zining miqdoriga nisbatan necha foiz daromad berishini anglatadi. Uni baholashda banklar foizi darajasi asos bo'ladi, unga boshqa sohalar beradigan daromad taqqoslanadi. Risklilik aniqlanganda jamg'armani saqlanib qolishi nechog'lik xavf-xatardan xoli bo'lishi nazarda tutiladi. Likvidlilik

jamg'arishni hammabop to'lov vositasi bo'lgan naqd pulga aylantirish imkoniyatini bildiradi. Shu uch xil taqqoslash orqali jamg'arishni qayerga yotqizish ma'qulligi tanlab olinadi.

10.6. Uy xo'jaliklarini inson kapitalini yaratishdagi ishtiroki

Uy xo'jaliklari iqtisodiyotni ish kuchi bilan ta'minlaydi, bu bozor sharoitida inson kapitali, deb yuritiladi. Uni yaratish xarajat talab qilgani uchun u kapitalga tenglashtiriladi.

Inson kapitali, bu kishilarning hayotiy ne'matlar hisoblangan tovar va xizmatlarni yaratishga qodir bo'lgan aql-idroki va kuch quvvatidir.

Bu inson jismida joylashgan, undan ajralmagan holda amal qiluvchi jismoniy va intellektual (aqliy) qobiliyatning yaxlitligidir. Inson kapitali ishlab chiqarishga kirib boradi va uning inson omiliga aylanadi. U dastlab individual, ya'ni ayrim kishilarning qobiliyati sifatida maydonga chiqadi, ishlab chiqarishda jamoa hosil qilganda, korporativ kapitalga, butun mamlakat doirasida milliy kapitalni hosil qiladi. Ish bilan band bo'lganlar qobiliyati amaldagi kapital bo'lsa, band bo'lmaganlarniki zaxira kapitali hisoblanadi. Bu kapitalni yaratishda uy xo'jaliklaridan tashqari davlat, korxona va tashkilotlar ham ishtirok etadi, ammo xo'jaliklar uni yaratuvchi birlamchi va asosiy bo'g'indir. Ular individual kapitalni yaratadilar. Bu ishda ularning iste'mol xarajatlari va jamg'armalari ishtirok etadi.

Inson kapitali avval yaratiladi, so'ngra takror va takror yaratilib turadi. Uni yaratishni dastlabki jamg'arilishi, deb yuritiladi, bu asosan xonadonlarda kechadi. Dastlabki jamg'arish bu bolalarni tug'ilib voyaga yetishi, tarbiyalanishi, bilim olishi, kasbga ega bo'lishi va ishga joylashuvidir. Buning xarajatlarini xonadonlar daromad topuvchilari hisobidan ko'taradi. Iqtisodiyot rivojlangan sari inson kapitalining sifatiga talab oshadi, chunki malakasi va bilim saviyasi tobora yuqori ishlovchilar talab qilinadi. Shu bois, uni tayyorlash muhlati va xarajatlari ortishiga moyil bo'ladi. Agar, XX asr boshida ishlovchilarning 8 yil ta'lim olishi kifoya qilsa, uning oxiriga kelib 12 yillik ta'lim talab qilindi. XXI asrda 15-18 yillik ta'lim zarur bo'lib qoladi.

Inson kapitaliga talabni uzluksiz ortib borishi, uning uchun xonadonlar sarfini oshiradi. Bolalarni voyaga yetkazish xarajatlarini o'sishi xonadonlar daromadi cheklangan sharoitda oilada bolalarni ko'paytirmasdan, ular sonini optimallashtirish, ya'ni daromadiga moslashtirishga undaydi. Xo'jaliklar inson kapitalini shakllantirish

bilan cheklanmay uni takror va takror hosil qilishda ham ishtirok etadi. Bunda ularning iste'mol sarflaridan tashqari jamg'armasi ham ishtirok etadi. Bular yetishmaganda kredit olinadi. Inson kapitalining takroran yaratilishida uy xo'jaliklari davlat va firmalar bilan hamkorlik qilishadi. Bolalarni voyaga yetkazishdagi ta'lim-tarbiya, sog'lomlashtirish xarajatlarini davlat o'z zimmasiga oladi. Ishlovchilar bilim saviyasi, malakasi va ish tajribasini oshirish bilan bog'liq xarajatlarni firmalar ko'taradi.

Xo'jaliklarni inson kapitaliga qilgan xarajatlari uning investitsiyalari hisoblanadi. Bu investitsiyalar eng samarali hisoblanadi.

Masalan, ta'limga yuborilgan jami investitsiyalar moddiy kapitalga yetkazilgan investitsiyalardan 4-5 marta ko'p foyda keltiradi.

Xo'jaliklar investitsiyasi yakka tartibdagi investitsiya bo'lib, bundan ularning o'zi manfaatdor bo'ladi. Bu investitsiyalar ishlab pul topish qobiliyatini oshiradi. Ular samaradorligini olingan daromadni o'sishiga qarab baholash mumkin.

Insonda mavjud yaratuvchilik qobiliyati saqlanar ekan, u doimo daromad keltira oladi. Kelajak avlodda bu qobiliyatni o'ylab shakllantirish va so'ngra rivojlantirish, unga meros qoldirgandan ko'ra afzalroq hisoblanadi. Chunki, bu merosdan ko'ra ko'proq boylik yaratadi.

Xulosalar

1. Uy xo'jaliklari mini guruh, iste'molchilarni birlashtiruvchi iqtisodiy birlik bo'lib, iqtisodiy munosabatlarning asosiy va eng ko'pchilikdan iborat subyektlari hisoblanadi. Ular etnodemografik, iqtisodiy, ijtimoiy va hududiy jihatdan turli toifalarga ajratiladi.

Uy xo'jaliklarining o'z manfaatlari borki, bu ularning mulk sohibi, daromad topuvchi, iste'molchi, inson kapitalini yaratuvchi va jamg'arma hosil qiluvchi sifatidagi manfaatidir.

2. Uy xo'jaliklari o'z manfaati yo'lida firmalar, davlat, nodavlat va notijorat tashkilotlari bilan tashqi munosabatga kirishadilar. Xonadonlar ichki munosabati uni tashkil etuvchi kishilar o'rtasida bo'ladi.

3. Uy xo'jaliklarining asosiy funksiyasi iste'molchilik bo'lib, bu bilan ularning hayotiy ehtiyojlari qondiriladi. Ular iste'moli tovar iste'moli xarakteriga ega. U ratsional va irratsional bo'ladi, unga Engel qonuni xos bo'ladi. Uy xo'jaliklari iste'moli ularning o'z ehtiyojini qondirishidan tashqari ichki bozorni shakllantiruvchi va

kengaytiruvchi, binobarin ishlab chiqarishni o'sishiga sharoit yaratuvchi omil hisoblanadi.

4. Uy xo'jaliklarining ishlab chiqarish funksiyasi cheklangan bo'lib, bu yerda yaratilgan tovar va xizmatlar birinchidan bozorga taklif etilsa, ikkinchidan xonadonlarni o'zida iste'mol qilinadi. Uy-ro'zg'or yumushlari faqat o'z iste'moliga xizmat qiladi. Bu yerdagi bandlik ishlab daromad topishga bog'liq, u ko'p bo'lsa uy yumushlarini xizmatchilarni pulga yollab bajariladi, agar u kam bo'lsa xonadon ahli ularni o'zi bajaradi.

5. Uy xo'jaliklarini jamg'arish funksiyasi bu ular daromadining bir qismini yig'ib borilishi bo'lib, bu birinchidan kelajakdagi xaridni, ikkinchidan pulni ishga solib daromad olishni mo'ljallaydi. Jamg'arish me'yori uning daromaddagi hissasidir, jamg'arishning iste'mol salohiyati bu yig'ilgan pul qancha vaqtdagi iste'mol sarfi uchun yetarli bo'lishini bildiradi.

6. Uy xo'jaligi iste'moli va jamg'arishi inson kapitalini yaratish va uni rivojlantirishga xizmat qiladi. Bu kapital insonning yaratuvchanlikka qaratilgan aql-zakovati va kuch-qudrati bo'lib, ishlab chiqarishga xizmat qiladi.

Tayanch tushunchalar

Uy xo'jaligi, uy xo'jaligi turlari, tashqi va ichki munosabatlar, bozor va nobozor munosabatlari, budjet, iste'molchilik funksiyasi, bazaviy, ratsional va irratsional iste'mol, Engel qonuni, tomorqa xo'jaligi, yakka mehnat faoliyati, uy-ro'zg'or yumushlari, vaqt qadri-qiymati, jamg'arish, jamg'arish me'yori, jamg'arish funksiyalari, jamg'arishning iste'mol salohiyati, investitsiya, inson kapitali, inson kapitaliga investitsiyalar.

XI bob. BOZOR NARXLARINING SHAKLLANISHI

11.1. Narxning mohiyati va funksiyalari

Bozorda tovar va xizmat xarid etilgan chog'da bunga qancha pul to'lash kerakligini narx belgilaydi. Narx arzon bo'lsa pul kamroq to'lanadi, narx qimmat bo'lsa pul ko'p to'lanadi. Narx bozordagi oldi-sotdi aloqalarini ta'minlaydi. Xo'sh, narxning o'zi nima?

Narx bozor aloqalarining asosiy iqtisodiy vositasi bo'lib, tovar va xizmat birligini sotib olish uchun to'lanadigan pul miqdorini bildiradi.

Tovarni puli bor sotib oladi. Uning qancha tovar sotib olishi mumkinligini, ya'ni uning xarid qurbini birinchidan tovar narxi belgilasa, ikkinchidan, uning pulini miqdori belgilaydi. Tovarning qanday narxda oldi-sotdi qilinishi sotuvchi va xaridorning kelishuvi asosida belgilanadi. Sotuvchi bozorga o'z narxini taklif qiladi, xaridorning ham o'zi mo'ljallagan narxi bor, bu uning yonidagi puliga bog'liq. Sotuvchi va xaridor narxi bir-biriga mos tushganda **bozor narxi** paydo bo'ladi va shu narx bilan tovar sotiladi. Sotuvchi o'z narxini foydani ko'proq olish uchun belgilaydi. Xaridor narxi esa uning qo'lidagi pulga sifatliroq va ko'proq tovar olishga qaratiladi. Savdolashuv asosida har ikki tomonga ma'qul narx paydo bo'ladi. Buni anglash uchun go'sht bozorini ko'z oldimizga keltiramiz. Bozorga xaridor 42000 so'm pul bilan go'sht olish uchun keladi. Sotuvchi unga mol go'shtini 23000 so'mdan taklif etadi, xaridor go'shtning narxini 20000 so'mga tushiradi. Sotuvchi bunga ko'nmaydi, chunki zarar ko'rishi mumkin. Sotuvchi biroz qo'shing, deydi. Shunda xaridor 21000 so'mni taklif etadi. Shunda sotuvchi rozi bo'ladi. Xaridor puliga 2,0 kg go'sht oladi. Bordi-yu bozorda savdolashuv bo'lmasa xaridor go'shtni sotuvchi aytgan 23000 so'mdan oladi, mo'ljallangan 42000 so'm puli go'shtga yetmaydi, unga yana 4000 so'm kerak. Shunday qilib go'sht bozorida 1 kg go'shtga qancha pul to'lash kerakligi aniq bo'ladi. Bu go'shtning bozor narxidir. Bozor tizimidagi barcha iqtisodiy aloqalar narx vositasida amalga oshganidan u bozor xo'jaligining amal qilishida asosiy rol o'ynaydi. Narx iqtisodiyotda quyidagi funksiyalarni bajaradi:

1.**Hisob-kitob, o'lchov funksiyasi.** Bunda qilingan sarf-xarajat, ko'rilgan foyda-zarar, bajarilgan ish hajmining hammasi ma'lum narxlar asosida hisob-kitob qilinadi. Ishlab chiqarish va uning natijalarining natural-moddiy, qiymat-pul o'lchovi bor. Natural-moddiy ko'rsatkichlarni taqqoslab yoki umumiy ko'rsatkichga

keltirib bo'lmaydi. Masalan, 1 m^2 gazlama, 1 juft oyoq kiyim, 1 m^3 gaz, 1 kVt-soat elektr energiyasi, 1 tonna paxta, 1 m^2 uy-joy kabi ko'rsatkichlarni jamlab, umumiy ko'rsatkich olib bo'lmaydi. Ularning umumiy o'lchovi pul, unda ifodalangan narx bo'lishi mumkin. Xarajatsiz ishlab chiqarish bo'lmaganidan, buning uchun ma'lum narxda sotib olingan resurslar sarf etiladi. Mashina-uskuna, xomashyo, yoqilg'i, har xil material va ish kuchining narxi bor. Ularning miqdorini narxlariga ko'paytirilsa, xarajat hajmi kelib chiqadi. Yaratilgan mahsulot miqdorini uning har biri narxiga ko'paytmasi ishlab chiqarish hajmining puldagi ifodasini ko'rsatadi. Hisob-kitob uchun joriy va taqqosiy narxlar qo'llaniladi. Joriy narxlar amaldagi narxlar, ular bilan yil davomidagi ishlar hisoblanadi, masalan, mahsulot miqdori, eksport-import hajmi hisoblanadi. Iqtisodiy o'sish dinamikasi, daromad, real ish haqi va real foyda kabilar taqqosiy narxda hisoblanadi. Bunda ma'lum yil (bu baza yili) asos qilib olinadi va iqtisodiy dinamika shu yildagi narx bilan hisoblanadi, chunki joriy narx inflatsiya tufayli o'zgarishi mumkin. Narx inflatsiya ta'siridan xoli etilganidagina, u real iqtisodiy natijani ko'rsata oladi. Gap shundaki, iqtisodiyot pasaygan sharoitda narxning tez oshib borishi ishlab chiqarish hajmining puldagi ifodasini sun'iy ravishda oshirib yuboradi. Masalan, mamlakatda 5 mln tonna bug'doy yetishtirildi. 1 tonna bug'doyning joriy narxi 120 dollar. Bug'doyning jami narxi 600 mln dollar. Bug'doy yetishtirish 4,6 mln tonnaga tushdi, biroq narx 1 tonna bug'doy uchun 140 dollar bo'ldi. Bunda jami bug'doy narxi 644 mln dollarni tashkil etadi. Narxiga binoan bug'doy hajmi ko'p, ya'ni 644>600, amalda olingan bug'doy hajmi oz, chunki 4,6<5,0. Bunda joriy narx ish natijasini noto'g'ri ifodalaydi. Shuning uchun bug'doyning shu yilgi hosilini o'tgan yilgi narxda hisoblash to'g'ri bo'ladi. Bunda bu yilgi hosilning puldagi taqqosiy qiymati 644 mln dollar emas, balki 552 mln dollar (4,6*120=552 mln dollar) bo'ladi. Bu bilan real iqtisodiy natija baholanadi.

2. **Iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish funksiyasi**. Narxning o'zgarib turishi (bu amalda shunday) ishlab chiqarish va iste'molni rag'batlantiradi. Narx oshganda, agar xarajatlar o'zgarmay qolsa foyda ko'payadi, bu ishlab chiqaruvchilarni tovarni ko'paytirishga undaydi, chunki foydani maksimumlashtirish imkoni paydo bo'ladi. Masalan, oddiy sterjenli plastmass ruchka 120 so'm turadi. Shundan 100 so'mi xarajat, 20 so'm foyda. Agar hozir firma 10 mln dona ruchka chiqarsa uni 1,2 mlrd so'mga sotib, shundan 200 mln so'm foyda ko'radi. Bordi-yu ruchka narxi 10 so'mga oshsa firma ruchkani 12 mln dona chiqarishga intiladi, chunki bunda foyda 360

mln so‘mni tashkil etadi, ya’ni 160 mln so‘mga ortgan bo‘ladi (360−200=160). Narx iste’molchini ham rag‘batlantiradi. Agar narx pasaysa bu iste’molni ko‘paytirishni rag‘batlantiradi. Narx oshsa iste’molni tejash rag‘batlantiriladi. Masalan, avtobenzin narxi 1 litr hisobida 2300 so‘mdan 2250 so‘mga tushdi. Bunda avtomobil egalari benzinni ko‘p olib, mashinada ko‘p yura boshlaydilar. Bordi-yu benzin narxi 2300 so‘mdan 2400 so‘mga chiqsa va xaridor daromadi o‘zgarmay tursa benzin iste’moli qisqaradi. Chunki mashinada kamroq yuriladi.

3. **Iqtisodiyotni tartiblash funksiyasi.** Bu funksiya shundan iboratki narxning o‘zgarishi kerakli tovarlarni ishlab chiqarishga undaydi. Narx qanday tovarlarni qancha ishlab chiqarish zarurligini belgilab beradi. Narx bamisoli barometr singari bozor holatini ko‘rsatib turadi. Shunga binoan firmalar nimani va qancha ishlab chiqarilsa, uni bozor ma’qul ko‘rishini belgilaydilar. Muayyan tovarning narxi oshib borishga moyil bo‘lsa, demak u bozortalab tovar, uni ko‘proq chiqarish zarur. Buning uchun esa bozordan resurslarni ko‘proq xarid etish kerak. Demak, tayyor tovar narxining ortishi resurslarni shu tovarni ishlab chiqarish tomon buradi. Qaysi bir tovarning bozori kasod bo‘lib narxi tusha boshlasa, uning o‘rniga boshqa yangi tovar chiqariladi. Resurslar eski tovar ishlab chiqarishdan olinib yangi tovarni ishlab chiqarishga yuboriladi. Resurslarni turli sohalarga burish orqali narx iqtisodiyotni tartiblab turadi, ya’ni keraksiz tovarlar o‘rniga kerakli, binobarin bozorbop tovarlarni yaratishni ta’minlaydi.

4. **Raqobat vositasi funksiyasi.** Narx g‘oyat muhim iqtisodiy vosita bo‘lganidan u raqobat kurashida ham qo‘llaniladi. Firmalar bozorni egallab olish, undan raqiblarni siqib chiqarish uchun narxni o‘zgartiradilar. Ular narxni pasaytirish orqali xaridorni o‘z tomoniga og‘dirib oladilar, uni o‘ziga o‘rgatib olgach narxni oshira boradilar. Sotish hajmini ko‘paytirish uchun firmalar xaridorlarning sotib olish qobiliyatiga qarab bir xil tovarga har xil narx belgilaydilar. Masalan, aviakompaniyalar samolyotlarni to‘ldirib uchish uchun ekonom-klass saloniga chiptani arzon sotadilar, biznesklass va elitaklass saloniga esa qimmat sotadilar. Oddiy yo‘lovchi uchun samolyot chiptasining narxi muhim, biznes klassdagi puldor uchun esa narxning ahamiyati yo‘q, samolyotda uchish komfortli bo‘lsa bas. Yuqori narxlar vositasida raqobatlashuv prestijli, obro‘talab tovarlar bozorida qo‘llaniladi, chunki bu yerda pulni betiga qaramay prestijli tovarlarni oluvchilar bo‘ladi, ular narxning yuqori bo‘lishini tovar sifatining yuqoriligi, deb qabul qiladilar.

Aytilgan iqtisodiy funksiyalar bozor narxlariga xos bo‘ladi. Biroq bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida narx ijtimoiy himoyalash funksiyasini vaqtincha bajaradi. Bunda davlat tomonidan dotatsiyalangan, ya’ni ataylab arzonlashtirilgan narxlar qo‘llaniladi. Ularga binoan o‘ta muhim tovarlarning ba’zilari arzon narxda aholiga sotiladi. Bu tovarlarning amaldagi va haqiqiy bozor narxi o‘rtasidagi farq davlat budjeti hisobidan qoplanadi. Dotatsiyalangan narxlar ijtimoiy funksiyani bajargan holda iqtisodiy rag‘batlantirish funksiyasini bajarmay qo‘yadi. Shu bois dotatsiyalangan narxlardan erkin bozor narxiga o‘tish yuz beradi. O‘zbekistonda ham iqtisodiy funksiyalarni bajaruvchi erkin bozor narxlariga o‘tildi, biroq ijtimoiy muhim bir qator tovarlarga dotatsiya narxlari saqlanib qolindi. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish tugallangach narx ijtimoiy himoya funksiyasini bajarmay qo‘yadi.

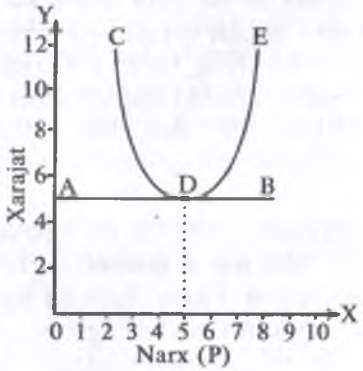
11.2. Erkin bozor narxlarining yuzaga kelishi

Biz bilamizki, erkin raqobatli bozor va monopol bozorlar bor, bu yerda narxlar turlicha bo‘ladi. Lekin, bundan qat’iy nazar hamma yerda narxlarning shakllanishiga ta’sir etuvchi umumiy omillar amal qiladi. Bular: xarajat, talab, taklif va raqobatdir.

Xarajat – bu har qanday narxning umumiy asosi bo‘ladi, chunki xarajatsiz hech qanday tovar yoki xizmatni yaratib bo‘lmaydi.

Xarajat narx tarkibiga kiradi, chunki tovarlar sotilgach ular qoplanishi kerak. Narx hech bo‘lmaganda xarajatni qoplashga yetarli bo‘lishi kerak, shu sababli xarajat miqdori narxning quyi chegarasini tashkil etadi, ya’ni narx xarajatdan past bo‘lishi mumkin emas. Binobarin narx xarajatga tayanishi talab qilinadi. Narx xarajatga teng bo‘lganda sotishdan tushgan pul qilingan sarflarni qoplaydi, tadbirkor me’yoridagi foydani oladi. Buni tushunish uchun keltirilgan chizmani ko‘rib chiqamiz (11.1-rasm).

Chizmadagi AB to‘g‘ri yon chiziq, xarajatlarni bildiradi. Yoysimon CE chizig‘i narxni ifodalaydi, bu D nuqtasida AB chizig‘iga tegib turadi. Bu narx xarajatga asoslanishini bildiradi. Xarajat W=5, narx P=5. Shunday bo‘lganda ishlab chiqarish davom etadi. Narx tovar birligiga xos bo‘ladi, tovar birligi xarajati esa o‘rtacha xarajatdir.



11.1-rasm. **Xarajat va narx**

Masalan, firma kostyum tikadi. Bir kostyumga 140 ming so‘m ketadi. Shundan 136 ming so‘m firma sarfi, 4 ming so‘m firma egasi oladigan me’yordagi foyda bo‘ladi. Demak, kostyumga kam deganida 140 ming so‘mlik narx belgilanishi kerak shundagina uni ishlab chiqarish mumkin. Firma rivojlanishi uchun iqtisodiy foydani ham olishi kerak. Buning uchun kostyum narxi 140 mingdan yuqori bo‘lishi zarur, masalan 155 ming so‘m. Biroq, buning uchun shu summani bozor qabul qilishi, ya’ni uni ko‘tarishi kerak. Bu talab-taklif nisbatiga bog‘liq.

Talab va taklif nisbati. Talab va taklif narxga har xil yo‘nalishda ta’sir etadi. Talab oshsa narx oshadi, talab qisqarsa narx pasayadi. Aksincha, taklif ko‘paysa narx tushadi, u qisqarsa narx oshadi. Talabni xaridor bildiradi, taklif esa sotuvchi tomonidan bo‘ladi. Ularning nisbatiga ko‘ra narx yuzaga keladi. Xaridor bozordagi har qanday narxni emas o‘ziga ma’qul narxni tan oladi. Bu ikki narsaga bog‘liq, birinchisi xaridorning qancha puli borligi, ikkinchisi xaridor qanday tovarni afzal ko‘rishi. Xaridor puli muayyan miqdor bilan cheklangan, uni xaridor o‘zgartira olmaydi, chunki bu unga bog‘liq emas. Masalan, o‘rtacha bitta xonadonning bir oyda topgan puli 1058 ming so‘m bo‘lgan. Shu pulning soliq to‘langanidan qolgan qismi 97,3 ming so‘m. Xonadon bozorga shu pul bilan chiqadi, uni 1500 ming so‘mga yetkaza olmaydi albatta, chunki ishlab topgani shu. Xonadon topgan puli doirasida tovarlarni tanlashi mumkin.

Xaridorlarning didi har xil bo‘lganidan ular turli tovarlarga talab bildiradilar. Xaridorning didi va xarid qobiliyati u o‘z ehtiyojini qondirish uchun qanday miqdorda va qaysi xildagi tovarlarni necha puldan olishi mumkinligini belgilaydi. Xaridorning tovar tanlashdan iborat ishi uning xarid qobiliyati doirasida eng nafli mollarni topishga intilishini bildiradi. Tovarning naf keltirishi qanchalik yuqori bo‘lsa, shunchalik narx xarajatdan yuqoriga qarab intiladi va hatto undan uzilishi ham yuz beradi.

Narxning tovar nafligiga monand oshib borishi cheksiz emas, albatta, chunki naf keltirish me’yorining ham eng oxirgi chegarasi bo‘ladi. Shu chegaradan o‘tgach tovarning nafliligi pasaya boradi. Naflilikning eng yuqori nuqtasida narx ham yuqori bo‘ladi. Shundan so‘ng narx pasaya boradi. Demak, naflilik narxni ma’lum vaqtgacha oshiradi, so‘ng esa narx pasayadi, chunki naflilik kamayadi.

Shu narsa qonuniyki, tovarning nafliligi qancha yuqori bo‘lsa, uning narxi ham shuncha baland bo‘ladi va aksincha.

Naflilik tovarning xossasi bilan cheklanmay, uni iste’mol qilish vaqti bilan ham o‘lchanadi. Mehnat unumdorligi yuqori bo‘lib, vaqt birligida pul qanchalik ko‘p topilsa, shunchalik vaqtning qadri

yuqori bo'ladi. Bu iste'mol vaqtiga ham taalluqli. Tovarlar iste'mol uchun qanchalik qulay bo'lib, vaqtni tejasa, ularning narxi shunchalik yuqori bo'ladi. Vaqtni tejash tovar nafliligining muhim belgisi. Xaridor uchun vaqt qadri, masalan, menejer, shifokor, muhandis, ishchi, uy bekasi, farrosh, nafaqaxo'r uchun har xil. Aytaylik shifokor ayolning vaqti tig'iz, u bemor ko'rib pul topadi, uy bekasining vaqti bemalol, pul topadigan ishi yo'q. Shifokor tovarga telefon orqali buyurtma berib, qimmat bo'lsa-da keltirib berganiga rozi bo'ladi. Uy bekasi bunday qilmaydi. U arzon tovarni qidirib topadi. Bu o'rinda bir xil tovarning narxi har xil bo'lishi turgan gap. Vaqtning qadri ortishi bilan iste'mol uchun qulaylik berish xarajatlari ko'payib, ular tovar narxini shakllantirishda faol qatnashadi.

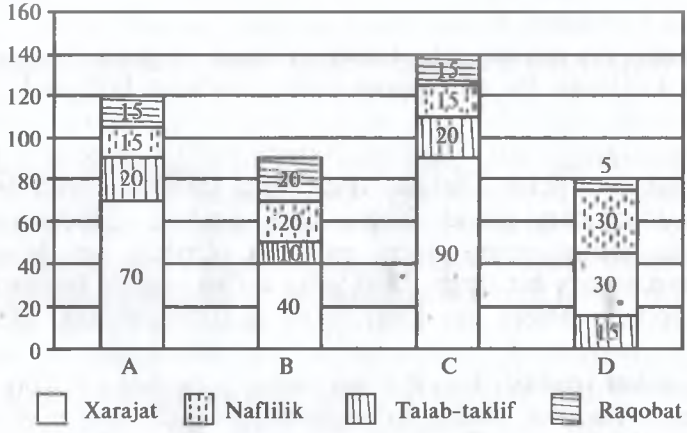
Xullas, xarid qurbi va naflilik darajasi birgalikda talabni hosil qiladi, talab esa narxga ta'sir etadi. Bozor narxi talabdan tashqari taklifga ham bog'liq bo'ladi. Taklif bilan talab tenglashganda bozorda **muvozanat narxi** yuzaga keladiki, bu ham xaridorga, ham sotuvchiga ma'qul bo'ladi. Biroq aytilgan tenglikni har xil omil yuzaga keltiradi. Bu muvozanat talab hisobidan bo'lganda yuqori narx asosida, aksincha buni taklif yuzaga keltirganda bu past narx asosida yuzaga keladi. Masalan, sutning nafliligi yozu-qish bir xil, lekin narxi turlicha. Qishda sutga talab taklifdan ortiq bo'lgani uchun uning narxi oshadi. Yozda sutning taklifi talabdan ortiqcha bo'lgani uchun uning narxi pasayadi. Qishda sut bozoridagi muvozanat narx bir litrga 2500 so'm bo'lsa, yozda bu narx 2200 so'm bo'ladi. Mana shu 2500 so'm va 2200 so'mlik narx ham sotuvchi, ham xaridor uchun ma'qul muvozanat narxi bo'ladi.

Raqobat vositasi. Raqobat narx bilan borganda u bozorga ta'sir o'tkazadi. Raqobat kuchli bo'lsa narx pasayadi, agar u cheklansa narx ortishga moyil bo'ladi. Raqobat narxga taklifni ko'paytirish orqali ta'sir etadi. Bozordan raqibni siqib chiqarish uchun tovarni ko'plab va xaridorga ma'qul narxda taklif etish kerak bo'ladi. Demak, raqobat taklifni ko'paytirib narxni tushiradi. Ammo buning o'z chegarasi bor. Taklif ko'payganda ommaviy iste'mol tovarlarining narxi pasayadi, biroq keragidan ortiqcha tovarlar narxi pasaysa, ularni sotish baribir ko'paymaydi. Demak, raqobat sharoitida narx talabning miqdoriy chegarasiga qadar o'zgarib borishi mumkin. Bundan so'ng uni hatto pasaytirish natija bermaydi. Raqobat qanchalik kuchli bo'lmasin baribir narxni xarajatdan pastga tushishiga yo'l berilmaydi, chunki shunday bo'lsa zararga ishlash kelib chiqadi va bu raqobatni bema'ni ishga aylantiradi. Raqobatchilar qanchalik ko'p bo'lsa, shunchalik narxlar arzon bo'ladi. Bordi-yu raqobatchilar til biriktirsalar, o'zaro kurash o'rniga

kelishuv paydo bo‘ladi va ular taklifni ko‘paytirmay turib narxni oshirish imkoniga ega bo‘ladilar.

Narxni shakllantiruvchi omillar unga har xil yo‘nalishda ta’sir etadi. Masalan, talab va xarajatlar o‘sishi narxni oshirsa, raqobat va taklif narxning pasayish tomon boshlaydi. Muayyan paytda aniq bir tovar narxining shakllanishida har xil omillar turlicha rol o‘ynaydi, bir omil ta’sirini boshqasi neytrallashtirib turishi ham yuz beradi. Misol uchun, 4 xil, ya’ni A, B, C, D tovarlar narxini olib, uni shakllantiruvchi omillarni ko‘rib chiqamiz (11.2-rasm).

Rasmdagi tovarlar birligining narxi (P) har xil. Tovar A da P=120, B da P=90, C da P=140, D da P=80. Ayni paytda ularning shakllanishiga turli omillar – xarajat, naflilik talab-taklif nisbati va raqobat kurashi har xil hissa qo‘shgan. Narxlarning aytilgan omillar ta’sirida erkin ravishda shakllanishi raqobatli bozorga xos bo‘ladi.



11.2-rasm. **Turli omillarning narxga ta’siri**

Bu yerda hamma sotuvchilar va xaridorlar erkinlikka ega. Ular nima ish qilishini o‘zlari belgilaydi. Ular ko‘pchilik bo‘lganidan, ulardan hech biri o‘z bilganicha narxni o‘rnata olmaydi. Narx raqobat jarayonida tashkil topadi. Masalan, bug‘doy, guruch yoki paxta bozorida sotuvchilar minglab fermerlardan iborat, xaridor firmalar ham son minglab bo‘ladi. Erkin bozorda xaridor-sotuvchi aloqasidan bozor narxi yuzaga keladi.

Bu narx xaridorning talab narxi bilan sotuvchining taklif narxi oralig‘ida bo‘ladi. Erkin bozorda muayyan bir xil tovarlar narxi bir-biridan farqlanadi. Bu farq narxning xarajatdan naqadar yuqori bo‘lishi bilan belgilanadi.

Masalan, hamma yerda ruchka sterjenlari har xil narxda sotilib, bu 50–70 so'm oralig'ida bo'ladi. Raqobat kuchli bo'lib, taklif ko'paygan joyda sterjen 55 so'm turadi, raqobat kam bo'lgan va taklif qisqa yerda talab undan ortiqcha bo'lgani uchun sterjen 65 so'm turadi.

Lekin, hech bir bozorda sterjen 50 so'mdan past narxda sotilmaydi, chunki uning xarajati, ya'ni sotib olinish narxi 50 so'm turadi. Xaridor uchun erkin bozor narxlari ma'qul, chunki bu yerda kerakli tovarlarni arzonga olib, iste'molni maksimumlashtirish mumkin.

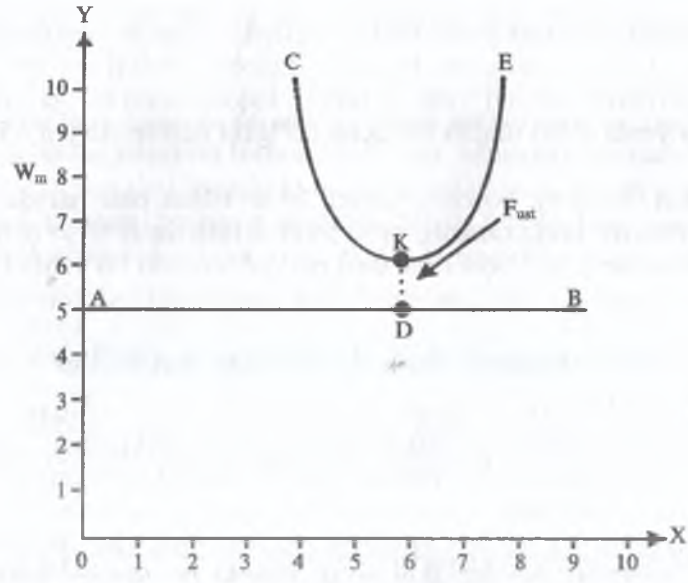
11.3. Monopol bozor narxlarining shakllanishi

Monopol bozor bu tanho yoki ozchilik ishlab chiqaruvchilar yoki iste'molchilarning hukmronligi, ya'ni hokimiyati mavjud bozordir. Bu yerda narxni shakllantiruvchi omillar cheklangan holda amal qiladi. Sof monopoliya bozorida yakka hokim firma bo'lib, u tovar taklifini o'z qo'lida jamlaydi. Xaridorning shu monopoliya tovarini olishdan boshqa iloji yo'q, chunki bu tovarni boshqalar taklif etmaganidan xaridorning tanlash imkoni bo'lmaydi. Shunday sharoitda xaridor monopoliya o'rnatgan narxni qabul qiladi. Masalan, aholining gaz ta'minoti yagona kompaniya qo'lida, chunki hamma gaz konlari unga tegishli bo'ladi. Har bir xonadon gazni shu kompaniya o'rnatgan narxda olishga majbur, chunki u gazsiz tirikchilik qila olmaydi. Monopoliya o'rnatgan narx odatda marjinal xarajatlardan yuqori bo'ladi. Ma'lumki, erkin bozordagi narx marjinal xarajatlarga tenglashgan sharoitda o'rtacha xarajatlar eng kam bo'ladi va shunga ko'ra foyda maksimumlashadi. Ammo monopoliyani bu qoniqtirmaydi. U ustama foyda olishga intilib, narxni marjinal xarajatlardan oshirib belgilaydi.

Buni quyidagi chizmadan ko'rish mumkin (11.3-rasm).

Chizmadagi AB yon chiziq marjinal xarajatlar bo'lsa, CE yoysimon chiziq monopoliya narxini bildiradi. Bu chiziq AB chiziqdan yuqorida o'tadi. Erkin bozor bo'lganda, narx D nuqtada xarajatlarga kelib taqalar edi. SE chizig'i AB chizig'idan yuqorida o'tganidan DK nuqtalari oralig'ida farq paydo bo'lgan. Bu aynan erkin va monopol narxning farqi bo'lib, bu ustama foydani beradi.

Monopol narx erkin bozordagi muvozanat narxidan ancha yuqori bo'ladi. Erkin bozordagi narx (P_e) marjinal xarajatga (W_m) teng, deb aytdik, bunda $P_s=W_m$ kelib chiqadi. Monopol bozordagi narx (P_{mon}) marjinal xarajatdan katta bo'ladi. Bunda $P_{mon} > W_m$ kelib chiqadi. Bular orasidagi farq monopoliya uchun ustama foydani (F_{ust}) beradi.



11.3-rasm. **Sof monopoliya narxi**

Bunda $P_{mon} - W_m$ kelib chiqadi. Masalan, 1000 m^3 gazning narxini monopoliya 260 dollar belgilaydi. Gazning marginal xarajati 250 dollar, agar gaz shu narxda sotilsa kompaniya 10 dollar foyda ko'radi, chunki o'rtacha xarajati 240 dollar. Bu el qatori foydadir. Biroq monopoliya 10 dollar ustama foyda ko'radi (260–250=10). Agar raqobat bo'lganda edi, monopoliya bu ishni qila olmas edi, chunki raqiblar xaridor pulini olish uchun narxni pasaytirgan bo'lar edilar.

Monopol firmalarda tovarlar taklifi elastik bo'lmaydi, ya'ni narx yuqori bo'lishiga qaramay taklif ko'paymaydi, chunki yuqori narxning o'zi qo'shimcha foyda keltirganidan taklifni ko'paytirishga hojat qolmaydi. Monopol bozorda xarajatni pasaytirmay, narxni oshirish hisobidan ustama foyda olish ham mumkin. Lekin buning ham o'z chegarasi borki, bu xarid qobiliyatidir. Agar narx bundan chiqib ketsa tovar sotilishi qisqarib foyda ham kamayadi. Shuning uchun monopoliya ham xarid qobiliyati bilan hisoblashishga majbur, ya'ni u narxni ma'lum chegaraga qadar oshira oladi, agar bundan chiqib ketilsa yuqori narxni bozor ko'tarmay qo'yadi. Bizning misolimizda gaz monopoliyasi uning narxini 270 dollarga chiqarsa uni sotish qisqarib ketadi yoki u umuman sotilmay qoladi, chunki xaridorlar alternativ (muqobil) yoqilg'i: neft, ko'mir yoki elektroenergiya sotib ola boshlaydilar. Xullas, raqobatsiz bozordagi

monopol narxlar shakllanganda ular tarkibiga o'rtacha xarajatlar, el qatori yoki o'rtacha foyda ($F_{o'r}$) va nihoyat ustama foyda (F_{ust}) kiradi. Bunda $P_{mon} = W_{or} + F_{o'r} + F_{ust}$ hosil bo'ladi.

Monopol raqobatli bozorda ko'pgina monopoliyalar bo'lib, bular o'zaro kurashganidan narx belgilashda raqiblar borligi, ular xaridorlarga qulay narxni taklif etishlari mumkinligi hisobga olinadi. Bu yerda narx belgilashda haddidan oshib ketish bo'lmaydi. Cheklangan bo'lsada, monopol hokimiyatning borligi, narxni marjinal xarajatlardan biroz bo'lsa-da yuqoriroq belgilash imkoni saqlanib qoladi. Biroq narx bilan marjinal xarajatlar farqi katta bo'lmaydi. Shu sababli ustama foyda ham ko'p bo'lmaydi. Biroq monopol raqobat kuchaygan kezlarda bu ustama yo'qolib ham ketadi, chunki narx marjinal xarajatlarga tenglashib qoladi, ya'ni $P_{mon}=W_m$ holati paydo bo'ladi. Biroq bu o'tkinchi hodisa, chunki qoida sifatida monopol narx amal qiladi.

Oligopoliya bozorida ozchilik tovar ishlab chiqaruvchilar – firmalar hukmron bo'lganidan bu yerda bozor hokimiyatini saqlashga intilish bilan birgalikda raqobatlashuv ham bo'ladi. Bu bozorda narx belgilashda ikki xil usul amal qiladi.

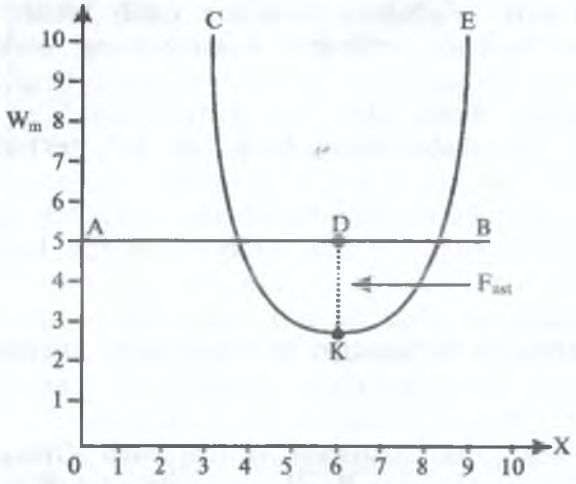
Birinchidan, firmalar narxni bozorga qarab o'rnatadilar, ya'ni raqobatni hisobga oladilar. Bunda narx belgilashdagi **peshqadamlik** qoidasi amal qiladi. Boshqa firmalar peshqadam firma belgilagan narxga yaqin qilib o'z narxini o'rnatadilar. Bu yerda raqibga narxda ustunlik bermaslik yo'li tutiladi. AQShda avtomobil bozorida «Kraysler» peshqadam narxini o'rnatsa, shunga ko'ra «Ford» va «General motors» kompaniyalari o'z narxini o'rnatadi.

Ikkinchidan, oligopoliya firmalari narxni **til biriktirib,** ya'ni kelishib belgilaydilar. Til biriktirish raqobatga nisbatan kelishuvni afzal bilinganda yuz beradi. Narx xususida til biriktirilganda kartel bitimi kelib chiqadi. Bunga binoan har bir ishtirokchi qancha tovarni sotuvga chiqarishi(kvotasi) belgilab beriladi, narxni qanday oraliqda (koridorda) belgilash ham kelishib olinadi.

Oligopoliya bozorida ham narx marjinal xarajatlardan yuqori belgilanadi, lekin raqobat cheklangan bo'lsa-da, saqlanib qolganidan, narxning bu xarajatdan ortiqligi sof monopoliya sharoitidagiga nisbatan kamroq, lekin monopol raqobatli bozordagidan ko'proq bo'ladi. Agar monopoliya narxi marjinal xarajatlardan 10 % ortiq bo'lsa, bu ko'rsatkich oligopoliyada 6 %, raqobatli monopoliyalarda 2 % bo'lishi mumkin.

Hamma turdagi monopol bozorlarda sotuvchi – monopoliya narxi ustuvor bo'ladi, u bozor narxining asosini tashkil etadi, ya'ni

amaliy narxlar shu atrofida bo'ladi. Bundan farqliroq **monopsoniya** bozorida narxni sotuvchi emas, balki xaridor belgilaydi. Bu yerda xaridor yagona bo'lganidan u aytgan narx amal qiladi. Monopsoniya narxi (P_{ms}) marginal xarajatlardan past qilib belgilanadi. Bunda $P_{ms}<W_m$ hosil bo'ladi. Buni tushunish uchun quyidagi rasmga nazar tashlaymiz (11.4-rasm).



11.4-rasm. Monopsoniya narxi

Chizmadagi AB marginal xarajat chizig'i bo'lsa CE yoysimon chiziq monopsoniya narxini bildiradi. Bu chiziq AB dan pastroqda o'tgan. Sof monopoliya narxi esa bundan yuqorida o'tgan edi (11.3-rasm).

Monopsoniya narxi D va K nuqtalari oralig'ida farq hosil qilgan. Bu sotuvchiga yutqizish bo'lsa, monopsoniya – xaridorga yutuq keltiradi. Monopoliya yutug'i esa yoysimon narx chizig'ini AB dan yuqorida bo'lishi evaziga yuzaga kelgan edi. Monopsoniyada sotuvchiga tegadigan foydaning bir qismi xaridor qo'liga o'tadi. Monopsoniya bozorida talab bir qo'lda bo'lganidan u elastik bo'lmaydi, chunki narx pasayishiga javoban talab o'zgarmaydi. Buning natijasida xaridorning talab narxi bozor narxining asosini tashkil etadi, ya'ni tovarlar monopsonik firmalarga ma'qul narxda sotiladi. Masalan, ko'pchilik butlovchi qismlar yetkazib beruvchi kichik firmalar asosiy mahsulot chiqaruvchi yirik firmadan o'zga xaridorga ega bo'lmaydilar va u taklif etgan narxda o'z mahsulotini sotadilar, chunki ularda xaridor tanlash imkoniyati bo'lmaydi. Shu vajdan ular o'z yutug'ini yo'qotadilar. Masalan, avtomashina but-

lovchi qismining sotuvchi taklif qilgan narxi 60 dollar. Buning 50 dollari xarajat, 10 dollari unga tegadigan foyda. Monopsonik firma bu butlovchiga 56 dollar narx qo'yib uni sotib oladi. Bundan sotuvchi 4 dollar yo'qotadi (60−56=4), monopsonik xaridor esa 4 dollar yutuqqa ega bo'ladi. Xullas, bozorning monopollashuv darajasiga qarab narxning shakllanish mexanizmi farqlanadi. Biroq hamma yerda narxni shakllantiruvchi omillar saqlanadi, lekin ular turli darajada amal qiladi. Monopol bozorlardagi narxlar xaridor (iste'molchi) yoki sotuvchi (ishlab chiqaruvchi)ning yutishi yoki yutqizishiga olib keladi.

11.4. Bozor narxlarining turlanishi

Bozor iqtisodiyotining o'ziga xos narxlar tizimi borki, bu yerda narxlarning shakllanishi o'zaro bog'langan, bir-birini taqozo etuvchi, ammo har xil maqsadlarda qo'llanuvchi narxlar majmuasi amal qiladi. Narxning shakllanish jarayoni murakkab, bozor ishtirokchilari g'oyat ko'pchilik, narxlar har xil vazifalarni bajaradi, shu sababli narxlarning turi ko'p.

Narxlarni turlarga ajratish **mezoni** – bu narxning shakllanish mexanizmi, uning amal qilish sohalari va miqyosi, uni qo'llashdan kutilgan maqsadlar hisoblanadi. Shakllanish mexanizmi jihatidan erkin va monopollashgan narxlar bo'ladi. Bularning nima bilan farqlanishini yuqorida ko'rib chiqdik. Narxlar amal qilish sohalari jihatidan **ulgurji va chakana** narxlarga bo'linadi. Dastlab tovarlar ulgurji, so'ngra chakana narxda sotiladi.

Ulgurji narx ishlab chiqaruvchi tomonidan katta miqdordagi tovarlarni bir yo'la ko'tarasiga xarid etuvchiga sotilgan paytda qo'llaniladigan narxdir. Ulgurji narxlar ishlab chiqaruvchi uchun xarajatlarni qoplab, ma'lum miqdorda foyda ko'rishni ta'minlashi kerak. Ulgurji narxlar tovar birjalarida, savdo uylarida yoki sotuvchi bilan xaridorning bevosita aloqasida qo'llaniladi. Ular odatda **kontrakt narx** shaklida bo'ladi. Kontrakt narx har ikki tomonning roziligi bilan belgilangan va ularning shartnomasida qayd etilgan narxdir. Bu narx kontrakt amal qilgan davrda, odatda, o'zgarmaydi, chunki u oldin kelishilgan bo'ladi, uning buzilishi ikki tomondan birining labzsizligini bildiradi. Ulgurji narx kontraktsiz ham bo'lishi mumkin.

Chakana narxlar bilan iste'mol tovarlari bevosita aholiga sotiladi. Chakana narxga ulgurji narx savdo qiluvchi firmaning xarajatlari va oladigan foydasi kiradi. Chakana narx savdo firmasining zarar ko'rmay ishlashi, ya'ni foyda ko'rishini ta'minlashi zarur,

aks holda, firmaning faoliyati uning o'zi uchun nafsiz ishga aylanadi. Amalda chakana narx talab va taklifga qarab yuqori yoki past bo'lishi mumkin.

Chakana narxlardan biri bu **maxsus arzonlashtirilgan narxlar** hisoblanadi. Bu narx bilan tovarlar muhtojlarga xayr-ehson qoidasiga binoan sotiladi. Bozorda standart va o'zgaruvchan narxlar qo'llaniladi. **Standart narxlar** – bu ma'lum davr oralig'ida o'zgarmay turadigan narxlardir. Shunday tovarlar borki, xaridorlar ularning narxi o'zgarmasligini afzal ko'radilar, masalan, kommunal xizmat, transport xizmatining narxi (tarifi). Shu sababdan, narx qat'iy qolgan holda xarajatlarning o'sgan qismi tejamkorlik orqali qoplanadi, aniqrog'i iste'molga qulaylik yaratish bilan bog'liq xarajatlar kamaytiriladi. Masalan, konfet narxi o'zgarmagani holda uni oddiy qog'ozga o'rash, arzon paketga joylash, qadoqlashni sodda qilish yo'li tutiladi, avtobusda yurish narxi (kira puli) o'zgarmagani holda avtobusdagi qulayliklar kamaytiriladi, uning qatnovi qisqartiriladi, qatnovga katta avtobuslar chiqariladi, avtobuslarga ko'p yo'lovchi olinadi, ularning to'xtash bekatlari kamaytiriladi. Standart narxlardan farqli o'laroq **o'zgaruvchan narxlar** tez-tez sharoitga qarab qaytadan belgilanib turadi. Bunda narxga ta'sir etuvchi omillar, xususan xarajatlardagi o'zgarishlar, raqobat sharoiti, talabdagi siljishlar hisobga olinadi. **Mavsumiy narxlar** o'zgaruvchan narxlar jumlasiga kiradi. Mavsumga qarab tovarlar qimmat yoki arzon turadi. Masalan, qish mavsumida meva-sabzavot, sut-qatiq narxi yuqori bo'ladi, g'arq pishiqchilik faslida ular arzon narxda sotiladi.

Bozorda **preyskurant** narxlar ham ishlatiladi. Bu narxlar sotuvchi uchun mo'ljal narx, xaridor uchun esa bildirgich yoki ma'lumotnoma narx. U firmalar preyskurantlarida (narx ko'rsatkichlarda) e'lon qilinadi va tovar narxining qaysi summa atrofida bo'lishini ko'rsatadi. Ammo haqiqiy narx preyskurant narxdan yuqori yoki past bo'lishi mumkin.

Erkin bozordan farqliroq monopol bozorda **yashirin narxlar** qo'llaniladi. Yashirin narx – bu siylovi bor narx bo'lib, u sir tutiladi. Yashirin narx garchi bu rasman man etilgan bo'lsa-da, raqobatda qo'llaniladi.

Bozor ihtisodiyotiga o'tish davrida davlat budjeti **dotatsiyalagan narxlar** ham amal qiladi. Bular ma'lum maqsad yo'lida, masalan, aholini ijtimoiy himoya qilish uchun arzonlashtirilgan narxlar hisoblanadi.

Amal qilish ko'lami jihatidan olganda, **mintaqa-hududiy, milliy va xalqaro** yoki baynalminal narxlar mavjud. Hududiy narx unga

ta'sir etuvchi omillarning ma'lum hudud doirasida amal qilishidan hosil bo'ladi. U faqat ma'lum hududiy bozorga xos bo'ladi. Milliy bozor narxi bir mamlakat doirasida amal qiluvchi va uning xususiyatini aks ettiruvchi narxdir. Milliy narx raqobatning borishini, mamlakat doirasidagi sarf-xarajatlarni, milliy bozordagi talab va taklifni hisobga oladi. Jahon bozori narxi muayyan tovarga ketgan internatsional (baynalminal) sarf-xarajatlarni, tovarning jahon standarti talabiga mos kelish darajasini, nihoyat, talab va taklif nisbatini va raqobat shiddatini hisobga oladi. Jahon narxi albatta milliy narxdan farqlanadi.

Narxlar turli-tuman bo'lsa-da, ular o'zaro bog'langan, shu sababli iqtisodiyotda **narxlar pariteti** yoki nisbati degan narsa bor. Iqtisodiyot yagona bo'lganidan narxlar zanjirli reaksiya kabi bir-birini yuzaga chiqaradi. Masalan, ruda narxi metall narxiga, metall narxi tikuv mashinasi narxiga, mashina narxi kiyim narxiga kiradi, chunki bu narxlar xarajatlarni shakllantiradi. Bozorda tashkil topgan narxlar nisbati tovar ayirboshlanganda hosil bo'lgan **miqdoriy tenglikni** bildiradi, mana shu narx pariteti bo'ladi. Bu bir tovarning qanchasi boshqa tovarning qanchasiga ayirboshlanishini bildiradi, bozor konyunkturasini ifodalaydi. **Konyunktura** bozorning holati bo'lib, bu yerda tovarlar qanday miqdorda, qanday narx bilan va qanday tezlikda sotilib turishi bilan tavsiflanadi. Narx oshib borsa sotuvchi uchun konyunktura qulay, xaridor uchun esa noqulay bo'ladi. Masalan, neft bozori konyunkturasiga uning narxining jadal o'sib borishi xos bo'lsa, bu neftni ishlab chiqaruvchilarga g'oyat qulay, uni iste'mol qiluvchilarga esa o'ta noqulay bo'ldi.

Konyunktura bozorda arzonchilik yoki qimmatchilik mavjudligini bildiradi, buni narxlar darajasi ifodalaydi.

Narx darajasi ikki turga bo'linadi:

1) **mutlaq daraja** – bu narxning umumiy summasi bo'lib, muayyan tovarning qancha turishini ko'rsatadi. U narx omillaridan tashqari pul miqdoriga ham bog'liq. Pul qancha qadrli bo'lsa, narx shuncha kam pul talab qiladi yoki aksincha. Masalan, muayyan markadagi avtomashina 4000 dinor, 15000 dollar, 12000 yevro turadi. Bu o'rinda mutlaq miqdor har xil, lekin bu o'z-o'zidan arzonchilik yoki qimmatchilikni ko'rsatmaydi. Buni bilish uchun mutlaq narxning oldingi va oxirgi darajasini solishtirish zarur;

2) **nisbiy daraja** – bu narxning xarid qobiliyatiga nisbati, aniqrog'i undagi hissasidir. U narx xarid pulining necha foizini tashkil etishini bildiradi. Narx darajasi o'ta tabaqalashadi, chunki xaridorlarning xarid qobiliyati bir-biridan katta farq qiladi. Dehqonning bir oyda topgan puli 1400000 so'm, deb faraz qilaylik,

1 kg go'sht narxi o'rtacha 20000 so'm. Demak, go'sht narxining bir oylik daromaddagi hissasi 1,43 % bo'ladi.

Go'sht narxi shunday bo'lgan holda tijoratchining oylik daromadi 4000000 so'm bo'lsa, endi shu narxning daromaddagi hissasi 0,5 %ga teng bo'ladi. Dehqon uchun go'shtning nisbiy narxi qimmat, tijoratchi uchun esa arzon. Narxning xaridor daromadiga nisbatan arzon yoki qimmat bo'lishi bozor uchun muhim. Narxlarning yuqorilashuvi sotuvchi uchun ma'qul bo'lsa, uning pasayishi xaridorga qo'l keladi. Vaziyatga qarab narx darajasining o'zgarib turishi bozor iqtisodiyoti uchun tabiiy bir holdir.

11.5. Narx strategiyasi

Narx strategiyasi, bu bozor ishtirokchilarining narx xususidagi yo'l-yo'riq va sa'y-harakatlari bo'ladi. Firmalarning ish natijasi tovarlarning sotilish narxiga bog'liq bo'lganidan narxni to'g'ri tanlash o'ta muhim hisoblanadi. Firmalarning narx strategiyasi uch maqsadni ko'zlaydi – tovar sotishni ko'paytirish, foydani ko'proq olish, o'zining bozordagi muayyan mavqeyini saqlab qolish.

Tovar sotishni ko'paytirishdan uch narsa kutiladi:

1. Tovar sotishni ko'paytirish orqali bozorda o'z **hissasini** oshirish, imkon bo'lganda bozorni o'z nazoratiga olish.

2. Har bir tovarni (tovar birligini) sotishdan tushadigan foydaning kamayishiga rozi bo'lgan holda tovarlarni ko'plab sotish orqali keladigan **yalpi foydani** oshirish.

3. Tovarni ko'p sotish natijasida uning hajmiga nisbatan savdo-sotiq **xarajatlarini** qisqartirish.

Bozordan raqiblarni surib chiqarib, o'z mavqeyini mustahkamlash uchun firmalar maxsus narx qo'llaydilar, uni bozorga kirib olish narxi yoki **demping narx,** deb atashadi. Bu narx sun'iy pasaytirilgan bo'lib, raqibni sindirishga qaratilganidan davlat uni taqiqlaydi, shu sababdan firmalar uni yashirin qo'llaydilar va bu ish rasmiy narxning bir qismini kechib yuborish shaklida bo'ladi. Narxlarni pasaytirish yangi bozorlarni qo'lga olishga xizmat qiladi. Lekin, ular muqim ravishda mo'ljallangan foyda miqdorini ta'minlaydigan qilib belgilanadi. Bunga erishish uchun ikki usul qo'llaniladi:

Birinchidan, ommabop tovarlar **narxini pasaytirgan** holda ularni ko'p sotishga muvaffaq bo'linadi. Bunda bitta tovardan tushgan foyda kamayadi, lekin ko'p sotish evaziga olingan jami foyda ko'payadi.

Ikkinchidan, xaridori saylangan tovarlar chiqarilib ularni **nufuzli narxda** sotiladi. Bu narx puldorlarga mo'ljallangan yuqori narx hisoblanadi. Ammo bu narxlar ish berishi uchun bozorda raqobat cheklangan, eng yaxshisi sof monopol bozor bo'lishi shart. Mazkur bozorda tovar narxi emas, balki uning markasi obro'li bo'lishi hal qiluvchi omil bo'ladi. Bu yerda talab elastik bo'lmaydi, shu sababli narx ko'tarilishi tovar sotilishini keskin kamaytirmaydi. Ma'lum bir guruh iste' nolchi oladigan nufuzli tovarlar borki, ularning egasi bo'lish martabaga erishish bilan barobar turadi. Masalan, mashhur «Pierre Cardin» yoki «Versaci» modalar firmasi tayyorlagan yangi kostyum modeliga nufuzli narx belgilanib, maxsus puldorlar magazinida sotiladi. Bu yerda tayyorlangan eng yangi modadagi erkaklar kostyumi 800–1200 dollar tursa, oddiy ommabop kostyum esa 200–300 dollardan sotiladi.

Nufuzli narx belgilash uchun eng zamonaviy tovar ishlab chiqarish kerak bo'ladiki, ularni boshqalardan ajralib turuvchi va imidjga intiluvchi xaridorlar sotib oladi. Nufuzli narxlar abadiy emas, ular bozorga o'rnashib, obro' orttirish uchun kerak, chunki narx yuqori bo'lsa, mahsulot g'oyat sifatli, deb qaraladi. Bundan tashqari nufuzli tovarlar o'rin almashib turganidan, bir nufuzli narx o'rniga boshqasi yuzaga keladi.

Narx strategiyasida narxlarning **moslashuvchan** bo'lishiga asosiy e'tibor beriladi. Bunda bozor sharoitiga qarab narx oshirilib yoki pasaytirilib boriladi. Narx belgilashda ikki xil yo'l tutiladi:

1) narxni **avval yuqori** belgilab, uni bozor ko'tarishiga qarab so'ngra pasaytirib boriladi va narx xususida bir to'xtamga kelinadi;

2) narxni **avval past** belgilab, tovarning sotilishi ko'payishiga qarab uni oshirib boriladi, sotilish hajmi barqaror bo'lgach narx o'zgartirilmay turiladi.

Firmalar narxlarni **diversifikatsiyalash**, ya'ni tabaqalashtirish yo'lidan borishadi. Bunda narxlar xaridorning qurbiga, qancha tovarni sotib olishiga, uning doimiy mijoz bo'lishi yoki bo'lmasligiga, tovarning mavsumiyligiga qarab har xil narx belgilanadi. Puldorlar ko'p joyda tovarlarga yuqori narx qo'yiladi, kambag'allar ko'p joyda narx arzonlashtiriladi. Tovar kam olinganda narxi yuqori bo'ladi, ko'p olinsa narxi tushiriladi. Mavsum boshlarida, masalan, may oyida yengil yozgi kiyimlar qimmat sotiladi, yoz tugallanayotgan kezlarda, masalan, avgust oxirlarida ular arzon-garov sotib yuboriladi. Narxlarni har xil belgilashdan maqsad xaridor uchun narxni tanlash chegarasini kengaytirishdir. Buning uchun firmalar narx diapazoni hosil qiladilar.

Narxlar farqining miqdoriy ifodasi **narx diapazoni,** deyiladi. Diapazon narx oralig'ining puldagi o'lchami (ifodasi) bo'ladi. Narxlar diapazoni ular o'rtasida sezilarli farq bo'lishini talab qiladi, chunki shunday bo'lmasa, tovarlar sifatidagi farqni ilg'ash qiyin, qo'ldagi pulga qarab narxi ma'qul tovarni tanlab bo'lmaydi, binobarin, tovarning sotilishini ko'paytirib bo'lmaydi. Diapazon narxlar o'rtasidagi miqdoriy nisbatni ham bildiradi. Narx diapazoni **quyi, o'rtacha va yuqori** narxlarni o'z ichiga oladi. Diapazon qanchalik keng bo'lsa, shunchalik tovarlar ko'p sotiladi, chunki talab bilan taklif muvofiqlashadi. Diapazon doirasida bir narxdan voz kechib boshqasini ma'qul topish xaridni kanda qilmaydi. Diapazon qanchalik keng bo'lsa, shunchalik xaridorni qo'ldan chiqarmaslik imkoni ko'p bo'ladi, chunki qurbi turli xaridorlarga ular imkonidan kelib chiqqan holda har xil narxdagi tovarlar taklif qilinadi.

Narx belgilashda uni xaridor qanday qabul qilishiga ham e'tibor beriladi. Xaridor e'tiborini jalb etish uchun narx maydalashtirilib belgilanadi, chunki shunday narxni xaridor adolatli, deb qabul qiladi. Masalan, firma magazini yoshlar kurtkasining narxini 87,7 dollar miqdorida belgilaydi, chunki 87,7 dollar har holda 90 dollar emas va buni xaridor to'g'ri narx deb hisoblaydi. Firmaning narx strategiyasida qo'llaniladigan barcha yo'l-yo'riqlar tovar sotishni ko'paytirish, foydani maksimumlashtirish, raqobatda yengilmasdan bozorda o'z mavqeyini saqlab qolish va uni mustahkamlashga qaratiladi.

Xulosalar

1. Narx bozor aloqalarining asosiy iqtisodiy vositasi sifatida muhim funksiyalarni bajaradiki, bular jumlasiga hisob-kitob va o'lchash, rag'batlantirish, iqtisodiyotni tartiblash va raqobat vositasi bo'lishdek funksiyalar kiradi.

2. Narxlar bozorda xarajatlar, talab-taklif nisbati va raqobat asosida shakllanadi. Biroq ularning bozor narxini shakllantirishdagi ishtiroki muayyan paytda har xil bo'ladi va turli yo'nalishda yuz beradi. Ulardan biri narxning oshirilishini taqozo etsa, boshqasi uning pasayishini talab qiladi, yana biri uni barqarorlashtiradi. Biroq bulardan qat'iy nazar narxlarning chegarasi bo'ladi. Quyi chegara – bu xarajatlar, yuqori chegara – xarid qobiliyati. Narxlar shu chegaralar oralig'ida amal qiladi.

3. Erkin raqobatli bozorda narxlar talab-taklif asosida yuzaga keladi, chunki sotuvchilar va xaridorlar ko'pchilik bo'lganidan o'z

narxini o‘rnata olmaydi, ular shakllangan narxni borligicha kabul qiladilar. Bu yerda muvozanatli narxlar amal qiladi. Narxlar odatda marjinal xarajatlarga yaqin turadi.

4. Monopol bozorlarda bozor hokimiyati bo‘lib, bu monopoliyalarni narxga ta’sir eta olishlarini bildiradi. Sof monopoliya bozorida tovarlar taklifi bir qo‘lda to‘planganidan, sotuvchilar raqobati bo‘lmaydi, bu narxni marjinal xarajatlardan ancha yuqori belgilashga imkon beradi. Monopol raqobatli bozorda raqobatchilik saqlanganidan narxlar marjinal xarajatlardan yuqori o‘rnatilsada, unga ancha yaqin turadi. Oligopoliya bozorida cheklangan bo‘lsa-da raqobat mavjud, bu narxlarning marjinal xarajatlardan ortib ketishini evida qiladi, lekin narx belgilashda peshqadamlik va til biriktirishni yuzaga keltiradi. Monopsoniya bozorida xaridor monopoliyasi bo‘lganidan narxlar marjinal xarajatlardan past qilib o‘rnatiladi.

5. Firmalar uchun narx belgilash o‘ta muhim ahamiyatga ega, chunki tovarlar sotishni ko‘paytirish, foydani ko‘proq olish, raqobatda yutqizmasdan bozordagi o‘z mavqeyini saqlab qolish narxlarga bog‘liq bo‘ladi. Ular narx belgilashda uch qoidaga amal qiladilar:

a) narxlar moslashuvchan bo‘lishi kerak shu yo‘lda ular bir oshirilib, bir kamaytirilib turiladi;

b) narxlar xaridorlar qurbiga ko‘ra tabaqalashgan bo‘lishi kerak. Shunga binoan muayyan tovar joyiga qarab har xil narxda taklif etiladi;

v) narxlar diapazoni katta bo‘lishi kerak, chunki bu bilan talab va narx muvofiqlashadi, tovarlarni sotish ko‘payadi.

6. Narxlar mutlaq va nisbiy darajada bo‘ladi. Mutlaq narx uni necha pul birligiga tengligini bildiradi. Nisbiy daraja narx xarid qurbining qanday qismiga tengligini bildiradi. Bu qism kichik bo‘lsa arzonchilik, katta bo‘lsa qimmatchilik yuz beradi.

Tayanch tushunchalar

Bozor narxi; narx funksiyalari; narxga ta’sir etuvchi omillar; narxlarning quyi va yuqori chegarasi; erkin bozor narxlari; monopol bozor narxlari; narx turlari; narxlar pariteti; narx darajasi; narx diversifikatsiyasi; arzonlashtirilgan va nufuzli narxlar; narx diapazoni.

XII bob. RAQOBAT

12.1. Raqobatning mohiyati

Raqobat bozor iqtisodiyotining tub belgilaridan biri. Bozor tizimi uchun raqobat obyektiv zarurat hisoblanadi, chunki raqobatsiz iqtisodiy taraqqiyot bo'lishi mumkin emas. Raqobat o'zi nima?

Raqobat – bozor iqtisodiyoti ishtirokchilarining o'z manfaatlarini yuzaga chiqarish uchun bir-biri bilan kurashi, ularning o'zaro bellashuvidir.

Bozor ishtirokchilari (subyektlari) g'oyat ko'pchilik bo'lib, bular firmalar, xonadonlar, turli tashkilotlardan iborat. Bulardan har birining o'z mulki bor, ularning boshqalarnikidan farqlanuvchi iqtisodiy manfaatlari mavjud. Iqtisodiyot ishtirokchilarining mulk sohibi bo'lishi ularni alohidalashtiradi, ularning ko'pchilik bo'lishi iqtisodiyotdagi tarqoq tuzilmani hosil qiladiki, bu ularning manfaatlarini farqlantirmasdan qolmaydi. Biz bilamizki, manfaatlar individual, korporativ va milliydir. Individual manfaat bu ayrim shaxsning yoki xonadonning manfaati bo'lsa, korporativ manfaat guruhiy bo'lib, korxona jamoasining umumiy manfaatini bildiradi. Bozor iqtisodiyoti uchun individual manfaat birlamchi bo'ladi. Ammo uni yuzaga chiqarish uchun korporativ manfaat bilan ham hisoblashishga to'g'ri keladi. Manfaatlar aniq iqtisodiy maqsadga aylanadi. Firmaning maqsadi o'z foydasini maksimumlashtirishdan iborat va shunga erishish uchun u boshqalar bilan bozorda raqobat qiladi.

Raqobatni hammaning hammaga qarshi kurashi, deb bo'lmaydi. Raqobat manfaatlar to'qnashgan joyda yuz beradi, manfaatlar uyg'unlashgan joyda esa partnyorlik kelib chiqadi. «Raqobat – bozorning asosiy sharti, aytish mumkinki, uning qonunidir».[10]

Raqobat qonuni – bozor tizimining shunday iqtisodiy qonunidirki, unga ko'ra iqtisodiyot subyektlarining o'z maqsadlari yo'lidagi o'zaro kurashi muqarrar bo'ladi, bu kurash bozorga xos usullarda olib boriladi va subyektlarni iqtisodiy jihatdan saylanib olinishini yuzaga keltiradi.

Mazkur qonunning obyektivligi shundaki, raqobatni iqtisodiy muhitning o'zi, kishilarning xohish-irodasidan qat'iy nazar taqozo etadi. Bu muhit cheklangan iqtisodiy resurslarni mulk sifatida bo'lib

[10] И. Каримов. Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. Т.: «Ўзбекистон», 1999, 34-бет.

olinganligi va ularni qayta taqsimlash asosida ulardan eng samarali foydalanuvchilarga yo'l berilishini taqozo etadi. Binobarin, raqobat cheklangan resurslardan samarali foydalanish zaruratidan kelib chiqadi. Raqobat qonuni bozor iqtisodiyotining **integral qonuni**, ya'ni u iqtisodiyotning hamma sohalariga xos bo'ladi, uning amal qilish doirasi doimo kengayib boradi. Odatda raqobat bir turdagi yoki o'rinbosar tovarlarni ishlab chiqaruvchi yoki shunga o'xshash xizmatlarni ko'rsatuvchilar o'rtasida yuz beradi. Raqobat **maydoni** – bu bozordir. Bozorda bir xil, turdosh yoki o'rinbosar tovarlarni sotuvchilar bellashganda, ular sotish hajmini ko'paytirishga, bozorda o'z mavqeyini saqlab qolish va mustahkamlashga intiladi, o'z raqibini bozordan siqib chiqarish va uning o'rnini egallashga harakat qiladi. Bu yerdagi kurash xaridorni o'z tovariga jalb etib, uni o'zining doimiy mijoziga aylantirish, unga tovarni ko'proq sotish, xullas, xaridor pulini olish uchun boradi. Bozorda xaridor bilan sotuvchi ham raqobat qiladi. Sotuvchi tovarni qimmatroq sotishga intilsa, xaridor uni arzonroqqa olishga harakat qiladi, chunki bunday xatti-harakat ularning manfaatlaridan kelib chiqadi. Sotuvchi tovarni yaxshi pullasa, uning daromadi ortadi, xaridor tovarni arzon-garov olsa, u o'z puliga tovarlarni ko'proq xarid etib, o'z ehtiyojini to'laroq qondiradi.

Defitsitli bozorda xaridorlar ham raqobatlashadi, bunda ular tovarni ko'proq miqdorda olishga intiladi. Bunday hol ko'proq bozorga arzonlashtirilgan tovarlar tashlanganda yuz beradi, chunki narx past bo'lganidan tovarga talabgorlar soni ko'payadi, ular tovarlarni talashib oladilar. Masalan, qish-ko'klam mavsumi tugab qolganda shu mavsumga mo'ljallangan tovarlar qoldig'ini sotib yuborish uchun firmalar ular narxini hatto 2–3 marta tushiradilar. Shunda xaridorlar o'rtasida arzon tovarga ega bo'lish uchun raqobat kelib chiqadi. Xaridorlar raqobati resurslar bozorida ham yuz beradi. Bu yerda ishlab chiqaruvchi firmalar sifatli va arzon resurslarni olib qolish uchun raqobat qiladilar, chunki bunday resurslardan foydalanish xarajatlarni pasaytirib, foydani oshirish imkonini beradi.

Mehnat bozoridagi raqobat ishga yollovchilar o'rtasida ketganda, ular malakali ish kuchini ko'proq sotib olishga intiladilar, chunki bu bilan mehnat unumdorligini oshirishga muyassar bo'linadi. Mehnat bozorida ishchi va xizmatchilar raqobatlashganda ular yaxshi ish o'rniga ega bo'lishga intiladilar. Bunday ish o'rni yuqori haq beriladigan, mehnat sharoiti qoniqarli, tezda tugatilmaydigan va kelajakda mansabda o'sish imkoni bor ish o'rnidir. Ish o'rni uchun raqobat ishga joylashgan kezlarda ishlab turganlar bilan ishga kiraman, deganlar o'rtasida kechadi. Tashqaridagi ishchi yoki

xizmatchi ish o‘rnini band etishga intilsa, ishlovchi uni qo‘ldan chiqarmaslikka harakat qiladi.

Moliya bozoridagi raqobat sotuvchilar o‘rtasida yuz berganda, qimmatli qog‘ozlar emitentlari (ularni chiqaruvchi firmalar) o‘rtasida kurash ketadi. Bundan maqsad korporativ aksiya va obligatsiyalarni qulay narx bilan sotib, o‘z ishiga tashqaridan ko‘proq pulni jalb etish bo‘ladi. Bu yerdagi xaridorlar esa serdaromadli va kelajakda narxi oshadigan qimmatli qog‘ozlarni sotib olishga intiladilar. Qimmatli qog‘ozlar xususidagi raqobat fond birjalarida boradi. Bu yerdagi raqobat **birja spekulyatsiyasi** yuz berganda avjiga chiqadi. Birja chayqovchilari (brokerlar, dillerlar) payt poylab aksiyalar narxi tushganda ularni ko‘plab sotib olish, narx oshishi bilan ularni ko‘plab sotib yuborish uchun kurashadilar, chunki bu g‘oyat katta miqdordagi chayqovchilik foydasini keltiradi. Pul bozoridagi raqobatda banklar va parobank (bankdan tashqari) tashkilotlari qatnashadi. Bu yerdagi kurash mijozlar pulini ko‘proq bank depozitlariga jalb etish, keyinchalik uni qarz so‘rovchilarga qulay shartlar bilan berish uchun, shuningdek, mijozlarga ko‘proq pul operatsiyalari bilan bog‘liq xizmatlarni ko‘rsatish uchun boradi.

Davlat bozoridagi raqobatda ko‘pincha xaridorlar qatnashadi. Bu yerda davlat buyurtmalarini olish uchun firmalar raqobatlashadi. Shu maqsadda ular davlat o‘tkazadigan tenderlarda (maxsus ulgurji savdo) qatnashadilar. Tender ishtirokchilari davlat buyurtmalarini bajarish yuzasidan o‘z takliflarini taqdim etadi. Davlat uchun eng qulay taklif bergan firma raqobatda yutib chiqadi. Masalan, davlat xaridi uchun sifatli va arzon tovarlarni taklif etgan, ularni aytilgan hajmda va o‘z vaqtida kanda qilmay yetkazib beradigan firmalar g‘olib chiqadi.

Raqobat faqat milliy bozorda emas, balki jahon bozorida ham bo‘ladi. Jahon bozoridagi raqobat quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi:

1. Agar milliy bozordagi raqobatda ko‘pchilik sotuvchilar va xaridorlar — iste’molchilar qatnashsa, jahon bozoridagi raqobatda saylangan, ya’ni taniqli va yirik firmalar ishtirok etadi;

2. Agar milliy bozordagi raqobatda oddiy xaridor — iste’molchi qatnashsa, jahon bozoridagi kurashda u ishtirok etmaydi;

3. Milliy bozordagi raqobatda davlat hech kimning yonini olmaydi, jahon bozoridagi raqobatda esa davlat o‘z milliy firmalariga yordam beradi.

Bozorda raqobat bevosita yuz bersa, bozordan tashqarida, xususan ishlab chiqarishda unga hozirlik ko‘riladi, raqobatda g‘olib chiqish chora-tadbirlari amalga oshiriladi.

Ishlab chiqarishni raqobatga hozirlash, u yerda bozorbop, raqobatga qobil tovarlar ishlab chiqarishni bildiradi. Raqobat kurashida ishlab chiqarishdagi novatsiya alohida ahamiyatga ega bo'ladi, bu esa, o'z navbatida, investitsion faollikni talab qiladi.

12.2. Raqobatlashuv usullari

Raqobat kurashining tarixan shakllangan va jamiyat tan olgan usullari mavjudki, bular halol raqobatga xos bo'ladi. **Halol raqobat** yuz berganda, uning ruxsat etilgan va raqiblar ma'qullagan usullari qo'llaniladi, Bular hozirgi sivilizatsiyalashgan bozor iqtisodiyotiga xosdir. Bular jumlasiga narx bilan, sifat bilan, servis bilan va nihoyat reklama vositasida raqobatlashuv kiradi.

Narx bilan raqobatlashuv – narxni o'zgartirish orqali xaridorni o'ziga rom qilib olish va raqibini shunday yo'l bilan bozordan siqib chiqarishni bildiradi. Narxni o'zgartirish ikki yo'l bilan boradi:

1. **Narxni tushirish**. Bunda tovarlar boshqalarnikidan arzonroq narxda sotiladi, natijada bir tovarni sotishdan kelgan pul tushumi qisqaradi, lekin sotish hajmi ortganidan yalpi tushum ko'payadi. Biroq narxni cheksiz tushirib bo'lmaydi. Shu sababli ishlab chiqarishdagi va savdo-sotiqdagi xarajatlar qisqartirilgan sharoitda narxlar arzonlashtiriladi. Narxni tushirish usuli ko'proq ommaviy iste'mol tovarlari bozorida qo'llaniladi, chunki bu yerda pulining miqdori cheklangan xaridorlar qatnashadi, ular yuqori narxni ma'qul ko'rmaydi.

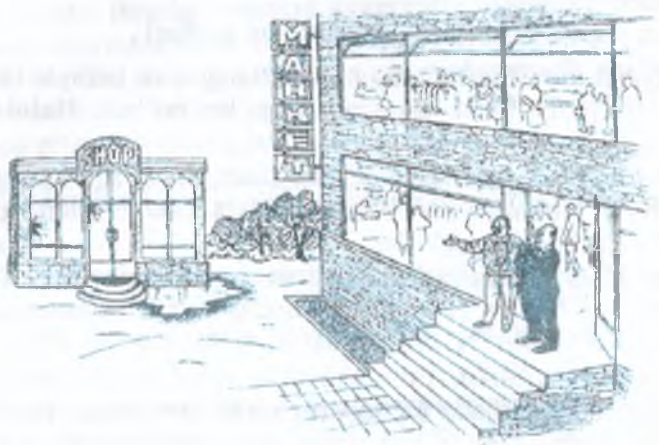
2. **Narxni oshirish** usuli puldorlar qatnashadigan bozorda qo'llaniladi. Puldorlar pulni betiga qaramay kerakli tovarni xarid etadilar, ayniqsa bu prestijli (obro'talab) tovarlarga xos bo'ladi. Puldorlarga to arlarni narxidan ko'ra uning egasi bo'lish muhim hisoblanadi. Prestijli tovarlar bozorida narxning ortishi tovar sifatining yuqoriligi, deb qabul qilinadi. Shu bois, raqobatda narxni oshirishga qo'l uriladi. Bu usul noyob resurslar bozorida ham qo'llaniladi. Noyob resurslarga, masalan olmosga ega bo'lish uchun xaridor firmalar yuqori narxlarga ham rozi bo'lishadi.

Sifat bilan raqobatlashuv. Bu usul bozorga sifati yuqori, binobarin xaridor uchun nafliligi katta tovarlarni chiqarishni bildiradi, shunday yo'l bilan raqibga qarshi turiladi. Bu usul sifatli tovarlar bozorida qo'llaniladi, bunday bozor boy mamlakatlarga xos bo'ladi.

Chunki bu yerda aholi daromadi yuqori bo'lib, uning qimmat bo'lsada, sifatli tovarlar xarid qilishga puli yetadi. Sifat bilan raqobatlashuvni yirik kompaniyalar qo'llaydi, chunki ularni tovar sifatini oshirish bilan bog'liq ishlarga puli yetarli bo'ladi. Kichik

firmalar buning uddasidan chiqa olmaganidan narx bilan raqobatlashuvdan qanoat hosil qiladilar.

«G'IRROM RAQOBAT»



— Do'stim, jig'ingga tegib yurgan mana bu do'kondorni nima qilding?

— Tagiga suv quyib, uni daf qildim.

Qo'shimcha servis (xizmat) ko'rsatish bilan raqobatlashuv. Bu usul qo'llanilganda xaridorga u sotib olgan tovar yuzasidan bepul yoki imtiyozli xizmat ko'rsatiladi. Bu usul odatda uzoq muddat xizmat qiluvchi tovarlar bozorida qo'llaniladi.

Firmalar tovarni xaridor uyiga bepul yetkazib beradilar, tovarlarni sozlab beradilar, ularni zarur bo'lsa ta'mirlab va hatto sug'urtalab beradilar. Firmalar o'z tovarlarining iste'moliga aloqasi yo'q xizmatlarni ham ko'rsatadilar. Masalan, supermarketga kelgan xaridor samolyotga bilet buyurishi, sayyohlik uchun o'rin sotib olishi, boshqa tovarlar uchun buyurtma berishi mumkin.

Reklama vositasida raqobatlashuv. Firmalar o'z tovarlariga xaridor e'tiborini jalb etish uchun ularni reklama vositasida ko'z-ko'z qiladilar, o'z tovarining afzalliklarini xaridorga yetkazadilar. Ular reklama uchun pulni ayamaydilar. Chunki bu raqobatda yengib chiqish imkonini beradi. Reklama g'oyat qimmat bo'lganidan undan raqobat kurashida yirik firmalar samarali foydalana oladilar.

Raqobatning aytilgan usullaridan tashqari g'irrom usullari ham qo'llanib turiladi. Bu usullarga: sanoat josusligi, ya'ni raqibi-

«AFANDI VA DALLOL»
(Reklamaning kuchi)



Dallol xaridor chaqirmoqda:

– Kep qoling, govmish sigir, suti yog'li, o'zi juda yuvvosh, bunday sigir olamda yo'q!

Afandi shoshib qoldi:

– Aha, agar sigirim shunday yaxshi bo'lsa, uni sotib nima qilaman, yaxshisi, uyimga qaytarib olib ketaman!

ning moliya rejalari, yangilik – «nou-xau»lari va boshqa sirlarini o'g'irlash; raqibini xomashyo bazalaridan, transportdan mahrum qilish; raqib korxonasida diversiyalar uyushtirish, ommaviy axborot vositalaridan raqib tomon mahsulotlarining obro'sini tushirish uchun foydalanish, reketni ishga solish va hokazolar kiradi.

Bu usullar tabiatan madaniy bozor iqtisodiyotiga xos emas, ular man etiladi, uni qo'llaganlar imidjini yo'qotadi, ular qonunchilik yo'li bilan jazolanadi.

12.3. Mukammal raqobat

Raqobat, unda ishtirok etuvchilar soni, mavqeyi, iqtisodiyotga ta'siri, kurash usullariga binoan turlanadi. Bozor tizimida ikki xil raqobat bo'lib, bular mukammal va nomukammal raqobatdir.

Mukammal raqobat – bu erkin bozordagi ko'pchilikdan iborat sotuvchilar va xaridorlarning har biri cheklanmagan holda bozor qonun-qoidalariga binoan va bir xil usul bilan olib boradigan raqobatidir.

Bu tabiatan sof raqobat hisoblanadi, chunki hech bir cheklanishlarsiz yuz beradi, unda ixtiyoriy ravishda mutlaqo mustaqil ish ko'rayotgan sotuvchilar va xaridorlar qatnashadi. Uning 3 ta asosiy belgisi bor:

1. Raqobatlashuvchilar ozchilik emas, balki ko'pchilik bo'ladi. Masalan, dehqon bozorida xaridorlar ham, sotuvchilar ham ko'p, ular bir-birini erkin tanlaydi.

2. Raqobatlashuvchilar bir turdagi tovarni bozorga taklif etadilar, shu bois ular xaridor uchun kurashadilar. Masalan, non bozorida sotuvchilar faqat nonni taklif etadilar, ularning xaridori ham bir xil, shu sababli nonni turli xaridorga ko'proq sotish uchun kurashadilar.

3. Raqobatda qatnashish ixtiyoriy, chunki bozorga o'z tovari bilan xohlagan vaqtda kirib kelish va chiqib ketish mumkin. Masalan, do'kon ochib, boshqa do'kondorlar bilan raqobat qilish uchun davlatdan ruxsat olinsa bas, chunki boshqa hech kim unga to'sqinlik qilmaydi. Ayni paytda do'konni yopib bozordan chiqib ketish va boshqa ish bilan shug'ullanish ham mumkin.

Bozorga bir xil mahsulot taklif etilganidan xaridorlar mahsulotlarni bozorda bir xil qabul qiladilar. Tovarlar bir xil ekan, mahsulot sifatini farqlantirib, reklama o'tkazib, sotishdagi imtiyozlarni qo'llab, narxsiz raqobat yo'lidan borib bo'lmaydi. Mukammal raqobatli bozorda narx talab va taklif asosida shakllanadi, sotuvchilardan har birining bozorga chiqqan tovardagi ulushi kam bo'lgani uchun, ular bozor narxiga ta'sir ko'rsata olmaydilar. Xaridorlar ham ko'p bo'lganidan ulardan har birining xaridi sotilayotgan tovarlar summasining g'oyat oz qismini tashkil etadi, shu bois alohida olingan xaridor bozor narxiga ta'sir eta olmaydi, balki amalda shakllangan narx bilan xarid etadi. Masalan, sut bozoriga qishloqdan 150 ta sutchi keldi.

Har birining qo'lida o'rtacha 12 litr suti bor, xolos. Demak, har bir sutchining sut taklifidagi hissasi atigi 0,7 %. Bozorga 1000 ta xaridor kelsa, har birining o'rtacha xaridi 1,8 litr yoki jami talabning faqat 0,01 % ini tashkil etadi.

Shunday sharoitda sotuvchilar bir litr sutni 2300 so'mdan sotishni mo'ljallagan bo'lsalar, xaridorlar uni 2000 so'mdan olmoqchi bo'ladilar. Amalda sut 2100 so'mdan sotiladi. Natijada sotuvchining ham, xaridorning ham aytgani bo'lmaydi. Ammo, sutni 2050 so'mdan taklif etganlar, uni ko'p sotib yutib chiqadilar, uni 2200 so'm deganlar kam sotib yutqazadilar. Mukammal raqobat iqtisodiy yutuqdan ham ishlab chiqaruvchini, ham iste'molchini baxramand qiladi. Ishlab chiqaruvchi yutug'ini foyda tashkil etadi. Iste'molchi yutug'ini u mo'ljallagan narx bilan tovarning amalda sotib olingan narxi o'rtasidagi

farq tashkil etadi. Erkin raqobat bor joydagi amaliy narx xaridor narxi bilan sotuvchi narxi oralig'ida bo'ladi, bu esa ikki tomon manfaati uyg'unlashuvi natijasi hisoblanadi. Erkin raqobat birovga tegadigan yutuqni birov olishiga yo'l bermaydi.

Raqobatli bozorda ishlab chiqaruvchilar muayyan resurslar sharoitida ulardan maksimal miqdorda tovar va xizmatlar ishlab chiqarilishini ta'minlashga moyil bo'ladilar.

12.1-jadval

Kichik korxona foydasining o'zgarishi

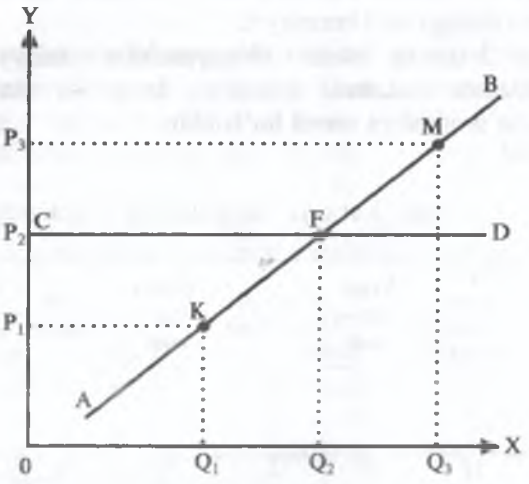
Bozorga taklif etilgan tovar miqdori	Bitta tovarning bozor narxi	Yalpi daromad	O'rtacha daromad	Marjinal daromad	Jami xarajat	Marjinal xarajat	Foyda
1	12	12	12	12	10	4	2
2	12	24	12	12	16	6	8
3	12	36	12	12	24	8	12
4	12	48	12	12	34	10	14
5	12	60	12	12	46	12	14
6	12	72	12	12	60	14	12
7	12	84	12	12	76	16	8
8	12	96	12	12	94	18	2
9	12	108	12	12	108	20	0

Bunday moyillik umumiy yo'nalishni bildiradi, chunki iqtisodiyot hech qachon tamomila mukammal bo'lmaydi. Mukammal raqobatda qatnashuvchi firmalar o'z foydasini maksimumlashtirishga intiladi. Biroq foydani oshirish uchun firma mavjud narxni nazarda tutib bozorga shunday miqdorda (Q) tovarni chiqarishi kerakki, uni bozor ma'qul topishi zarur. Agar chiqarilgan tovarlar yaxshi sotilib foyda ko'p kelsa, firmalar bozorga kirib kelishadi, bozor kasod bo'lib foyda bo'lmasa ular bozordan chiqib ketadi. Biz bilamizki, foydani maksimumlashtirishning asosiy sharti marjinal daromadni marjinal xarajatga teng bo'lishidir. Bu tenglikka erishish uchun firma raqobatli bozorga tovarlarni eng muqobil miqdorda taklif etishi kerak. Buni tushunish uchun erkin bozorga ishlovchi kichik korxona foydasining o'zgarishini 12.1-jadvalda ko'ramiz.

Jadval ma'lumotlari asosida chizma grafik hosil qilsak, u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi (12.1-rasm).

Chizmadagi AB chizig'i marjinal xarajatlarni, Y tik chizig'i narxni, X yon chizig'i taklif hajmini ifodalaydi. Ma'lumki, narx bu marjinal daromadni bildiradi, chunki qo'shimcha chiqarilgan tovar shu narxda sotilib daromad hosil qiladi (P, Q). K nuqtada Q_1

miqdorida chiqarilgan tovar P_1 narxda sotilib foyda keltirgan, chunki jadvalga binoan marginal daromad marginal xarajatdan ko'p bo'lgan (12>4).



12.1-rasm. **Narx va ishlab chiqarish hajmi**

F nuqtada foyda maksimumlashgan, chunki Q_2 miqdordagi tovar P_2 narxida sotilganda marginal daromad va marginal xarajatlar tenglashgan (12=12). Natijada, marginal daromad chizig'i CD va marginal xarajat chizig'i AB kesishgan. F va M nuqtalar oralig'ida esa marginal xarajatlarning marginal daromaddan ortishi yuz bergan (14>12; 16>12; 18>12; 20>12), natijada foyda pasayishga moyil bo'lib, oxiri nolga teng bo'lgan. Shuni hisobga olib, raqobatchi firma avval ishlab chiqarishni qisqartirishga, so'ngra uni to'xtatib bozordan ketishga jazm etadi. Ishlab chiqarishning qisqarishi hali bozordan ketish emas. Foyda nollashgan bo'lsa-da, firma bozorda qoladi. Bu qisqa vaqtli davrda yuz beradi. Bu davr oralig'ida firma ishlab chiqarishni to'xtatsa, hech bir daromad olmaydi, ammo o'zgaruvchan xarajatlarni ham qilmaydi, biroq doimiy xarajatlarni qilishda davom etadi.

Agar raqobatchi firmaning olgan daromadi uning o'zgaruvchan xarajatlarini qoplashga etmay qolsa, u o'z faoliyatini vaqtincha to'xtatadi.

Narxlar ko'tarilib daromad xarajatdan oshguncha firma buni kutadi yoki ishlab chiqarishni qisqartirib hech bo'lmaganda o'zgaruvchan xarajatlarni qoplashga harakat qiladi. Doimiy xarajatlarga kelsak, ular hech bir qoplanmaydigan xarajatga aylanadi, chunki ular

stadioni xarajati tomoshabinlar soniga qarab o'zgarmaydi. Tomoshabinlar oz yoki ko'p bo'lsa, hatto hech kim kelmasa ham doimiy xarajat saqlanadi. Firma faoliyati vaqtincha to'xtatilganda, doimiy xarajatlar tamomila yo'qotilgan xarajatga yoki zararga aylanadi.

Raqobat sharoitida firma bozorni butunlay tark etishi mumkin, bunda u ham doimiy, ham o'zgaruvchan xarajatlardan qutuladi, chunki bor-yo'g'ini sotib yuboradi.

Erkin raqobatda bir firma bozordan chiqib ketsa, boshqasi kirib keladi, buni firmalarning yopilishi va yangidan ochilib turishidan ko'rish mumkin. Masalan, AQShda yiliga 600–700 ming firma yopilsa, shunchasi ochilib turadi. Yangi firmalar raqobatli bozorga kirib kelishlari uchun daromad o'rtacha xarajatlardan ortiq bo'lishi kerak. Firmalar qanchalik bozorga ko'proq kirib kelsalar, shunchalik raqobat doirasi kengayadi. Bu iste'molchilar uchun qo'l keladi, chunki ular o'ziga ma'qul narxda tovarlardan keragini tanlab olish imkoni kengayadi.

12.4. Nomukammal raqobat

Bozor iqtisodiyotidagi nomukammal raqobat bu yerda monopoliyalarning mavjudligidan kelib chiqadi.

Nomukammal raqobat – bu mononoliyalar bozorida ozchilikdan iborat sotuvchilar va xaridorlarning cheklangan tarzda va xilma-xil usullar bilan yuz beradigan raqobatidir.

Monopoliyalar bozori erkin bozor emas, chunki bu yerda ozchilik yirik firmalar tovarlarni ishlab chiqarish va sotishning asosiy qismini o'z qo'lida to'plab olib bozorda hukmronlik qiladilar. Ularning raqobati nomukammal hisoblanadi, chunki u ma'lum darajada cheklangan bo'ladi. Nomukammal raqobat monopolistik raqobat, oligopoliya, sof monopoliya va monopsoniya sharoitidagi raqobatlarga bo'linadi.

Monopolistik raqobatda uncha ko'p sonli bo'lmagan, lekin yirik, aynan bir xil bo'lmasa-da, o'xshash tovarlarni xaridorlarga taklif qiladigan firmalar raqobatlashadi. Uning erkin sof raqobatdan sezilarli farqi shuki, bu yerda ishlab chiqaruvchilar uncha ko'pchilik bo'lmaydi. Har bir firma bozorning ma'lum bir qismini nazorat qilgani uchun uning bozor narxiga ta'siri cheklangan bo'ladi. Firmalar ishlab chiqarish hajmini kamaytirish va narxni sun'iy ravishda ko'tarish to'g'risida maxfiy bitimga kelishi qiyin bo'ladi. Monopol raqobatli bozorda firmalar taklif etgan tovarlar differensiatsiyalashgan, ya'ni o'zining sifati, sotilishi yuzasidan ko'rsatila-

digan xizmatlar, sotish shart-sharoitlari jihatidan farqlanadi. Xaridor shu sababli sotuvchini tanlash imkoniga ega, bu esa firmalarni xaridor pulini olish uchun kurashiga olib keladi. Narxni o'zgartirish bilan bir qatorda mahsulot sifati, reklama va tovarni sotish bilan bog'liq xizmatlar ko'rsatishdan foydalanilgan holda raqobat qilinadi.

Monopolistik raqobat bor bozor ochiq bo'ladi, unga boshqalarning kirib borishi oson. Buning uchun mablag' yetarli bo'lsa bas, chunki boshqa to'siqlar bo'lmaydi.

Monopol raqobatli bozorda, ya'ni qandaydir darajada bir-biridan farqlanuvchi tovarlarning taklif etilishi uni erkin bozordan farqlantiradi. Unga kirib va undan chiqib turish osonligi uni erkin bozorga yaqin qiladi. Biroq bu yerda narxni ozchilik firmalar o'rnatishi buni monopoliyaga yaqin qo'yadi. Bu yerdagi firmalar mahsulotni shunday miqdorda ishlab chiqaradiki, bu foydani maksimumlashtirish imkonini beradi, chunki bunda marjinal daromad marjinal xarajatga teng bo'ladi. Biroq firmalar bu bilan qanoatlanmay, ishlab chiqarish hajmini o'rtacha xarajatlarni minimumlashtiradigan darajaga keltiradilar, chunki bunda xarajat narxdan past bo'lib, foyda ortadi.

Monopol raqobatli bozor ochiq bo'lganidan, bu yerga yangi firmalar, binobarin yangi tovarlar kirib keladi, bu bilan raqobat kengayadi. Biroq monopoliyalarning borligi ishlab chiqarishni ko'paytirmay turib narxni oshirish hisobidan ham foyda olishga yo'l beradi. Bu bilan ishlab chiqarish oldida to'siq paydo bo'ladi, chunki raqobat cheklanadi. Monopol raqobatda yangi ***sifatliroq mahsulotni chiqarish*** kurashning asosiy usuli hisoblanadi. Ammo yangi mahsulotga xaridorni chorlash uchun ***reklama*** ham qo'llaniladi.

Reklama raqobatni kuchaytiradi, chunki xaridor turli-tuman tovarlar haqida xabar topganidan uning tanlab olish imkoni ko'payadi, shu bois xaridor pulini olish uchun kurash kuchayadi.

Monopol raqobatda ***savdo markalari*** vositasida ham o'zaro kurash ketadi. Savdo markasi firmaning obro'-e'tiborini, uning tovarlarini ishonchli bo'lishini bildiradi. Savdo markasining o'zi tovarni ko'z-ko'z qiladi, biroq bu tovarning sifati kafolatlanganligini ham bildiradi va o'z navbatida firmadan bunga erishish uchun qo'shimcha xarajatni talab qiladi. Savdo markasi (brend) sifatni bildirganidan, unga ega bo'lish raqobatda g'olib chiqish imkonini beradi. Shu sababli, ro'yxatga olingan tovar belgilari g'oyat qimmat turadi. Masalan, dunyodagi eng qimmat brend 2013-yil 175 mlrd dollar bo'ldi.

G‘irrom raqobatga yo‘l berilganda o‘zga tovar belgisidan ruxsatsiz foydalaniladi. Masalan, Germaniyaning mashhur «BOSH» firmasi nomini Xitoy tovarlariga qo‘yib sotiladi, chunki bu firma tovarining sifati kafolatlangan, xaridor bunga ishonadi.

Oligopoliya sharoitidagi raqobatda ozchilik, lekin g‘oyat yirik firmalar qatnashadi, ular muayyan tarmoqdagi mahsulot ishlab chiqarishni va sotishni o‘z qo‘lida to‘plab oladi. Ular bozorga birinchidan standartlashgan, ya’ni muayyan bir turdagi mahsulotni, ikkinchidan esa tabaqalashgan mahsulotni taklif etadilar. Standart mahsulotlar resurslardan, chunonchi neft, po‘lat, yog‘och kabilardan iborat bo‘ladi. Tabaqalashgan mahsulot asosan iste’mol buyumlaridan iborat bo‘lib, bular avtomobillar, muzlatgichlar, mebel, televizorlar, magnitofon, videomagnitofon, telefon apparatlari va turli elektr asboblaridan iborat bo‘ladi. Bu yerdagi raqobat sifat va xizmat ko‘rsatishni yaxshilash vositasida boradi. Biroq narxda peshqadamlik qoidasiga ham amal qilinadi. Oligopoliya raqobatiga misol qilib «Ford», «Kraysler», «Toyota», «Honda», «Nissan», «Peujeot» va «Opel» kabi yirik kompaniyalarni avtomobil bozoridagi kurashini ko‘rsatish mumkin. Oligopoliya sharoitida zo‘rlar zo‘rlar bilan raqobatlashadi, chunki bu yerga begonalarning kirib kelishi g‘oyat mushkul.

Oligopoliya bozoriga kirib borish yo‘lida 3 ta jiddiy to‘siq bo‘ladi:

1. Bu yerga kirib o‘rnashib olish uchun g‘oyat katta kapital kerak, bu esa ko‘pchilikda bo‘lmaydi.

2. Tabiiy resurslar ayrim kompaniyalar qo‘lida mulk sifatida to‘planib qolganidan, ular o‘zgalarga nasib etmaydi.

3. Ilmiy-texnikaviy yangiliklar ayrim kompaniyalar monopoliyasiga aylanib qoladi, shu sababli ulardan boshqalarning bahramand bo‘lishi qiyin. Masalan, avtomobil kompaniyalari o‘z texnik yangiliklarin sir tutib boshqalarga bermaydi.

Oligopoliyada bir tomondan firmalar bitimga kelishsa, ikkinchi tomondan raqobatlashadi. Ular kelishgan holda ishlab chiqarish hajmini qisqartirish va yuqori narx o‘rnatishga intiladilar. Biroq ulardan har biri o‘zim bilaman, deb foydani ko‘paytirishga intilib raqobat yo‘liga o‘tadi. Oligopoliya tabiatining ikkiyoqlamaligini duopoliya ko‘rsatadi.

Duopoliya – ikki firma hukmronligi bo‘lib, oligopoliyaning sodda ko‘rinishidir. Hamkorlik zarurati ikki firmani bitimga kelib kartel hosil qilishini bildiradi. Bunda ikki tomondan har biri qancha tovar ishlab chiqarishi va necha puldan sotishini belgilab oladi. Shunga erishilganda maxsus muvozanat hosil bo‘ladi. Bunga ko‘ra

shunday vaziyat mavjud bo'lishi zarurki, har bir raqobatchi kelajakda nima qilishini, boshqalar nima qilishini hisobga olib belgilaydi. Oligopoliya monopoliya singari ishlab chiqarish hajmini cheklaydi, lekin uning narxi sof monopoliya narxidan pastroq, ammo erkin bozor narxidan yuqori bo'ladi.

Oligopolistik firmalar bitimga kelishmay mustaqil yo'l tutishganda, ular birinchidan, bozordagi o'z ulushini ko'paytirishga moyil bo'ladi, chunki qo'shimcha tovar sotish, qo'shimcha foyda keltiradi. Ikkinchidan, ular taklifni ko'paytirishsa narx pasayib, foyda kamayib ketadi. Aytilgan sabablarga ko'ra, firmalar ishlab chiqarish hajmini bir me'yorda tutib turish orqali yuqori narxni saqlab qolishga intiladilar. Oligopoliya bozoriga yirik firmalar kira olganidan raqobatchilar ko'payib ketishi mumkin. Bunda ishlab chiqarish hajmini cheklash mushkul bo'ladi, monopol narxni saqlash qiyinlashadi, narxlar erkin bozordagidek marjinal xarajatlarga yaqin turadi, chunki kelishuvga nisbatan raqobat ustuvorlikka ega bo'ladi.

Kelishuv bo'lganda qancha ishlab chiqarish belgilab olinadi, raqobatga borilganda esa boyib ketish uchun tovar taklifini ko'paytiradilar.

Sof monopoliya sharoitidagi raqobat juda cheklanadi.

Sof monopoliya, degani ishlab chiqarish va tovarlar taklifini yagona, ya'ni hech bir raqibi yo'q kompaniya qo'lida bo'lishini bildiradi.

Bu yerda ishlab chiqarish tarmog'i bitta kompaniyadan iborat bo'ladi. U ishlab chiqaradigan mahsulot g'oyat noyob bo'lib, uning yaqin o'rinbosarlari bo'lmaydi. Xaridor oldida tovarni monopolist aytgan narxda sotib olishdan boshqa yo'l yo'q. Sof monopoliya bor tarmoqqa boshqa firmalarning kirish yo'li to'sib tashlangan. Bu to'siqlarga g'oyat katta kapitalning kerakligi, tabiiy resurslarning egallab olinganligi, patent, litsenziyalarni ruxsatlar olish mumkin bo'lmasligi kabilar kiradi. Sof monopoliya o'zi chiqaradigan tovar bozorida raqobatga yo'l bermaydi.

Ammo, u moddiy resurslarni qulay narxda xarid etish, malakali ish kuchini jalb etish, texnik yangiliklarni kiritish borasida boshqalar bilan raqobatda bo'ladi.

Sof monopoliyalar bor joyda ularning bozor ustidan hokimiyati o'rnatiladi, ya'ni ular bozor narxini o'zlari belgilaydilar, narx raqobat vositasi bo'lmay qoladi.

Monopol hokimiyatni 3 narsa yuzaga keltiradi:

1. ***Bozor talabining o'zgaruvchanligi.*** Talab oshganda ishlab chiqarishning asosiy qismini tutib turuvchi firma shunga mos ravishda taklifni oshirmay, buning o'rniga narxni oshiradi;

2. ***Bozordagi firmalar soni.*** Firmalar qancha ko'p bo'lsa, shunchalik ulardan birining narxga ta'sir eta olishi, ya'ni monopol hokimiyati kam bo'ladi. Agar firmalar soni qanchalik kam bo'lsa, ulardan birining monopol hokimiyatga ega bo'lish ehtimoli shunchalik ortadi. Bordi-yu bozorda 12 ta firma bo'lib, shulardan 3 tasi 75 % tovarni taklif etsa, shular hokimiyati o'rnatiladi, qolgan 9 ta firma qo'lida 25 % taklif bo'lganidan, ular hokimiyati yo'q. Bozordagi taklifning bir necha firma qo'lida to'planishi bozor **konsentratsiyasi** deyiladi. Konsentratsiya qanchalik kuchli bo'lsa, bozor hokimiyati ham shunchalik kuchli bo'ladi, raqobat esa cheklanadi;

3. ***Firmalarning o'zaro munosabati.*** Firmalar bir-biri bilan qanchalik tajovuz bilan kurashsa, shunchalik bozor hokimiyati kam bo'ladi, chunki keskin kurash narxning tushishiga olib keladi. Bordi-yu firmalar qanchalik kelishib ish ko'rsalar, shunchalik monopol hokimiyat imkoni ko'p bo'ladi.

Monopol hokimiyat firmalarning raqobatlashuv darajasiga teskari mutanosiblikda, o'zaro kelisha olinishiga esa to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi.

Monopol hokimiyatning o'z o'lchami bor, bu uning ko'rsatkichidir. Ko'rsatkich sifatida A. Lerner koeffitsiyenti (Z) bo'lib, buning son qiymati 0 dan 1 gacha bo'ladi. Buni aniqlash uchun narxdan marjinal xarajat ayiriladi va bu hosila qiymat yana narxga bo'linadi. Bunda, yangi hosila bo'ladi. Bunga ko'ra, narxning marjinal xarajatdan ortiq qismining hissasi qancha ko'p bo'lsa, shunchalik monopol hokimiyat kuchli bo'ladi. Mukammal raqobatli bozorda $P=W_m$ bo'lganidan $Z=0$ bo'ladi, ya'ni hokimiyat yo'q. Monopol bozorda esa $P>W_m$ bo'ladi va bu Z ni 0 dan yuqori qiladi.

Masalan, $P=25$, $W_m=20$.

Bunda, $Z=\frac{25-20}{20}=\frac{5}{20}=0,25.$

Demak, $Z=0,25$. Bundan $Z>0$ kelib chiqadi. Biroq, Z birdan hech qachon katta bo'lmaydi, chunki 1 eng katta qiymat hisoblanadi.

Agar raqobatli bozordagi firmalar narxlarni borligicha qabul qilsalar, monopoliyalar ularni o'rnatadilar. Masalan, «Microsoft» firmasining «Windows» operatsion sistemalari bozordagi monopoliya bo'lib, bular narxini o'zi belgilaydi. Monopoliya belgilagan narxni bozor ko'tarsa, u narxni oshirib daromadni ko'paytiradi. Bordi-yu narxni bozor ko'tarmasa, uni tushirish o'rniga monopoliya ishlab chiqarishni qisqartirib, tovar taklifini kamaytiradi, shu yo'l bilan yuqori narxni tutib turadi. Biroq, monopoliya narxni to'xtovsiz

oshirib bora olmaydi, chunki shunday bo‘lsa, tovarlar sotilmay qoladi, chunki bozor uchun monopoliya narxi qimmatlik qiladi. Shu sababli monopoliya xarid qobiliyati bilan hisoblashishga to‘g‘ri keladi. Masalan, tovar 100 dollar turadi. Xarid qobiliyati 1200 dollar, demak, shu narxda 12 ta tovar, sotilishi mumkin. Bordi-yu monopoliya narxni 120 dollarga ko‘tarsa, tovarning 10 tasi sotilib, qolgan ikkitasi o‘tmay qoladi. Shuni monopoliya hisobga olishga majbur bo‘ladi. Xaridor pulini to‘lagan yuqori narx monopoliyaga foyda keltirsa, xaridorga zarar keltiradi. Agar mukammal raqobatli bozorda A tovar 100 dollardan sotilganda xaridorlar undan 6000 tasini olib iste’mol qiladilar. Monopoliya narxni 120 dollar o‘rnatsa, xaridorlar A tovardan 5000 tasini oladilar. Oradagi 1000 tovar qiymati xaridor uchun yo‘qotish bo‘lsa, monopoliya uchun yutuq bo‘ladi, chunki 6000 tovar olish uchun xaridorlar qo‘shimcha ravishda 120000 dollar berishlari kerak. Mana shu 120000 dollar monopoliya yutug‘ini hosil qiladi.

Monopol narx o‘rnatilganda xaridor yutug‘i monopoliya yutug‘iga aylanadi, bundan monopol ustama foyda hosil bo‘ladi.

Monopol foyda olinganda umumiy yutuq summasi o‘zgarmaydi (6000 tovar), balki buni monopoliya bilan xaridor o‘rtasida taqsimlanishi yuz beradi. Mukammal raqobatli bozorda umumiy yutuq (6000 tovar) xaridorga tegsa, monopol bozorda buning bir qismi (5000 tovar) xaridorga, ikkinchi qismi (1000 tovar) monopoliyaga tegadi. Monopoliya bor joydagi yo‘qotish ishlab chiqarish hajmini qisqartirish tufayli yuz beradi. Monopoliya tovarning yuqori narxini (120) tutib turish uchun uni kamroq chiqaradi (5000 tovar), natijada jamiyatning umumiy yutug‘i qisqaradi (5000<6000). Demak, monopoliyaning ustama foyda olishi jamiyat uchun yo‘qotish bo‘ladi.

Monopsoniya sharoitida muayyan tovar va xizmatlar bozorida yagona xaridor bo‘lganidan ishlab chiqaruvchilar uning pulini olish uchun raqobatlashadi, chunki ular oldida xaridor tanlash imkoniyati bo‘lmaydi. Monopsoniyaga misol qilib «De Birs» (Janubiy Afrika) kompaniyasini olish mumkin. Bu kompaniya dunyoda qazib olingan olmoslarni g‘oyat katta qismini qayta ishlab brilliantga aylantiradi va sotadi. Dunyodagi hamma olmos konlarining egalari «De Birs» pulini olish uchun raqobatlashadi.

Bir sohaning o‘zida har xil raqobat mavjud bo‘ladi, shuning uchun mukammal yoki nomukammal raqobat mezonlariga to‘la javob bera oladigan bozorlarni uchratish qiyin. Biroq shunday bozorlar ham borki, ular mukammal raqobat talablariga boshqalardan ko‘ra ko‘proq mos keladi. Misol uchun, qishloq xo‘jalik mahsulotlari bozorini olish mumkin. Shu bilan bir vaqtda, sof mono-

poliyaga mos keladigan bozorni ham topish qiyin. Hatto o‘z bozorlarida yetakchi rol o‘ynaydigan firmalarning ham doimo bir-ikkita mayda raqobatchisi bo‘ladi. Sof monopoliya noyob mahsulotga ega bo‘lish bilan bog‘liq. Ammo noyoblikning o‘zi abadiy emas. Chunki, noyob mahsulotning o‘rinbosari va undan noyobrog‘i ham yaratilib turadiki, bu bilan monopol mavqeyi zil ketadi va raqobat paydo bo‘ladi. Masalan, AQShda uzoq masofali telefon aloqasi sof monopoliya tizimiga kirar edi, lekin «EmSiAy» va boshqa firmalarning bu tarmoqqa kirib kelishi, ekspress-pochta va sun’iy yo‘ldosh aloqalaridan foydalanishi bu bozorni oligopoliyaga aylantirib, cheklangan bo‘lsa-da, raqobatni yuzaga keltiradi.

Real hayotda raqobat turlari chirmashib va tutashib ketgan tarzda uchraydi, bir sohaning o‘zida ular yonma-yon turadilar.

12.5. Raqobat strategiyasi

Raqobat muqarrar bo‘lganidan uning ishtirokchilari bunga shay bo‘lib turishadi. Har bir ishtirokchi uning raqibi nima qila olishini bilishga va bunga qarshi chora ko‘rishga intiladi. Bular firmaning raqobat strategiyasida o‘z o‘rnini topadi. Bunda raqobatlashuvchi firma bozorga qanday tovarni, qanday miqdorda va qaysi vaqtda chiqarishini belgilab oladi. Firma eng avval, qancha mahsulot chiqarishini aniqlaganda raqiblari ham shunday ish qilishlarini va bozor narxi barcha taklifning miqdoriga bog‘liq bo‘lishini nazarda tutadi. Odatda firmalar o‘z raqibi ishlab chiqarish hajmini o‘zgarmaydigan, deb qabul qiladilar. Masalan, «A» firma «B» firma mahsulot chiqarmaydi, deb hisoblasa, bunda uning o‘zi taklif etgan mahsulot bozor taklifiga teng bo‘ladi. Firma narxni marjinal xarajatlarga teng qilib belgilaydi, chunki shundagina foyda maksimumlashadi. Bordi-yu «A» firma «B» firma ham bozorga mahsulot chiqara oladi, deb hisoblasa, bunda u o‘z ulushini belgilaydi. Demak, raqobatli firma o‘z raqibi nima qila olishini nazarda tutishi kerak bo‘ladi, chunki bozor muvozanati har ikkalasining taklifiga bog‘liq. Shunday sharoitda har bir firma o‘z raqibi qanday miqdorda ishlab chiqara olishini chamalab ko‘radi va o‘z foydasini maksimumlashtiradigan miqdorda tovar ishlab chiqaradi. Firmalarning bir-biriga javoban harakati «Nesha» muvozanatini yuzaga keltiradi. «Nesha» muvozanatiga ko‘ra, raqobatchi o‘z raqibi harakati aniq bo‘lganda, o‘zi nima ish qilishini yaxshi bilishi kerak.

O‘zaro kurashda yutib chiqish uchun uning ishtirokchilari raqobatbardosh bo‘lishi kerak.

Raqobatbardoshlik – bu raqobatga chidamli bo‘lish, unda g‘olib kelish qobiliyatiga ega bo‘lishdir.

Bu uch narsa bilan belgilanadi:

1) Muayyan tovarning raqobatbardoshligi;
2) Firmaning raqobatbardoshligi;
3) Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi.

Tovarlarning raqobatga chidamli bo‘lishi firma g‘alabasining asosiy sharti hisoblanadi. Firmaning raqobatbardoshligini uning tovarining sifati va narxi jihatidan bozorbop bo‘lishi belgilaydi. Shu bois, firma strategiyasida raqobatbardosh tovarlarni chiqarib bozorni egallashga alohida e’tibor beriladi.

Raqobatbardosh tovar – bu o‘z sifati, narxi va sotilish shart-sharoitiga binoan xaridorlarga ma’qul bo‘lganidan bozor ko‘taradigan tovardir.

Raqobatbardoshlik tovar qadr-qiymati yuqori bo‘lishini bildiradi, ya’ni uning narxi va sifatining mosligini talab qiladi. Shu moslik mavjud bo‘lganda tovarni xaridor afzal ko‘radi, u tez sotiladi. Natijada, uni ishlab chiqaruvchi bellashuvdan yutib chiqadi. Raqobatbardoshlikning ikki jihati bor, bular **milliy bozordagi** raqobatbardoshlik va **jahon bozoridagi** raqobatbardoshlikdir. Jahon bozorida dunyoning saralangan firmalari bellashganidan bu yerda tovarning raqobatbardoshligi talablari milliy bozordagidan yuqori bo‘ladi.

Firma oldida erkin iqtisodiy tanlov bo‘lganidan u raqobatlashuv o‘rniga til biriktirishi ham mumkin. Biroq bu qonun yo‘li bilan man etiladi. Biroq firma yashirin kelishuv yo‘lidan borishi mumkin, lekin firmalar bir-biridan doimo hadiksiraydilar va raqobatga borishlari ham turgan gap. Xullas firmalar o‘z strategiyasida raqobat qilish yoki kelishuvni tanlaydilar.

Firmaning strategiyasida raqobatlashuv afzal ko‘rilganda uning turli usullari sharoitga qarab har xil kombinatsiyada qo‘llaniladi. Narx bilan raqobatlashuv ko‘zda tutilganda uni qachon va qanday tarzda o‘zgartirib borish belgilab olinadi. Shuningdek, xaridorlar qurbiga, tovarlarni ular uchun o‘ta zarur bo‘lishi yoki bo‘lmasligiga qarab narxlar bir-biridan farqlantiriladi, chunki xaridor narxni yaxshi qabul qilsa tovarlarning sotilish hajmi ortadi, binobarin foyda maksimumlashadi.

Sifat bilan raqobatlashuvga ustuvorlik berilganda, o‘z tovarini o‘zgalarnikidan nima jihatidan ajralib turishiga e’tibor qaratiladi. Masalan, avtomobillar bozorida firmalar quyidagi sifat parametrlariga e’tibor beradilar: dizayn, tezlik komfort, yoqilg‘ining tejalishi,

ekologik toza bo‘lishi, uzoq vaqt ta’mirsiz xizmat qilishi, chidamliligi va hokazolar.

Servis bilan raqobatlashganda uning sotiladigan tovar iste’moli bilan bog‘liq bo‘lishi yoki bo‘lmasligi, bu qancha turishi va sotish hajmining ortishi hisobidan o‘zini naqadar oqlay olishi inobatga olinadi.

Raqobat strategiyasida reklamaga katta e’tibor beriladi, chunki bu xaridorga ta’sir etishning samarali usuli hisoblanadi. Odatda tovarlarning sotilish hajmi reklama sarfiga to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi, ya’ni reklama sarfi oshgan sari sotilish hajmi ko‘payadi. Biroq buning uchun reklama samarali bo‘lishi talab qilinadi. Odatda reklamaning turli usullari birgalikda qo‘llaniladi.

Raqobat strategiyasida firma ishlaydigan bozorning xarakteri hisobga olinadi. Bunda bozorning mukammal yoki nomukammal bo‘lishi, uning doimiyligi yoki mavsumiyligi, bozorning qaysi segmentga mansubligi, bozorning hajmi kabilar nazarda tutiladi, chunki shunga qarab tanlangan kurash usuli raqobatda g‘olib chiqish imkonini beradi. Raqobat strategiyasida mavjud iqtisodiy siyosatga moslasha bilish ham ahamiyatga ega bo‘ladi, chunki buning uddasidan chiqqan firmaning qo‘li baland keladi.

Firmalar o‘z raqiblarining ko‘payishidan manfaatdor bo‘lmaydilar, shu bois ular iloji boricha *o‘z* bozoriga o‘zgalarni kiritmaslik choralarini qo‘llaydilar. Ayniqsa bu nomukammal raqobatli bozorga xos bo‘ladi. Bu yerdagi firmalar monopol mavqeni saqlab qolish uchun faoliyat turiga ruxsat beruvchi litsenziyalarni sotib oladilar, natijada boshqalar bu faoliyat bilan shug‘ullana olmaydilar yoki tabiiy resurslarni tag-tugi bilan sotib oladilar, natijada o‘zgalar bundan foydalana olmaydilar. Ular ilmiy-texnikaviy yangiliklarni monopollashtirib, boshqalarni bulardan mahrum etadilar. Biroq bozorga kirish yo‘lida firmalar hosil qilgan to‘siqlar uni tamomila yopib qo‘ya olmaydi. Chunki «zo‘rni zo‘r yenga oladi», degan qoida monopol bozorda ham amal qiladi. Yirik firmalar borki, bular to‘siqlarni yengib bozorga kira oladilar. Shuni nazarda tutib bozorda ilgaridan ishlab kelgan firmalar raqiblar bozorga kirib kelganda nima qilishlarini belgilab oladilar. O‘z navbatida yangi firmalar eski firmalar qarshiligini qanday bartaraf etish choralarini qo‘llaydilar. Xullas firmalarning raqobat strategiyasida bozor uchun kurashning to‘xtovsiz borishi, uning ishtirokchilari doirasining yangilanib turishi, bellashuv usullarining turlicha bo‘lishi va ulardan eng maqbulini tanlab olish zarurligi hisobga olinadi.

12.6. Raqobatchilik muhiti

Raqobat iqtisodiyotni harakatga keltirib uning rivojlanishini ta'minlashi uchun yetarli raqobatchilik muhiti talab qilinadi.

Raqobatchilik muhiti – bu raqobat uzluksiz va cheklanmagan holda borishi uchun kerakli shart-sharoitning mavjudligidir.

Bunday muhit mukammal raqobatli bozorga xos bo'ladi. Uning asosiy belgilari quyidagicha:

- xususiy mulk erkinligining mavjudligi;
- iqtisodiy tanlov erkinligining bo'lishi;
- narxlarning erkin shakllanishi;
- iqtisodiy bellashuv usullarining, erkin tanlab olish imkoniyatining borligi.

Bir so'z bilan aytganda, raqobatchilik muhiti – bu liberal (erkin) iqtisodiy sharoitning bo'lishidir. Shu sababli O'zbekistonda «Iqtisodiyotni erkinlashtirish haqiqiy raqobat muhitini yaratish bilan o'zviy bog'liqdir»,[11] deb qaraladi. Raqobat muhitiga ziddiylik xos bo'ladi. Birinchidan, bu iqtisodiy erkinlikni bildiradi. Ikkinchidan, erkinlik obyektiv tarzda monopollashuvni yuzaga keltiradiki, bu esa raqobatni cheklab qo'yadi. Natijada, mukammal raqobatdan nomukammal raqobat kelib chiqadi. Iqtisodiyotdagi monopollashuv tendensiyasi raqobatni cheklaganidan, davlat sog'lom raqobat muhitini yaratishda faol ishtirok etadi. Bunga ikki yo'l bilan erishiladi:

1. **Raqobatlashuvchi firmalar safining kengayishiga sharoit yaratiladi**. Davlat turli bozorlarga yangi firmalarning kirib kelishiga sharoit yaratib beradi, barcha firmalarning iqtisodiy mustaqilligini qonun yo'li bilan kafolatlaydi.

2. **Antimonopol (monopoliyaga qarshi) siyosat yurgiziladi.** Davlat antimonopol chora-tadbirlarni qo'llaydi. Davlat yangi firmalarni ochilish va yopilish tartiblarini soddalashtiradi, ularni ro'yxatga olishni arzonlashtiradi, ularni korrupsiyadan (poraxo'rlikdan) himoya qiladi, hamma raqobatchilar uchun bir xil soliqlar o'rnatadi, bir xil ishlash tartibini joriy etadi, savdo-sotiq shoxobchalarini bir-biriga yaqin yerda joylashtiradi. Masalan, Italiyada raqobatga sharoit yaratish uchun bir xil turdosh yoki o'rindosh tovar sotuvchi magazinlar va do'konlar bir-biridan 400 metrdan oshiq bo'lmagan yerda joylashtiriladi, toki ular xaridor puli uchun yaqin turib kurasha olishlari kerak. Davlat o'z korxonalarini xususiylashtirish yo'li bilan raqobatchilar safini kengaytiradi.

---

[11] *И.Каримов.* Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. Т.: «Ўзбекистон», 1999, 34-бет.

Davlatning antimonopol siyosati, birinchidan, yangi monopoliyalarning hosil bo'lishi oldini olishga va ikkinchidan, mavjud monopoliyalarni jilovlab turishga qaratiladi. Monopoliyani hosil qilishga yo'l bermaslik uchun yirik kompaniyalarning birlashib ketishiga ruxsat berilmaydi. Odatda, kompaniyalarga u yoki bu turdagi mahsulot ishlab chiqarishning 50 %dan ortig'ini nazorat qilishga yo'l berilmaydi. Shunday bo'lganda yirik kompaniyalar tarqatilib yuboriladi. Ularning o'rniga boshqa firmalar kelib raqobatlasha boshlaydi.

Bir kompaniya aksiyasini boshqasi tomonidan sotib olib uni qaram qilish ham chegaralanadi. Bir kompaniya boshqasining mulkini ma'lum qisminigina sotib olib uning sherigiga aylanishi mumkin. Sherikchilik hissasi boshqa korxonani nazorat qilish imkonini bersa, bu man etiladi.

Firmalarning narx belgilash sohasida til biriktirishlariga ham iloji boricha yo'l berilmaydi. Firmalar til biriktirib, narx belgilangan taqdirda bu narx chegaralab qo'yiladi, ya'ni uni belgilangan me'yordan oshirish mumkin bo'lmaydi. Bu bilan monopol faoliyat cheklanib, narx bilan raqobatlashuvga yo'l beriladi. Monopol faoliyatni cheklovchi qonunlarni buzuvchilar jazolanadi. Masalan, 2003-yil mashhur «Microsoft» firmasi antimonopol qonunchilikni buzgani uchun 500 mln dollar miqdorida jarima to'lagan.

Bozor iqtisodiyoti allaqachon shakllanib bo'lgan mamlakatlarda raqobat muhiti qayta-qayta tiklanib tursa, bozor iqtisodiyotiga endigina o'tayotgan mamlakatlarda uni yangidan yaratish kerak bo'ladi va bu davlatning ishiga aylanadi. Buning uchun xususiy mulkchilikka v tadbirkorlikka qonun yo'li bilan ruxsat beriladi, tadbirkorlik har taraflama qo'llab-quvvatlanadi, bozor ishlariga xizmat qiluvchi infratuzilma yaratiladi. Raqobatlashuvchilar sonini orttirish uchun davlat mulki xususiy qilib sotiladi, kishilar o'zi topgan pul hisobidan yangidan xususiy korxonalar ochishiga imkon beriladi.

O'zbekistonda davlat korxonalari xususiy mulk sifatida sotildi, ular aksionerlar (hissadorlar) jamiyatlariga aylantirildi, yangidan xususiy korxonalar ochilishiga ruxsat berildi, fermer xo'jaliklari tashkil etildi. Buning natijasida raqobatchilar soni ko'paydi. Raqobatga yo'l ochish uchun monopol davlat narxlaridan erkin bozor narxlariga o'tildiki, bu narxdan raqobatlashuv vositasi sifatida foydalanishga imkon berdi.

O‘zbekistondagi antimonopol siyosat monopoliya mavqeyidagi korxonalar faoliyatini tartiblashga qaratildiki, buni Davlat antimonopol komiteti amalga oshiradi. Shu maqsadda monopol korxonalar reyestri – ro‘yxati joriy etildi, bunga kiritilgan korxonalar o‘rnatadigan narx chegaralanadi, ularni monopol narx hisobidan olgan ustama foydasi davlatga o‘tkazib yuboriladi. Tarqatib yuborilishi ma’qul bo‘lmagan monopoliyalar ustidan davlat nazorati o‘rnatiladi. O‘zbekistondagi raqobatchilik muhitini shakllantirish va uni kengaytirish chora-tadbirlari shundan kelib chiqdiki, raqobat muhiti bo‘lmasa «...samarali innovatsiyalar, past xarajatlar va narxlar, mahsulotning yuqori sifatiga erishish, boshqacha aytganda, butun iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish mumkin emas».[12]

Xulosalar

1. Raqobat iqtisodiyot subyektlari manfaati to‘qnashgan sharoitda ular o‘rtasida yuz beradigan kurashdir. Bu kurash raqobat qonuniga ko‘ra muqarrar bo‘ladi, bozorga xos usullarda yuz beradi, iqtisodiyot subyektlarining saylanib olinishini keltirib chiqaradi. Raqobatlashuv usullari narxni o‘zgartirish, tovar sifatini oshirish, servisni yaxshilash va reklamani o‘tkazishdan iborat.

2. Raqobat maydoni bozor, biroq turli bozorlarda raqobat ishtirokchilari har xil bo‘ladi, ularning raqobatdan ko‘zlagan maqsadi ham turlichadir. Bir bozorda ishlab chiqaruvchilar-sotuvchilar kurashsa, boshqa bozorda iste’molchilar bellashadi, yana boshqa yerda ishlab chiqaruvchilar bilan iste’molchilar raqobatlashadi.

3. Erkin bozorda mukammal raqobat yuz beradi, bu sof raqobat hisoblanadi, chunki raqobat hech bir cheklanmagan bo‘ladi, unda ko‘pchilik ishtirok etadi, ularning raqobati narx vositasida bo‘ladi. Erkin bozorda uning hech bir ishtirokchisi narxga ta’sir eta olmaganidan uni borligicha qabul qilib, shunga ko‘ra ish tutadi. Bu yerda narx marjinal xarajatlarga yaqin turadi, biroq kurash jarayonida u o‘zgartiriladi. Erkin bozor ochiq bo‘lganidan bu yerga kirib kelish va undan chiqib ketish mumkin, shu sababli raqobat so‘nmaydi. Biroq foyda topilgandagina bu bozorga kiriladi, zarar ko‘rilganda undan chiqiladi. Mukammal raqobat ham ishlab

[12] *Karimov I.* Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: O‘zbekiston, 2005, 76-77-betlar.

chiqaruvchilarni, ham iste'molchilarni manfaatdor qiladi, chunki ishlab chiqarish yutug'ini ular baham ko'rishadi.

4. Nomukammal raqobat – bu ishtirokchilari ozchilik bo'lgan va cheklangan tarzda yuz beradigan, monopoliyalarga xos raqobatdir. Buning asosiy ko'rinishi monopol va oligapol raqobatdir. Monopol raqobatli bozorda ko'pchilik firmalar sifat,.servis, reklama va tovar belgilari vositasida kurashadilar. Bu yerda erkin bozordagidan yuqori, ya'ni marjinal xarajatdan yuqori bo'lgan narxlar amal qiladi. Bu bozor ochiq lekin unga kirib o'rnashib olish uchun katta kapital kerak, binobarin bu raqobatni cheklaydi.

Oligopoliya bozorida g'oyat yirik va ozchilikdan iborat kompaniyalar sifat va servis vositasida raqobatlashadilar, ular narxni kelishgan holda, marjinal xarajatdan ancha yuqori qilib o'rnatadilar. Bu bozorga kirib raqobatlashuv juda qiyin, lekin buning uddasidan ulkan firmalar chiqa oladilar.

Sof monopoliya bozorida tovar taklifi yakka-yu yagona firma qo'lida bo'lganidan uning raqibi bo'lmaydi, biroq bu firma resurslar bozorida raqobatlashadi. Bu yerda bozor konsentratsiyasi kuchli bo'lganidan bozor hokimiyati hosil bo'ladi va bu bozor narxiga ta'sir etish miqyosi bilan aniqlanadi. Bozor hokimiyati koeffitsiyenti amaldagi narxlarning marjinal xarajatdan naqadar yuqori bo'lishini bildiradi.

Monopsoniya bozorida xaridor yagona bo'lganidan ko'pchilik ishlab chiqaruvchilar uning pulini olish uchun kurashadilar. Raqobat turlari sof holda kamdan kam uchraydi, ular yonma-yon turadi, hatto chirmashib ham ketadi.

5. Raqobat muqarrar bo'lganidan firmalarni unga oid strategiyasi bo'ladi. Bunda bozorda o'zini qanday tutish, raqobatga borish yoki til biriktirib unga bormaslik yo'li aniqlanadi. Raqobatga borilganda o'z tovarlarining raqobatbardoshligiga, ya'ni uni xaridorlarga ma'qul bo'lishiga asosiy e'tibor beriladi, strategiyada raqobatlashuv usuli ham belgilanadi.

6. Bozor tizimiga raqobatchilik muhiti xos bo'ladiki, bu iqtisodiy erkinlikdan boshqa narsa emas. Buni ta'minlashda davlat faol qatnashadi. Xususiy mulk va iqtisodiy erkinlik qonun yo'li bilan kafolatlanadi, raqobatchilarning bozorga kirib kelishi uchun qulay sharoit yaratiladi, davlat mulki xususiylashtiriladi. Raqobatchilikni ta'minlab turish uchun davlat antimonopol siyosat qo'llaydiki, bunga binoan yangi monopoliyalarning hosil bo'lishining oldi oli-

nadi, eski monopoliyalar jilovlab turiladi, kompaniyalarning qo'shilib, monopoliya hosil qilishi taqiqlanadi, saqlanib qolgan monopoliyalar narxi nazorat qilinadi.

Tayanch tushunchalar

Raqobat; partnyorlik; raqobat qonuni; raqobat maydoni; raqobatlashuv usullari; mukammal raqobat; nomukammal raqobat; monopolistik raqobat; bozor to'siqlari; oligopoliya raqobati; sof monopoliya; bozor hokimiyatining koeffitsiyenti; monopsoniyada sotuvchilar raqobati; raqobat strategiyasi; raqobatbardoshlik; raqobatchilik muhiti; antimonopol siyosat.

XIII bob. MEHNAT

13.1. Mehnat resurslari

Mehnat ishlab chiqarishning yetakchi omili hisoblanadi. Mehnat bo'lmasa, ishlab chiqarishning boshqa omillari harakatga kelmaydi, binobarin tovarlar va xizmatlar yaratilmaydi. Biroq boshqa omillarsiz mehnat jarayoni ham yuz bermaydi. Masalan, dehqonchilikda yer, suv, turli qurollar va texnika bo'lmasa mehnat jarayoni ham bo'lmaydi.

Mehnat jarayoni – bu kishilarning ishlash qobiliyatlarining harakatga kelishi, ularning aqliy va jismoniy kuch-quvvatlarini tovar va xizmatlar yaratish yo'lida sarflanishidir.

Mehnat behuda ish qilish emas, balki kishilarga ularning ehtiyojini qondirish orqali naf keltiradigan faoliyatidir. Mehnatning omili ish kuchidir. Shu ma'noda ular turdosh tushuncha bo'ladi, ya'ni ish kuchi deganda mehnat anglanadi. Bozor tizimida mehnat ham tovar hisoblanadi, ya'ni u oldi-sotdi qilinadi. Bozor orqali mehnat ishlab chiqarishga kirib keladi. Ishlash qobiliyati hammada ham bo'lavermaydi, shu sababli aholi tarkibidan mehnat resurslari ajratib olinadiki, bu **mehnatga layoqatli** kishilardan iborat bo'ladi. Mehnat resurslari mehnat yoshiga kirgan, lekin hali pensiya yoshiga yetmagan kishilardir. Mehnat resurslari **mehnat salohiyatini** bildiradi. Ular amalda ishlab chiqarishning omili sifatida ishlab chiqarishdagi boshqa omillar bilan birikkanidan so'ng mehnat jarayoni yuzaga keladi. Mehnat resurslari tarkibida ishlayotgan yoki ishlashga jazm etgan kishilar borki, Bular iqtisodiy faol aholini tashkil etadi. Biroq bularning bir qismi band bo'lsa, boshqa qismi ishsiz bo'ladi. Ishlashga xohish bildirmagan kishilar ham bor, lekin ular tovar va xizmatlar yaratishda qatnashmaydilar. Amalda band bo'lgan iqtisodiy faol kishilarning mehnati ishlab chiqarishda qatnashadi. Mana shular mehnat jarayonining ishtirokchilari hisoblanadi.

Mehnat resurslarining o'sishi aholining ijtimoiy-demografik tarkibiga bog'liq. Agar aholi tarkibida yoshlar ko'p bo'lsa mehnat resurslari tez o'sadi. Bordi-yu qarilar aholining salmoqli qismini tashkil etsa, mehnat resurslari sekin o'sadi yoki umuman o'smaydi. Aholi tez ko'paygan joyda mehnat resurslari jadal o'sadi. Masalan, O'zbekistonda mehnat resurslari har yili 330 ming nafarga oshadi. Keyingi 10 yilda O'zbekiston mehnat resurslari 24,3 %ga ko'paydi. G'arbiy Yevropa mamlakatlarida aholi tug'ilishi kamaygani uchun,

mehnat resurslari ham qisqaradi. Ularning o‘rni migrantlar (kelgindilar) hisobidan to‘ldirilib turiladi. Mehnat resurslarining nafaqat miqdoriy, balki sifatli o‘lchami ham bo‘ladi. Bu kishilarning bilim darajasi, mehnat malakasi va ish tajribasidan iborat bo‘ladi. Ishlab chiqarish o‘sgan sari uning texnologik darajasi ham oshib boradi. Bu esa mehnat resurslari sifatining ortishiga olib keladi. Eski mehnat kasblari yo‘qolib, ular o‘rniga yangilari keladi. Masalan, O‘zbekiston qishlog‘ida ketmonchi kasbi o‘rniga mexanizator kasbi kelgan. Kasbiy mahoratga talab ortishi bilan kasb turlari ko‘payadi. XXI asr boshiga kelib yer yuzida 20 mingga yaqin kasb bo‘lgan. Kasblarning yangilanishi bilan mehnatning unumdorligi o‘sishga moyil bo‘ladi.

13.2. Mehnat bozori

Mehnat iqtisodiy resurslardan biri bo‘lganidan unga talab bozorda yuzaga keladi va bu mehnat yaratadigan tovar va xizmatlarga bo‘lgan talabga bog‘liq bo‘ladi. Agar bularga talab oshsa bozorda mehnatga ham talab oshadi, aksincha bularga talab qisqarsa, mehnatga ham talab kamayadi.

Mehnat bozori bu ish kuchini oldi-sotdi qilish yuzasidan ishga talabgorlar bilan ish beruvchilar o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatdir.

Mehnat bozoridagi xaridorlar, firmalar, davlat idora-tashkilotlari, nodavlat jamoat tashkilotlaridan iborat bo‘ladi. Bular ish beruvchilar hisoblanadi. Mehnatni bozorga taklif etuvchilar – sotuvchilar ish kuchi sohiblari bo‘lib, ular mehnat qobiliyati mavjud va o‘z mehnatini sotishga ishtiyoqi bo‘lgan kishilardan iborat, ular xonadon ahli hisoblanadi. Mehnatni taklif etuvchilar ishlab pul topishga zarurati bo‘lgan kishilardir. Ishlash qobiliyati bo‘la turib pul topishga muhtoj bo‘lmaganlar mehnat bozorida ishtirok etmaydilar. Masalan, to‘q xonadonlardagi uy bekalarida ishlashga zarurat bo‘lmaydi, shu sababli ular o‘z mehnatini bozorga taklif etmaydi.

Ish beruvchilar korxona egalari yoki ularning vakillari, turli davlat va nodavlat tashkilotlarining rahbarlari hisoblanadi. Ular mehnat bozoridan ish kuchini sotib oladilar, ya’ni yollanib ishlovchilarni ular mehnatiga haq to‘lash sharti bilan ishga oladilar. Mehnat bozorining aniq shakllari bo‘ladi, bular mehnat birjalari va ishga yollovchi firmalar bo‘lib, yollanib ishlovchilar bilan ish beruvchilarni bir-biriga bog‘lovchi vositachilar hisoblanadi. Vositachilikni kasaba uyushmalari ham bajaradi. Mehnat oldi-sotdisi bilvosita bo‘lganda ish beruvchilar bilan yollanib ishlovchilarni bir-biriga aytilgan vositachilar bog‘laydi. Mehnatning oldi-sotdisi bevosita

bo‘lganda ish beruvchilar yollanib, ishlovchilarni o‘zlari to‘g‘ridan to‘g‘ri ishga oladilar. Mehnat bozoridagi vositachilar ikki turga bo‘linadi:

1. *Oshkora ishga yollovchi vositachilar,* bular qonuniy yo‘l bilan ishlovchi mehnat birjalari va ishga yollovchi firmalar;

2. *Yashirin g‘ayriqonuniy yo‘l bilan ishga yollovchi firmalar.* Bular yashirin ravishda korxona va tashkilotlarni arzon ish kuchi bilan ta’minlab turadilar. Bular odatda qoloq mamlakatlardan chiqqan arzon ish kuchini rivojlangan mamlakatlarga yetkazib beradilar. Bular migrantlar ish kuchining eksporti bilan yashirin shug‘ullanadilar.

Mehnat bozori O‘zbekistonda mehnat birjalaridan, mardikor bozoridan, to‘g‘ridan to‘g‘ri ishga yollashdan, ish kuchi eksporti bilan shug‘ullanuvchi davlat idoralari, oshkora firmalar va yashirin ishga yollovchi g‘ayriqonuniy guruhlardan iborat. Bular orqali ish kuchi taklif etiladi, ish kuchiga bo‘lgan talab qondiriladi.

Ish beruvchi va yollanib ishlovchilar o‘rtasidagi aloqalar **mehnat munosabatlari** deyiladi. Bular ma’lum qonun-qoidalarga binoan tartiblanib turadi. Masalan, O‘zbekistondagi mehnat munosabatlari mamlakatning «Mehnat» kodeksiga binoan amalga oshiriladi. Mehnat munosabatlari mehnat bitimlari tuzish bilan qonuniylashtiriladi. Bu bitimlar uch xil bo‘ladi:

1. **Mehnat kontraktlari** – yollanib ishlovchilar bilan ish beruvchilar o‘rtasida yakka tartibda tuziladigan shartnoma. Unga binoan bajariladigan ishning mazmuni, mehnat sharoiti, ish haqi miqdori, uni to‘lash tartibi, har ikki tomonning huquqi va majburiyatlari belgilanadi;

2. **Jamoa bitimi.** Bu ish beruvchilar bilan yollanib ishlovchilar jamoasi o‘rtasidagi bitim bo‘ladi. Bunga binoan sifatli va unumli ishlash, mehnat xavfsizligini ta’minlash, ish haqining miqdori, inflatsiyaga qarab uni indeksiyalash (o‘zgartirish) tartibi, ishchi-xizmatchilar malakasini oshirish, dam olishini uyushtirish kabilar ko‘zda tutiladi;

3. **Bosh bitim.** Bu ish beruvchilar va yollanib ishlovchilar kasaba uyushmasi va hukumat o‘rtasidagi bitim bo‘lib, unga binoan mehnat munosabatlarini o‘rnatish tartibi mamlakat doirasida belgilab olinadi. Bitimlar mehnat munosabatlarining subyekti bo‘lmish ish beruvchilar va yollanib ishlovchilar, ularning kasaba uyushmalari va davlat o‘rtasidagi aloqalarni tartiblashga xizmat qiladi.

13.3. Mehnatga talab va mehnat taklifi

Mehnat ham tovar, unga bozorda talab hosil bo'ladi va bu mehnat taklifi orqali qondiriladi. Mehnat maxsus tovar, ya'ni u iste'mol tovari emas, balki g'oyat muhim resurs hisoblangan tovardir. U ishlab chiqarishga xizmat qiladi. Uning ishtirokida pirovardida iste'molga tayyor tovarlar yaratiladi. Shu sababli unga talab ishlab chiqarish hosilasidir. Mehnatga talabning miqdori mehnat bilan yaratiladigan tovar va xizmatlarga bo'lgan talabning nechog'lik ekanligiga bog'liq. Agar bozorda tovarlarga talab oshib, ular yaxshi sotilib tursa, mehnatga ham talab ortadi. Agar talab qisqarib tovar bozori kasodga uchrasa, mehnatga talab qisqaradi. Mana shu sababli iqtisodiy tushkunlik kezlarida mehnatga talab keskin qisqarib ketadi. Aksincha, iqtisodiyot yuksalib borgan chog'da mehnatga talab tez o'sadi. Tovarga talab uning narxiga bog'liqligi turgan gap. Mehnat ham tovar bo'lar ekan, unga talab uning narxiga bog'liq bo'ladi.

Mehnatning bozor narxi ish haqi bo'lib, bu yollanib ishlovchilarga ma'lum vaqtda bajarilgan ishning miqdori va sifatiga qarab to'lanadi.

Agar mehnat qimmatlashib, ish haqi oshsa, boshqa shart-sharoit o'zgarmagan holda, mehnatga talab qisqaradi. Bordi-yu aksi yuz berib, ish haqi qisqarsa mehnatga talab oshadi. Buni foydani maksimumlashtirish bilan izohlash mumkin. Biz oldingi boblardan bilamizki, xarajat oshsa foyda qisqaradi. Ish haqi esa xarajatlarning bir qismi. Ish haqi oshsa so'zsiz xarajat oshadi, tovar narxi oshmagan holda binobarin, foyda kamayadi. Shu sababli mehnatga talab foyda maksimumlashgunga qadar oshib boradi, so'ngra u qisqaradi. Bunda mehnat foydani eng ko'p keltiradigan darajada talab qilinadi. Foydani maksimumlashtirish mehnatni keragicha ishlatilishini bildiradi. Buni ishlab chiqarish funksiyasi talab qiladi. Mehnatga tatbiqan bu funksiya mehnatning bozor narxi bilan u beradigan marjinal mahsulot o'rtasidagi aloqani bildiradi. Mehnatning marjinal mahsuloti bu qo'shimcha mehnat bergan qo'shimcha mahsulotdir. Bu mahsulot avval o'sib borsa, so'ngra qisqaradi, chunki mehnatning marjinal unumdorligi bo'lib, bu pasayishga moyil bo'ladi. Buni tushunish uchun keltirilgan jadval ma'lumotlarini tahlil etamiz (13.1-jadval).

Jadvaldan ko'rish mumkinki, terimchilar sonining ortishi bilan yangi terimchi qo'shimcha ravishda teradigan paxta miqdori kamaygan, chunki yaxshi ochilgan paxta maydoni qisqarib borgan, natijada har bir terimchi paxtani borgan sari kam tergan. Natijada, marjinal mahsulot qisqargan, ish haqi esa oldingidek qolgan, chunki

fermer bilan terimchi kunbay ish haqini oldindan kelishib qo'ygan. Marjinal mahsulot qiymati bilan ish haqi orasidagi farq ortib borgan. Pirovard natijada to'rtinchi va beshinchi terimchini ishga olish fermer uchun foyda o'rniga zarar keltirgan.

13.1-jadval

Paxtakor fermer xo'jaligida terimchilarni ishlatish chegarasi

Terim-chilar soni	Mahsulot – terilgan paxta miqdori, kg	Marjinal mahsulot (paxta) miqdori, kg	Marjinal mahsulot (paxta)ning bozor qiymati, pul birligi	Terimchilar ish haqi, pul birligi	Fermer-ning marjinal foydasi, pul birligi (W_m-H_i)
1	100	100	10000	5000	5000
2	180	80	8000	5000	3000
3	240	60	6000	5000	1000
4	280	40	4000	5000	-1000
5	300	20	2000	5000	-3000

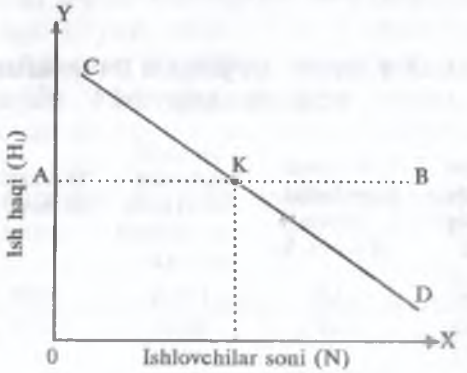
Demak, foyda topish uchun muayyan ish haqi saqlanib qolganda shunday miqdorda terimchilarni ishga olish zarur ekanki, ularning marjinal mahsuloti qiymati (W_m) ish haqidan (H_i) ko'p bo'lishi kerak, ya'ni $W_m > H_i$. Agar bunday miqdoriy nisbat bo'lmasa ishga yollash tadbirkor uchun behuda bo'lib chiqadi. Firma qo'shimcha ish kuchini jalb etishdan oldin bu nima berishini nazarda tutadi. Buni bilish uchun marjinal mahsulot qiymati (narxi), mehnatning narxi (ish haqi) bilan taqqoslanishi kerak. Marjinal mahsulot qiymati shu mahsulot miqdorining (Q_{mah}) mahsulot birligi narxiga (P) ko'paytmasi bo'ladi. Shu qiymat ish haqi bilan solishtirilganda mehnat firmaga nima bergani ma'lum bo'ladi. Bizning misolimizda so'nggi ikki terimchi fermerga foyda o'rniga zarar bergan.

Demak, ularni ishga olish o'rinsiz bo'lgan. Yuqoridagi jadvalga tayanib qo'shimcha terimchilar bergan mahsulot egri chizig'ini chizmaga ko'chirsak, u quyidagi ko'rinishda bo'ladi (13.1-rasm).

Chizmadagi CD chizig'i marjinal mahsulotni, AB chizig'i ish haqini bildiradi. Chizmaga ko'ra, CD marjinal mahsulot chizig'i quyiga qarab qiyalangan. Chunki u pasayishga moyil bo'lgan. Lekin K nuqtada u ish haqi chizig'i bilan kesishgan. Demak, shunga qadar nechta ishlovchi bo'lsa, ularni ishlatish qulay bo'lgan. KD oralig'ida ishga jalb qilinganlar keragi bo'lmagan xodimlar hisoblanadi.

Har qanday firmaning maqsadi foydani maksimumlashtirish. Biz bilamizki, bunga erishish uchun tovarning bozor narxi uning

ishlab chiqarishdagi marginal xarajatlariga teng bo'lishi kerak. Yana shuni bilamizki, shunday bo'lganda narx bilan o'rtacha xarajatlar o'rtasidagi farq eng katta bo'ladi. Shu sababli tovarlar sotilganda eng ko'p foyda ko'riladi.



13.1-rasm. **Mehnatga talab egri chizig'i**

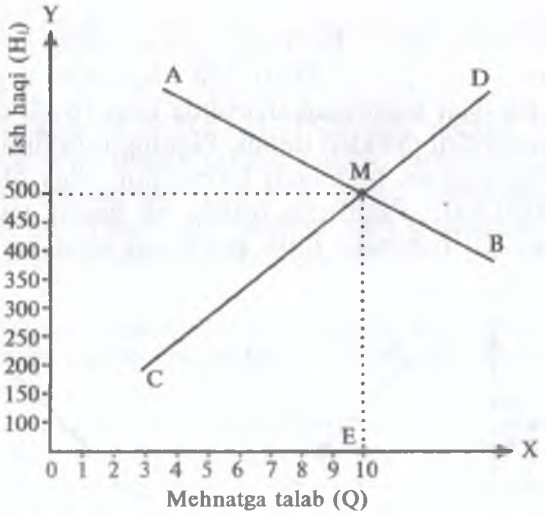
Shunga ko'ra firma mehnat bergan marginal mahsulot qiymati ish haqi bilan tenglashguncha xodimlarni ishga oladi. Firma foydani ko'p olishi uchun shunday ishlab chiqarish hajmini tanlashi kerakki, bunda marginal xarajatlar narxga teng bo'lishi kerak. Shunday hajmga erishish uchun marginal mahsulot qiymati ish haqiga yaqin turishi zarur bo'ladi.

Marginal mahsulot qiymati ish haqidan past bo'lgan sharoitda mehnatga talab qisqaradi. Xullas, foyda topish nuqtayi nazaridan qaralganda uni maksimumlashtirish uchun faqat ma'lum miqdorda ish kuchi talab qilinadi, mehnatning bundan ortiqcha taklifini bozor qabul qilmaydi, natijada shu mehnat sohiblari ishsiz qoladilar.

Har qanday bozorda bo'lgani kabi mehnat bozorida ham talab va taklif to'qnashadi. Talab va taklif qonuniga ko'ra mehnat bozoridagi talab va taklif tenglashgan holda mehnatning muvozanatli narxi yuzaga keladi. Bu, **muvozanatli ish haqidir.** Bu ish haqi marginal mahsulot qiymatiga yaqin bo'ladi.

Iqtisodiyotda shunday qoida mavjudki, mehnatga talab va uning taklifi nisbati o'zgarishiga qarab muvozanatli ish haqi ham o'zgaradi. Har xil muvozanat holatiga har xil ish haqi to'g'ri keladi.

Mehnatga talab va mehnat taklifi tenglashgan chog'da **muvozanatli bandlik** paydo bo'ladi, bu ish kuchi me'yorida, ya'ni kerakligicha ishga jalb etilganligini bildiradi. Mehnat bozoridagi muvozanatni tushunish uchun chizmani tahlil etamiz (13.2-rasm).

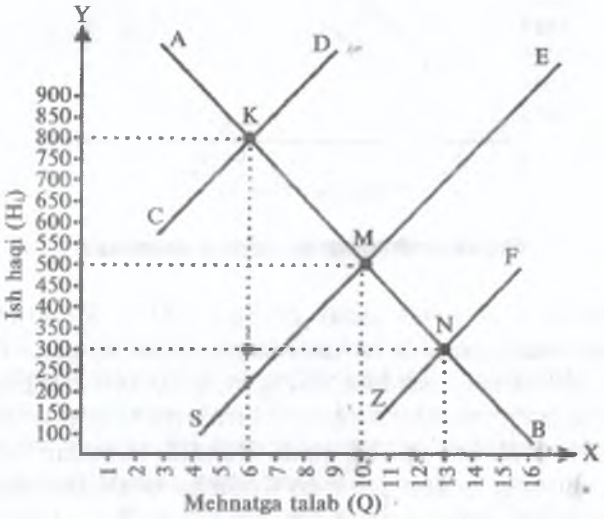


13.2-rasm. **Mehnat bozoridagi muvozanat**

Chizmaga ko'ra, AB talab chizig'i CD taklif chizig'i bilan M nuqtada kesishgan, ya'ni muvozanat hosil qilgan. Bunga sabab shuki, 500 birlik ish haqi bo'lganda 10 birlik mehnatni jalb etish ma'qul bo'lgan. Mana shu 10 birlik mehnatning jalb etilishi muvozanatli bandlikni tashkil etadi. Bandlik shundan oshsa foyda qisqaradi, shuning uchun ham qo'shimcha ishchilar ishga yollanmaydi. Aytilgan muvozanat abadiy emas, mehnatga talab qisqarsa yoki uning taklifi ko'payib ketsa, boshqacha muvozanat paydo bo'ladi. Aytaylik hamma ishlayman deganlar ishga joylasha olmadi. Ularning bir qismi ishsiz qolib, mehnat bozoriga o'z mehnatini taklif etadi. Bularning safiga yoshlar kelib qo'shiladi, natijada taklif ko'payib ketadi.

Agar muvozanat holatida, $T_b=T_f$ bo'lsa, ish qidirganlar ko'paygach, $T_b<T_f$ yoki $T_f>T_b$ hosil bo'ladi. Bozor qoidasiga binoan taklif talabdan ortib ketganda narx tushadi. Bas shunday ekan, mehnat bozorida taklifning ko'pligi mehnat narxi (ish haqi)ni pasaytiradi. Ish haqi pasaygani uchun mehnatning marginal mahsuloti undan yuqorilashadi. Natijada, qo'shimcha mehnatni jalb etish qulay bo'ladi. Biz yuqoridagi terimchilar misolini eslasak, ish haqi 5000 bo'lganda 3 tadan ortiq terimchini olish mumkin bo'lmagan. Endi ish haqi 3000 bo'ldi. Ilgarigi 3 ta terimchini olishga ketgan 15000 ish haqiga 5 ta terimchini olsa bo'ladi (15000/3000=5). Biroq, faqat to'rtinchi terimchining marginal mahsuloti ish haqidan

ortiq bo‘ladi (4000>3000). Beshinchi terimchining marginal mahsuloti ish haqidan oz (2000<3000), uni ishga olish foyda bermaydi. Demak, ish haqi kamaygan sharoitda ham foyda olish maqsadi mehnat miqdorini cheklab turadi. Bizning misolimizda ish haqi 1900 ga tushgandagina beshinchi terimchini ishga olish mumkin (chunki 2000>1900). Taklifning ortishi ish haqini pasaytirish hisobidan bandlikni oshiradi. Buni grafikdan ham ko‘rsak bo‘ladi (13.3-rasm).



13.3-rasm. **Mehnat bozoridagi muvozanatning siljishi**

Chizmaga qarasak, ish haqi 500 bo‘lganda talab chizig‘i AB taklif chizig‘i SE bilan M nuqtada kesishib, muvozanat hosil qilgan. Bunda bandlik B_d=10 bo‘lgan.

Taklif ortib ish haqi 300 ga tushganda AB talab ZF taklif bilan N nuqtada kesishgan. Bunda bandlik B_d=13 bo‘lgan. Talab ortib ish haqi 800 ga yetgach AB talab CD taklif bilan K nuqtada kesishgan. Bunda bandlik B_d=6 bo‘lgan. Demak, taklif oshganda muvozanat nuqtasi o‘ng tomon siljigan, talab oshganda bu nuqta so‘l tomon siljigan.

Demak, mehnat bozoridagi muvozanatda ham dinamizm bo‘ladi, ya’ni talab va taklif turlicha nisbatda bo‘lganda yangi va yangi muvozanat hosil bo‘ladi. Bizning chizmada bu K, M va N nuqtadagi muvozanatlardir.

Mehnat bozorida shunday vaziyat ham bo‘ladiki, ish haqi va bandlik birgalikda o‘sib boradi. Bu bir qarashda talab qonuniga zid

bo‘lgandek tuyuladi, chunki narx oshganda tovar xaridi qisqarishi kerak. Biroq bu yerda sotiladigan tovar – ish kuchining sifati o‘zgaradi. Sifatli tovar – bu nafliligi yuqori tovardir, uning qimmat bo‘lishi bozor uchun tabiiy bir hol. Talabning narxga teskari mutanosibligi tovar sifati birdek qolgan holatni tavsiflaydi. Shu sababli, tovar sifati oshganda narx yuqori bo‘lishiga qaramay talab ortishi mumkin. Bu qoida mehnat bozoriga ham taalluqlidir. Ish beruvchilar mehnatning sifatini u keltiradigan foydaga qarab baholaydilar. Ularni mehnatning mutlaq narxi emas, balki narxning mehnat beradigan marjinal mahsulotdan naqadar farqlanishi qiziqtiradi, chunki foyda shunga bog‘liq bo‘ladi. Hozirgi paytda texnologiyaning yuksak darajaga chiqishi g‘oyat malakali mehnatni talab qiladi, chunki busiz mehnat unumdorligini oshirib bo‘lmaydi. Malakali mehnat qimmat tursada, unga talab ortib boradi, chunki bu mehnatning narxiga nisbatan uning marjinal mahsuloti yuqori bo‘ladi. Masalan, oddiy mehnat narxi 500 birlik u bergan marjinal mahsulot qiymati 550 birlik. Bularning farqi 50 birlik foyda beradi. Malakali mehnat narxi 800 birlik, lekin u bergan marjinal mahsulot qiymati 1000 birlik. Ularning farqi bo‘lgan foyda 200 birlikka teng. Qimmat turadigan malakali mehnatni sotib olish sababi shuki, u bergan natija ko‘p bo‘ladi. Bizning misolimizda 200>50. Oddiy mehnat o‘z narxining 10 %iga teng foyda beradi ($\frac{50}{500} * 100 = 10$), malakali mehnat esa 25 %ga teng foyda beradi ($\frac{200}{800} * 100 = 25$). Narxi yuqori mehnatga talabning ortish siri ham mana shunda.

Ish kuchini sotib olishda uning narxi mehnat unumdorligi bilan qiyoslanadi. Buni erkin raqamlarga binoan tuzilgan jadvalda yaqqol ko‘rish mumkin (13.2-jadval).

13.2-jadval

Mehnat unumdorligi va ish haqining o‘zaro bog‘liqligi

Ko‘rsatkichlar		Oldingi ish haqi		So‘nggi ish haqi	
		pul birligida	%da	pul birligida	%da
1.	Bir kunlik ish haqi	120,0	100	150,0	125,0
2.	Bir ish kunida yaratilgan mahsulot miqdori, dona	10,0	100	15,0	150,0
3.	Bir dona mahsulotga hisoblangan ish haqi	12,0	100	10,0	83,3

Jadvaldan ma’lumki, bir kunlik ish haqi 25 % oshgani holda, mehnat unumdorligi 50 % oshgan. Buning natijasida mahsulot birligi uchun ketgan ish haqi sarfi 16,7 % (100-83,3=16,7) qis-

qargan. Bu foydani ko'paytiradi. Shu sababli ish haqi oshgan sharoitda ham mehnatga talab ortadi.

Mehnatga talabni ish haqidan tashqari, qo'l mehnatining texnika bilan almashtirilishi, iqtisodiyotning umumiy holati, ishlab chiqarishdagi mavsumiy o'zgarishlar ham belgilaydi. Yoz mavsumida qurilish, qishloq xo'jaligi, dam olish, sayyohlik sohalarida mehnatga talab oshadi, chunki mehnat yaratgan tovar va xizmatlarning bozori chaqqon bo'ladi. Shunday sohalar borki, ularga maxsus mehnat talab qilinadi. San'at, adabiyot, shou-biznes va fan sohasida alohida iste'dod sohiblarining mehnati talab qilinadi. Og'ir jismoniy mehnat uchun jismonan baquvvat kishilar talab qilinadi. Shu bois, biz gazetalarda «Firmaga yosh, jismonan baquvvat ishchilar kerak. Ish haqi 850 ming so'mdan boshlab beriladi» degan e'lonni o'qiymiz.

Mehnatning taklifiga aholining o'sishi ham ta'sir etadi. Aholi tez o'sgan yerda mehnat taklifi ham jadal ko'payadi. Bu ayniqsa yosh, rivojlanib borayotgan mamlakatlarga xos bo'ladi. Mehnat taklifiga ish kuchi sohibining tanlovi va nimani afzal ko'rishi ham ta'sir etadi. Kishilar o'z mehnatini bozorga taklif etganda faqat ish haqi emas, balki ishning qiziqarli va imidjli bo'lishi, ishdan obro' topish va quyi mansabdan yuqori mansabga chiqish imkoni, mehnat sharoitining xavfsizligi kabilarni ham hisobga olishadi.

Ish haqining o'zgarishi mehnat taklifini elastik qilsa, boshqa shart-sharoitlar buni noelastik qilishi mumkin. Masalan, ish haqining yuqori bo'lishi mehnat taklifini elastik qiladi, biroq ish sharoitining hayot uchun xavfli bo'lishi uni noelastik qiladi, ya'ni ish haqi yuqori bo'lishiga qaramay, kishilar o'z mehnatini kam taklif etadilar. Mehnat taklifiga ta'sir etuvchi jamiki omillar **mehnat motivatsiyasini** hosil qiladi. Motivatsiya mehnat qilishga intilish, unga qiziqishdir. Motivatsiya mehnat stimulini yuzaga chiqaradi. Stimul birinchidan iqtisodiy bo'lsa, ya'ni yaxshi ishlanganda yaxshi pul topilsa, ikkinchidan ijtimoiy bo'ladi. Bunda mehnat qiluvchining o'z ishidan qanday mavqe topishi muhim bo'ladi. Mehnat stimullari ish beruvchilar tomonida yotadi. Ular yetarli bo'lganda mehnat taklifi ortib boradi, uning unumdorligi ham oshib boradi.

13.4. Bandlik

Mehnatga bozor talabi uning taklifi orqali qondiriladi. Bunda ish qidirganlar ishga joylashib mehnat qilish bilan band bo'ladilar.

Bandlik mehnat qobiliyatiga ega bo'lgan va mehnat qilishga ishtiyoqi bor kishilarni ishga joylashib foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishlaridir.

Band bo‘lish tovar va xizmatlar yaratish orqali daromad topish vositasidir. Bandlik miqdoran qancha vaqt ish bilan mashg‘ul bo‘lishni bildiradi. Sifat jihatidan esa bu ishlagan vaqtda qanday miqdorda tovar va xizmatlar yaratilishi, ular qanchadan sotilishi, natijada necha pullik daromad olinishini bildiradi. Miqdor jihatidan **to‘la va to‘la bo‘lmagan** bandlik mavjud. To‘la bandlik belgilangan ish kuni, haftasi yoki ish oyi davomida har doim ish bilan mashg‘ul bo‘lishni bildiradi. Agar ish kuni 7 soat, ish haftasi besh kun bo‘lsa, bir oyda 22 ish kuni bo‘lsa, jami 154 soat (7x22=154) ishlanganda va shunga tegishli haq olinganda to‘la bandlik mavjud bo‘ladi. Bordi-yu kuniga 5 soat, haftasiga 4 kun, bir oyda 80 soat ishlansa, to‘la bo‘lmagan bandlik kelib chiqadi.

Sifat jihatidan oqilona va nooqilona bandlik mavjud bo‘ladi. Oqilona bandlik bu yuksak mehnat unumdorligi va shunga binoan yuqori daromad keltiradigan va ishlovchining mehnatdan qoniqishini ta’minlovchi bandlik bo‘ladi. Oqilona bandlik yuksak texnologiyaga tayangan ish joyida bo‘ladi. Nooqilona bandlik mehnat unumdorligi past, ish haqi kam va ishlovchi o‘z mehnatidan qoniqmaydigan ish joyidagi bandlikdir. Nooqilona bandlik bor yerda texnologiya yuqori bo‘lmaydi, malakasi va ish tajribasi kam kishilarning mehnati talab qilinadi. Oqilona bandlikka misol qilib programmistning bandligini olish mumkin. U zamonaviy kompyuterlarda ishlaydi, uning mehnati maxsus iste’dod va tayyorgarlik talab qiladi, uning ish haqi boshqalarnikidan ancha yuqori bo‘ladi. Nooqilona bandlikka misol qilib qishloq xo‘jaligidagi terimchi bandligini olish mumkin. Terimchi qo‘l mehnati bilan band, undan aql-zakovat va maxsus tayyorgarlik talab qilinmaydi, bu ish hammaning qo‘lidan keladi, uning oladigan ish haqi programmistnikidan ancha kam bo‘ladi.

Bandlik uning mehnat qiluvchi uchun ahamiyatiga qarab birlamchi va ikkilamchi bandlikka bo‘linadi. Birlamchi bandlik bu asosiy ish bilan, ya’ni daromadning asosiy qismini beruvchi ish bilan band bo‘lishdir. Ikkilamchi bandlik qo‘shimcha ish bilan, ya’ni qo‘shimcha daromad beruvchi ish bilan band bo‘lishdir. Ko‘pchilik ishlovchilar birlamchi bandlikka moyil bo‘ladilar. Birlamchi bandlik keltirgan daromad ishlovchini qoniqtirmaganda, u ikkilamchi bandlikka qo‘l uradi. Ikkilamchi bandlik o‘rindoshlik asosida ishlash shaklida bo‘ladi. Masalan, muxandis oyiga 800 ming so‘m ish haqi oladi. Bu uning oilasiga yetmaydi. Shu sababli u yana 500 minglik ish topib, ishdan so‘ng yoki dam olish kunlari o‘rindoshlik mehnati bilan band bo‘ladi. Mehnat bozoridagi holatni faqat ish haqi miqdori

emas, balki bandlik darajasi ham ifoda etadi. Bu daraja taklif etilgan mehnatning qanchasi sotilganini bildiradi.

Bandlik darajasi ishlashga qobiliyati va ishtiyoqi bo'lganlarning qanchasi amalda ishlab turishlarini bildiradi.

Bandlik darajasi mehnat resursi – mehnat qobiliyati bor kishilarga nisbatan hisoblanadi. Bunda mehnat qobiliyati borlarning hammasi ishlashni xohlaydi, deb taxmin qilinadi. Bandlik darajasi (B_d) ishlovchilarning (N) mehnat resurslaridagi (M_r) hissasi bo'lib, foizda ifodalanadi. Bunda $B_d = \frac{N}{M_r} * 100$ bo'ladi. Agar mehnat resurslari 120 birlik, ishlovchilar esa 108 birlik bo'lsa, bandlik 90 % bo'ladi. Bandlik darajasi ish kuchining qanday qismini bozor talab qilganligini bildiradi. **Bandlikning tabiiy darajasi** bo'lib, bu mehnatning qanday qismini ish bilan ta'minlanishini bildiradi. Bu mamlakatning iqtisodiy salohiyatiga va iqtisodiyotning ahvoliga bog'liq bo'ladi. Iqtisodiyoti baquvvat mamlakatlar u yuksalib borayotgan kezlarda bandlik yuqori bo'ladi, ya'ni taklif etilgan ish kuchining katta qismi talab qilinadi. Iqtisodi rivojlangan mamlakatlar uchun mehnatga layoqatli aholining 94 %ining band bo'lishi bandlikning tabiiy chegarasi, deb qabul qilingan. Iqtisodi zaif mamlakatlarda bandlik darajasi past bo'ladi, chunki ish o'rinlari kam bo'ladi, ularni ko'paytirish uchun pul yetishmaydi. Bandlik O'zbekiston uchun ham o'tkir ijtimoiy muammoga aylangan, chunki mehnat resurslari tez o'sganidan, mehnat taklifi tez ortib boradi. Ish joylari yetishmaganidan mehnatga talab uning taklifidan orqada qoladi. Bu muammo O'zbekistonda arzon ish o'rinlarini o'rta va kichik korxonalarda, fermer va dehqon xo'jaliklarida yaratish, o'zini-o'zi yakka tartibda ish bilan ta'minlashni rag'batlantirish orqali hal qilinadi.

13.5. Ishsizlik va uning shakllari

Mehnat bozoridagi talab va taklif muvozanatlashganda to'la bandlik yuzaga keladi va bu bandlikning tabiiy chegarada bo'lishini bildiradi. Biroq bu muvozanat abadiy emas, u bir buzilsa, so'ng qaytadan tiklanib ham turadi. Shu sababli, bandlik va ishsizlikning mavjudligi bozor iqtisodiyotini tavsiflovchi tabiiy bir holdir.

Ishsizlik bozorda mehnat taklifining unga bo'lgan talabdan ortib ketishi natijasida ishlashga qobiliyati va ishtiyoqi bor kishilarning bir qismini ish topa olmay bekor qolishidir.

Ishsizlik mehnat bozoridagi muvozanatning buzilishi natijasida yuzaga keladi. Ishsizlikni ham talab, ham taklif yuzaga keltiradi.

Mehnat taklifi o‘zgarmagan holda unga talab qisqaradi, natijada mehnatni taklif qiluvchilarning bir qismi ishsiz qoladi. Masalan, mehnat taklifi 5,2 mln nafardan iborat, talab ham 5,2 mln nafar. Demak, muvozanat mavjud, chunki 5,2=5,2. Ishlab chiqarish qisqarib, talab 5,0 mln nafarga tushadi. Taklif esa ilgarigidek 5,2 mln nafarga teng. Shunday holatda taklif talabdan ortib ketadi, chunki 5,2>5,0, natijada 0,2 mln nafar (5,2-5,0=0,2) kishilar ishsiz qoladi. Ishsizlik sababi taklif tomonda bo‘lganda, mehnatga talab ortishiga qaramay, taklif bundan ilgarilab ketadi. Bu yerda taklifning talabdan ortib qolishi yuz beradi. Aytilgan misolga qaytsak talab 0,2 mln ga ko‘payib jami 5,4 mln nafarga (5,2+0,2=5,4) yetadi. Biroq taklif bundan tezroq o‘sib, 0,3 mln kishiga ko‘payadi. Jami taklif 5,5 mln ga (5,2+0,3=5,5) yetadi. Talab esa 5,4 mln ga teng. Demak, taklif va talabning farqi 0,1 mln (5,5-5,4=0,1) bo‘lib, bu ishsizlikni hosil qiladi. Ishsizlikning sababi ko‘pincha mehnatga talabning qisqarishi bo‘ladi va bu foydani maksimumlashtirishga bo‘lgan intilishdan kelib chiqadi. Biz bilamizki, mehnatga talab u bergan marjinal mahsulot ish haqiga teng bo‘lganda mehnat bozorida muvozanat hosil bo‘ladi. Bu mahsulot ish haqidan qanchalik ko‘p bo‘lsa, shunchalik mehnatga talab ortadi. Bordi-yu bu ish haqidan kam bo‘lsa mehnatga talab qisqaradi, chunki foyda kamayadi. Natijada, ishga olish firma uchun qulay bo‘lmaydi.

Mehnatga talabning qisqarishini ish kuchini texnika bilan almashtirish zarurati ham keltirib chiqaradi. Texnika kiritilishi uchun unga ketgan pulni u siqib chiqargan ishchilar ish haqidan kam bo‘lishi taqozo etadi. Masalan, yangi stanok 10 mln pul birligi turadi. Uning kiritilishi tufayli 3 ta ishlovchi ortiqcha bo‘lib qoladi. Agar stanok 5 yil xizmat qilsa, yiliga 2 mln xarajat bo‘ladi. Agar 3 ta ishchi yiliga 1 mln dan olganda, jami ish haqi sarfi 3,0 mln bo‘ladi. Stanok kiritilsa, firma 1 mln pul tejaydi (3,0 mln − 2,0 mln = 1,0 mln). Bu mehnatga talabni 3 kishiga kamaytiradi, chunki qolgan ishchilarning mehnat unumdorligi ortib, ular yaratgan marjinal mahsulot qiymati ish haqidan yuqori bo‘ladi, bu esa foydani maksimumlashtiradi.

Mehnat resurslari tez o‘sgan sharoitda mehnat taklifi ham tez o‘sadi, ish o‘rinlari esa ular ko‘paygan taqdirda ham yetishmay qoladi. Demak, ishsizlikning sababi aholining tez o‘sishida ham bo‘ladi. Bunday hol iqtisodi zaif mamlakatlarda bo‘ladi. So‘nggi yillar davomida boy mamlakatlarda aholi yiliga 0,7 % ko‘paygani holda, kambag‘al mamlakatlarda u 2,0 %ga ortdi.

Demografik (nufus) omili – aholisi tez o‘sgan yerda ishsizlik omili bo‘ladi, biroq aholi sekin o‘sgan yoki o‘smayotgan yerdagi

ishsizlikni demografik ahvol bilan izohlab bo'lmaydi. Masalan, 1991–2000-yillarda Rossiyada aholi yiliga 0,2 %ga, Ukrainada 0,5 %ga kamaydi, lekin ayni paytda ishsizlik ham ko'p bo'ldi. Demak, bu yerda ishsizlik sababi ishlab chiqarish qisqarib, mehnatga talabning kamayib ketganligidadir.

Ishsizlik o'zining kelib chiqish sabablari va davomiyligiga ko'ra turli shakllarga ega bo'ladi.

1. **Friksion ishsizlik** – bu mehnatga layoqatli kishilarning ish o'rnini almashtirishi munosabati bilan vaqtincha bekor yurishi. Mehnat bozorida ishni muqobil tanlash erkinligi bor. Bu ish kuchini harakatchan qiladi. Kishilar o'ziga yoqmagan ishdan ketib, o'ziga ma'qul ishni tanlab oladilar. Bu bir korxonadan boshqasiga o'tib ishlashni, bir tarmoqdan boshqasiga o'tishni, istiqomat qilayotgan yeridan boshqa yerga ko'chib borib yangi ishga kirishni bildiradi. Eski ishdan ketib yangisiga joylashib olgungacha bo'lgan davrda kishilar vaqtincha ishsiz qoladi va bu vaqtning uzun yoki qisqaligi yangi ishning topilishiga bog'liq bo'ladi.

2. **Tarkibiy (strukturaviy) ishsizlik** – bu ishlab chiqarishda tarkibiy siljishlar tufayli paydo bo'ladigan ishsizlik. Ehtiyoj yuksalib borishi bilan ayrim tarmoqlar bunga javob bermay qo'yadi. Ularda ishlab chiqarish qisqarib, mehnatga talab ham qisqaradi. Ayni paytda yangi tarmoqlar ham paydo bo'ladiki, ular mehnatga talabni bildiradi. Natijada, ish kuchining eski tarmoqdan yangisiga o'tishi yuz beradi. Bir sohadan boshqasiga o'tib yangi kasbni egallab, ishga joylashguncha ma'lum vaqt o'tadi. Shu davr davomida tarkibiy ishsizlik mavjud bo'ladi.

3. **Mavsumiy ishsizlik.** Bu ish mavsumi tugagach oldin ishlab turganlarning bekor qolishidir. Bu mavsumiy ishlab chiqarishga, masalan qishloq xo'jaligi, qurilish, turizm, yozgi yoki qishki dam olish sohalariga xos bo'ladi.

4. **Yashirin ishsizlik.** Bu rasman ish bilan band bo'laturib qisman ishlaydiganlar, ya'ni qisqartirilgan ish kuni yoki ish haftasida band bo'lganlar, o'z ixtiyoridan qat'iy nazar kam haq to'lanadigan yoki umuman haq berilmaydigan ma'lum muhlatdagi mehnat ta'tiliga chiqarilganlardan iborat bo'ladi.

5. **Siklli ishsizlik.** Bu ishlab chiqarish krizisga yo'liqqan kezlarda mehnatga umumiy talabning qisqarishi natijasida ishsiz qolishni bildiradi. Bu ishsizlik uning boshqa shakllaridan farqliroq umumiy va ommaviy bo'ladi, ya'ni ishsizlar ko'pchilik bo'ladi. Biroq bu o'tkinchi xarakterga ega, ya'ni ishlab chiqarish tanglikdan chiqib yuksalib ketgach, u yo'qolib ketadi.

Friksion va tarkibiy ishsizlik doimo bo'lib turadi va shunga ko'ra ishsizlik qandayligi aniqlanadi. Ishsizlikning miqdoriy o'lchami – bu ishsizlik darajasidir. Bu ko'rsatkich (I_d) ishga layoqatli kishilarning (M_r) qanday qismi (n) ishsiz qolganini bildiradi. Shunga binoan ishsizlik darajasi quyidagicha aniqlanadi:

$$I_d = \frac{n}{M_r} * 100.$$

Masalan, mamlakatda ishlashga yaroqli va shunga talabi bor aholi 10 mln nafar bo'lib, shulardan 0,5 mln kishi ishsiz bo'lsa, ishsizlik darajasi 5 % ($\frac{0,5}{10} * 100 = 5$) bo'ladi.

Agar bu ko'rsatkich 4 % bo'lsa ishsizlik qisqargan, 7 % bo'lsa, oshgan hisoblanadi. Ishsizlikning me'yoriy chegarasi bor. Bu rivojlangan mamlakatlarda 6 % qilib belgilangan va bu friksion va tarkibiy ishsizlar miqdoriga qarab aniqlanadi. Ishsizlik me'yorining shundan ortib ketishi ijtimoiy jihatdan noma'qul hodisa, deb qaraladi.

Ishsizlikning oqibati jiddiydir. Uning ijobiyligi shundaki, ishsizlar mehnat zaxirasini hosil qiladi, talab oshgan kezlarda ishlab chiqarishni o'stirish uchun zarur ish kuchini ular yetkazib beradi. Ishsizlik ish joyi uchun raqobatni kuchaytirib, ishlab turganlarni yaxshi mehnat qilishga undaydi, bekor yurganlarni o'z ustida ishlab malakasini oshirishga chorlaydi. Ishsizlik mehnat ahlini harakatchan qiladi, ya'ni bekor yurganlar o'z mehnatiga talab bor joyga, hatto chet elga borib ishga joylashadilar. Bu bilan mehnat resurslari kerakli yerlarga yuboriladi.

Ishsizlikning salbiyligi shuki, insonga zarur ne'matlar yaratishga qodir kishilar bu ishni qila olmay qoladilar. Uzoq ishsiz yurish kasbiy malaka va mahoratni yo'qotishga olib keladi, bekor yurganlarning o'zi va oilasi tirikchilikdan qiynalib qoladi. Ishsizlik kishilarni ruhan ezib qo'yadi. Ishsizlik bozor tizimi uchun muqarrar bo'lsada, baribir ko'ngilsiz hodisa hisoblanadi, shu sababli davlat va jamoatchilik ishsizlarga yordam berish yo'lidan boradilar.

Xulosalar

1. Mehnat resurslari jamiyatning mehnatga layoqatli kishilaridan iborat bo'lib, mehnat salohiyatini hosil qiladi, miqdoran va sifat jihatidan tavsiflanadi. Ularning ishlab chiqarish omiliga aylanishi mehnat bozori orqali yuz beradi, chunki bu yerda ish kuchi oldi-sotdisi yuz beradi, bunda ish kuchi egalari va ish beruvchilar ishtirok etadi.

2. Mehnat bozorida ish kuchiga talab va ish kuchining taklifi to‘qnashadi. Talab qonuniga ko‘ra mehnatga talab uning narxiga nisbatan teskari mutanosiblikda bo‘ladi. Mehnat narxi ish haqi bo‘lib, qo‘shimcha mehnat yaratgan marjinal mahsulot qiymati ish haqidan ko‘p bo‘lgan taqdirda mehnatga talab yuzaga keladi, chunki shunday bo‘lganda qo‘shimcha mehnat foydani oshiradi. Marjinal mahsulot qiymati ish haqidan oz bo‘lganda, mehnatga talab bildirilmaydi, chunki qo‘shimcha mehnatni jalb etish foydani qisqartiradi. Mehnatga talab va taklif tenglashgan chog‘da muvozanatli ish haqi paydo bo‘ladi.

3. Mehnat taklifi mehnat resurslarining o‘sishiga, bu esa aholining ko‘payishiga bog‘liq. Taklifga ish kuchi migratsiyasi, ya’ni uning ko‘chib o‘tishi ham ta’sir etadi. Ish kuchi ko‘chib ketgan yerda mehnat taklifi qisqarsa, u oqib borgan yerda taklif ko‘payadi. Taklifning ko‘payishi ish haqining qisqarishiga olib keladi, bu bilan mehnatga talab ortadi, chunki qisqargan ish haqiga nisbatan marjinal mahsulot qiymati yuqori bo‘ladi, ya’ni arzon ish kuchi foydani oshiradi. Biroq ish haqi oshgan sharoitda ham mehnatga talab ortishi mumkin, buning uchun qo‘shimcha mehnat unumdorligi yuqori bo‘lib, u yaratgan marjinal mahsulot hatto yuqori ish haqidan ham ko‘p bo‘ladi. Malakali mehnat qimmat tursada, unga talabning ortishini u yaratgan mahsulotning ko‘pligi natijasida foydaning o‘sishi izohlaydi.

4. Mehnat qilishga talabgor kishilarning ish bilan ta’minlanishi bandlikni yuzaga keltiradi. Miqdoran to‘la va to‘la bo‘lmagan, sifat jihatidan esa oqilona va nooqilona bandlik mavjud bo‘ladi. Ijtimoiy jihatdan eng ma’qul bandlik bu to‘la va oqilona bandlikdir. Bu ish bilan doimo band bo‘lish va mehnat unumdorligi yuqori bo‘lganidan yaxshi daromad keltiruvchi ish bilan band bo‘lishdir. Oqilona bandlik ishlovchilar pul daromadini ko‘paytirib, tovar va xizmatlarga talabni oshiradi, bu bilan ishlab chiqarish rivojiga qulay sharoit hozirlanadi. Bandlik darajasi mehnat resurslarining qanday qismi band bo‘lganligini anglatadi. Uning tabiiy darajasi bor, bandlikning bunday pasayib ketishi ijtimoiy beqarorlikni yuzaga keltirishi mumkin.

3. Mehnat taklifi unga bo‘lgan talabdan oshib ketganda ishsizlik paydo bo‘ladi. Ishsizlik ishlashga talabgor kishilarning ish topa olmay bekor qolishidir. Ishsizlik shakllari turlicha bo‘lib, bular friksion, tarkibiy, mavsumiy, yashirin va siklli ishsizlikdan iboratdir. Ishsizlik darajasini ishsiz qolganlar mehnat resurslarining qanday qismini tashkil etishi bildiradi. Bu friksion va tarkibiy ishsizlikka qarab belgilanadi, chunki bular doimiy ishsizlikni hosil qiladi,

ishsizlikning boshqa turlari esa juz'iydir. Ishsizlikning ham tabiiy me'yori bo'lib, uning bundan oshib ketishi ma'qul hisoblanmaydi. Ishsizlikning oqibati ijobiy va salbiy bo'ladi. Uning salbiy oqibatlarini yengillashtirish uchun ishsizlarga ijtimoiy yordam ko'rsatiladi.

Tayanch tushunchalar

Mehnat jarayoni; mehnat resurslari; mehnat bozori; mehnat munosabatlari; mehnatga talab, mehnat taklifi; mehnat narxi; mehnatning marjinal mahsuloti; mehnat bozoridagi muvozanat; bandlik; bandlik shakllari; bandlik darajasi; ishsizlik shakllari; ishsizlik darajasi; ishsizlik oqibatlari.

XIV bob. BOZOR MEXANIZMI

14.1. Bozor mexanizmi tushunchasi

Har bir iqtisodiy tizimning o‘ziga xos rivojlanish mexanizmi bo‘ladi. Bozor iqtisodiyotining o‘z o‘tmishdoshidan farqi shundaki, u iqtisodiy mexanizmga tayanadi, g‘ayriiqtisodiy yo‘llar bilan ishlashga majburlashni inkor etadi. Xo‘sh, bozor mexanizmining o‘zi nima?

Bozor mexanizmi – bu bozor tizimiga xos bo‘lgan, bir-birini taqozo etuvchi va birgalikda amal qiluvchi iqtisodiy vositalardir.

Bular jumlasiga talab, taklif, tovar narxlari, bozor konyunkturasi, pul, foyda, zarar, foiz, iqtisodiy majburiyat, raqobat kabilar kiradi. Bozor mexanizmi iqtisodiy bo‘lganidan u **manfaatdorlikka va iqtisodiy mas’uliyatga** asoslanadi. Har bir iqtisodiyot ishtirokchisining o‘z manfaati bor. Bozor mexanizmi manfaatni yuzaga chiqarish orqali iqtisodiy faollikni ta’minlaydi. Bozor ishtirokchilaridan har biri o‘zining xususiy manfaatini ko‘zlasa-da, **boshqalar manfaatini** ham hisobga oladi. Agar u shunday qilmasa o‘z manfaatiga erisha olmaydi. Masalan, sotuvchi o‘z tovarini yaxshi pullashni ko‘zlaydi, biroq buning uchun u xaridorning hojatini chiqarishi kerak, ya’ni unga kerakli tovarni ma’qul narxda yetkazib berishi kerak. Aks holda u yaxshi daromad topa olmaydi.

Bozor mexanizmi hamma narsani joy-joyiga qo‘yadi, bir kishi manfaatini boshqalar manfaati bilan bog‘laydi. Bozorning kuchi ham mana shunda. Har bir mulk sohibining manfaatlari uning maqsadiga aylanadi, maqsadga erishish stimullarni hosil qiladi, stimullar esa faollikni yuzaga keltiradi. Bunday bog‘lanishni quyidagi rasmdan ko‘rsak bo‘ladi (14.1-rasm).



14.1-rasm. **Mulk va faollik**

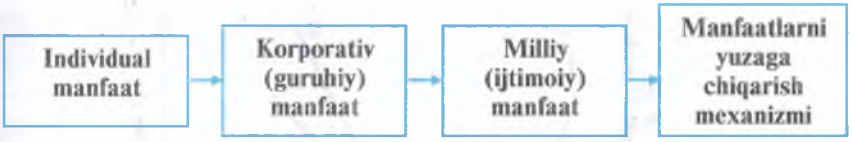
Mulk sohiblarining manfaatlari farqlanadi, albatta. Kapitaldan iborat mulk egasining manfaati **foyda olish,** boylikda yashash, mulkini ko‘paytirib borish. U mulkini o‘zi tadbirkorlik qilib ishlatadi yoki uni boshqalarga ijaraga beradi. Ish kuchi ham xususiy mulk.

Uning egasi yollanib ishlab daromad olishi kerak. U o'z kuchini ish beruvchilarga qimmatroqqa sotishga intiladi, chunki uning manfaati yaxshi ish haqi olishdan iborat. Ish kuchi ham bir xil emas. U ijrochilik va boshqaruvchilik qobiliyatidan iborat. Ishchilar ijrochilikka moyil bo'ladilar. Menejerlar boshqaruvchilik bilan shug'ullanadilar. Ular ham o'z kuchini sotadi. Ularning manfaati katta maosh olishdan, imidjga ega bo'lishdan, karyera qilishdan (mansab-martabali bo'lishdan) iborat bo'ladi.

Mulk sohiblari, ishchilar va boshqaruvchilar manfaati **individual**, alohidalashgan manfaat bo'ladi. Korxona tovar ishlab chiqaruvchilar jamoasi bo'lganidan, bu yerda **korporativ (guruhiy) manfaat** yuzaga keladi. Bu korxonadagi kapital egalarining, ishchilarning va menejerlarning umumiy manfaati bo'lib, bu iqtisodiy barqaror va raqobatbardosh bo'lishdan, obro'-ovozaga ega bo'lishdan iborat. Iqtisodiyotdagi barcha ishtirokchilarning manfaatlari o'zaro bog'lanib, **milliy manfaatni** yuzaga keltiradi.

Milliy iqtisodiy manfaat ayrim millat yoki elatni emas, balki muayyan mamlakatda yashovchi barcha xalqlarning birgalikdagi manfaatidir.

Milliy manfaat yuksak iqtisodiy salohiyatga ega bo'lish, mamlakat iqtisodiyotining raqobatlashuv qobiliyatining yuksak bo'lishi, jahon iqtisodiyotida nufuzli o'rin egallash va nihoyat xalq turmush darajasini yuqori qilishdan iborat. Xullas, bozor iqtisodiyotida iqtisodiy manfaatlar tizimi bo'lib, u quyidagi ko'rinishga ega (14.2-rasm).



14.2-rasm. **Iqtisodiy manfaatlar**

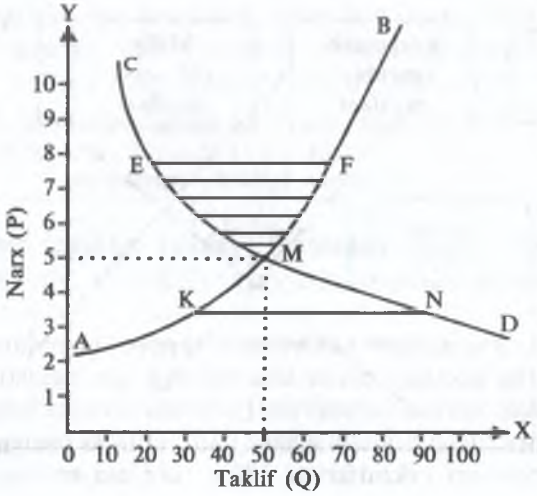
Manfaatlar orasida **individual (yakka) manfaat** birlamchi bo'ladi, buni xususiy mulkning o'zi yuzaga keltiradi. Shu bois, iqtisodiy egoizm, ya'ni o'zim bo'lay deyish mavjud. Egoistik manfaatlar iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi kuch hisoblanadi. Bozor iqtisodiyotining afzalligi mana shu insonga xos egoistik manfaatni amalga oshirish uchun imkoniyat berishdir. Bozor tizimida «intilganga tole yor», degan qoida amal qiladi, chunki bunga sharoit bor. Bu sharoit iqtisodiy erkinlikdan iborat, uni esa mulkiy mustaqillik oziqlantiradi.

Bozor mexanizmi iqtisodiy tanlovga asoslanadi. Uning qoidasi shundan iboratki, **iqtisodiyotning har bir ishtirokchisi qo'lidan kelgan ish bilan shug'ullanadi, ishlab topganini o'zi oladi.** Ishlab pul topish usullari esa erkin tanlab olinadi. Mana shu tanlov asosida manfaatlar yuzaga chiqadi.

Bozor iqtisodiyotida boy bo'lishning cheklanmaganligi, ishlab pul topishga kuchli stimul beradi, bu mehnat motivatsiyasini, ya'ni ishlashga qiziqishni yuzaga keltiradi, binobarin faollik uyg'otadi. Bu yerda nafaqat iqtisodiy rag'batlantirish, balki iqtisodiy zo'rlash ham mavjud. **Bozorning kuchlari hammani sergak bo'lishga undaydi, o'z funksiyasini yaxshi bajarishga iqtisodiy vositalar bilan zo'rlaydi ham.** Masalan, narxning pasayishi ishlab chiqaruvchilarni xarajatni qisqartirishga majburlaydi, chunki boshqa yo'l bilan foyda topib bo'lmaydi.

14.2. Bozor muvozanati va manfaatlarni uyg'unlashtirish

Agar talab ehtiyoj bo'lsa, taklif ishlab chiqarish imkoniyatini bildiradi. Bozor uchun eng maqbul holat talab va taklif o'rtasidagi muvozanatning ta'minlanishidir, chunki shundagina iqtisodiyot bir maromda rivojlanadi. Muvozanat holati talab bilan taklifni tenglashib, bir-biriga mos kelishini bildiradi, bunga narx vositasida erishiladi. Talab va taklif muvozanatlashuvini quyidagi chizmadan ko'rsak bo'ladi (14.3-rasm).

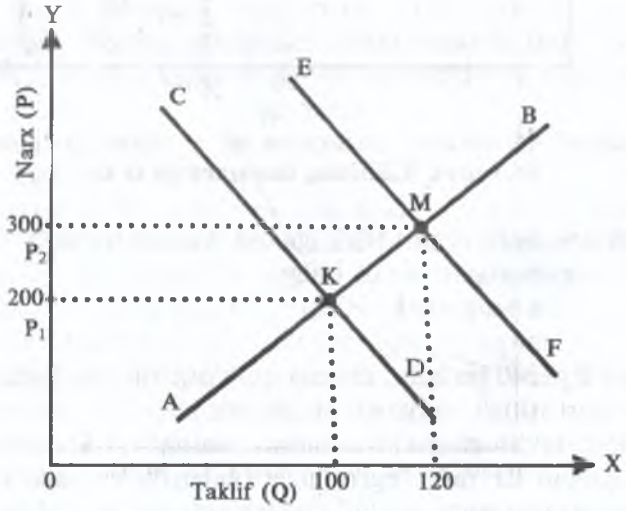


14.3-rasm. **Bozor muvozanati**

Chizmaga ko'ra, 5 birlikka teng narx bo'lganda (P=5) 50 dona tovar sotilgan (Q=50). Shunda CD talab egri chizig'i bilan AB taklif chizig'i M nuqtada kesishgan. Shu nuqta muvozanat nuqtasi hisoblanadi. Bozor 50 dona tovarni 5 birlik narxda qabul qilgan. Shuni nazarda tutib bozorga 50 dona tovar chiqarilgan. Agar taklif bundan qisqa bo'lganda KMN shaklida ifodalangan tovar defitsiti, ya'ni taqchilligi hosil bo'lar edi.

Bunda talab qondirilmay qolar edi. Bordi-yu taklif 50 donadan ortib ketsa EMF shaklidagi tovar ortiqchaligi hosil bo'lar edi. Birinchi holda tovar keragidan kam ishlab chiqarilib, bozor to'yinmay qolgan bo'lsa, ikkinchi holda tovar keragidan ortiqcha ishlab chiqarilib, tovar sotilmay qoladi, natijada uni ishlab chiqarish va bozorga yetkazib berish sarflari zoye ketadi. Bozorda hosil bo'lgan talab va taklif muvozanati shuni ko'rsatadiki, bozor ma'lum paytda ma'lum miqdordagi va muayyan narxdagi tovarni qabul qila oladi. Ishlab chiqaruvchilar shu bilan hisoblashishlari zarur bo'ladi.

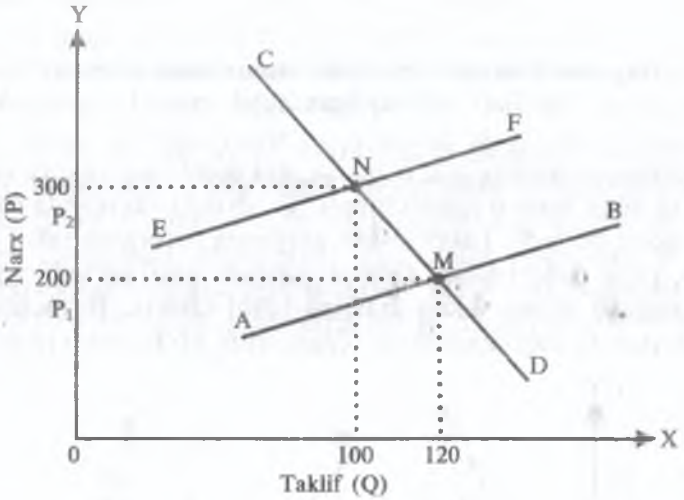
Bozor muvozanati qotib qolgan holat emas. Unga statika (o'zgarmaslik) emas, balki dinamika (o'zgaruvchanlik) xosdir, chunki birinchidan, talabning o'zi o'zgarsa, uni qondirish imkoni va shunga ko'ra taklif ham o'zgarib turadi. Talab oshib ketganda tovar defitsiti hosil bo'ladi. Taklif oshib ketganda, ortiqcha taklif yuzaga keladi, ya'ni bozori kasod tovarlar zaxirasi hosil bo'ladi. Aytilganlarni anglash uchun ikkita grafikni tahlil etamiz. Birinchisi taklif oshgan paytda muvozanatning o'zgarishini ko'rsatadi (14.4-rasm).



14.4-rasm. **Talab va bozor muvozanati**

Grafikda narxga binoan bozor muvozanatining o'zgarishi tasvirlangan. Agar tovarni yogurt, deb olsak, uning narxi P_1=200 bo'lganda, u 100 dona (paket) taklif etiladi. Shunda CD talab chizig'i AB taklif chizig'i bilan K nuqtada kesishgan. Bunda 200 muvozanat narxi 100 paketdan iborat yogurtning muvozanatli hajmini taqozo etgan. Talab ortib, narx P_2=300 bo'lganda 120 paketdan iborat yogurt taklif etilgan.

Natijada, talab va taklif egri chizig'i M nuqtada kesishib, yangi muvozanat hosil bo'lgan. Muvozanat nuqtasining K dan M ga siljishi narxni 200 dan 300 ga chiqishi bilan izohlanadi. Biroq ilgari aytganimizdek, muvozanatning o'zgarish sababi taklif tomonida ham bo'ladi. Buni tushunish uchun yana bir grafikni ko'rib chiqamiz (14.5-rasm).



14.5-rasm. **Taklifning muvozanatga ta'siri**

Bu chizma ham yogurt taklifiga oid. Yogurt narxi P_1=200 bo'lganda 120 paket yogurt taklif etilgan. CD talab chizig'i AB taklif chizig'i bilan M nuqtada kesishgan. Bu dastlabki muvozanat nuqtasi bo'lsa, N nuqta keyingi muvozanat nuqtasini hosil qilgan. Bu yerda narx P_2=300 bo'lgan, chunki qurg'oqchilik natijasida sut kamayib, yogurt ishlab chiqarish qisqargan.

Demak, taklif elastik bo'lmagan, natijada CD talab chizig'i yangi qisqargan EF taklif egri chizig'i bilan N nuqtada kesishgan. Bunda muvozanat nuqtasining o'ngdan so'l tomon siljishi yuz bergan. Yogurt taklifining qisqarishi unga talabni, binobarin narxni

oshirgan, ya'ni $P_2 > P_1$ bo'lgan. Narxni qaytadan $P_1=200$ holatiga keltirib oldingi muvozanatga qaytish uchun yogurt importiga kuch berish kerak bo'ladi, chunki qurg'oqchilik uni ko'paytirish imkonini bermaydi.

Muvozanatning dinamik holatda qaytadan yuzaga kelishi uchun birinchidan, narxning o'zgarishi tufayli talab yuqoriga yoki pastga qarab siljishi kerak. Ikkinchidan, taklif kamayishi yoki ortishi kerak bo'ladi. Normal iqtisodiy sharoitda dinamik muvozanat taklifning miqdoran ko'payishi va tarkiban yangilanishi hisobidan bo'ladi. Bas shunday ekan, talab-taklif mexanizmi iqtisodiy rivojlanishni ta'minlaydi, deb xulosa qilsa bo'ladi.

Bozorda muvozanat yuzaga kelganda, xalq iborasi bilan aytsak, «six ham kuymaydi, kabob ham». Buning iqtisodiy ma'nosi shuki, muvozanat holatida xaridorlar kerakli tovarni bozordan topa biladilar va kelishilgan narxda oladilar. Sotuvchilar, ya'ni ishlab chiqaruvchilar o'z tovarlarini vaqtida sotib, xarajatlarini qoplab, foyda ham ko'radilar.

Layoqatli bozor – bu iqtisodiy mexanizmi ravon ishlab, Tovarlarni keragicha ishlab chiqarishni ta'minlovchi, ham iste'molchilar, ham ishlab chiqaruvchilar manfaatini yuzaga chiqara oluvchi bozordir.

Agar xaridorlar tovarlarni o'z vaqtida xarid etib ehtiyojlarini qondirsalar, ya'ni bu bilan o'z manfaatlariga yetsalar, ishlab chiqaruvchilar bu bilan foyda topishdek manfaatlarini yuzaga chiqaradilar. Har ikkala tomon manfaatlarini yuzaga chiqara olganda bozor **layoqatli** hisoblanadi, ya'ni ehtiyojni qondirishga qodir bo'ladi. Buning uddasidan chiqilmaganda bozor layoqatsiz, deb topiladi, chunki xaridorning yoki sotuvchining manfaati amalga oshmay qoladi.

Layoqatsiz bozor – bu mexanizmi yaxshi ish bermay qolgan bozor bo'ladi.

Bu bozor defitsitli bozorni yoki tovar ortiqcha bo'lgan bozorni bildiradi. Iqtisodiyot uchun bozorning har ikkala holati ma'qul bo'lmaydi. Layoqatsizlik ko'pincha tartibsiz bozorlarda uchrab turadi. Layoqatsizlik paydo bo'lganda iqtisodiyotning o'sishi avval sekinlashadi, so'ngra to'xtab qolib, tanglik paydo bo'ladi. Bozorning layoqatsizligi yana shundan iboratki, uning mexanizmi ayrim muammolarni hal etishga qodir bo'lmaydi.

Masalan, atrof-muhitni himoya qilish, mudofaani ta'minlash. Bu ishlarni bozorning ojizligi tufayli davlat mexanizmi bajaradi. Bozorning layoqatliligi tendensiya bo'lsa, layoqatsizligi juz'iydir.

14.3. Talab-taklif mexanizmining ishlashi

Bozor mexanizmining mo‘’jizakorligi shundaki, bu nimani, qancha va qanday usulda ishlab chiqarish zarur degan muammoni hal qilishning eng samarali yo‘llarini belgilab beradi. Iqtisodiyotning har qanday ishtirokchisi u kim bo‘lishidan qat’iy nazar bozorga moslashishi talab qilinadi, chunki busiz uning ishi yurishmaydi. Moslashuv bozor holatiga qarab ishlashni bildiradi. Buning uchun u bozor signalini qabul qilishi va unga javoban harakat qilishi kerak. Bozordan keladigan **iqtisodiy signal** vazifasini **narx-navo** o‘taydi. Bozordan keladigan narx signali xaridorlar nimani va qancha sotib olishini, ishlab chiqaruvchilarni esa nimani, qancha ishlab chiqarishi kerakligini belgilab beradi. Iste’mol bozoridan kelgan signal tovarlarni ishlab chiqarish uchun qanday resurslarni va qanday miqdorda sotib olish zarurligini belgilab beradi. Resurslar bozoridagi talab, iste’mol bozoridagi talabga qarab o‘zgaradi. Masalan, bozorda ko‘ylak yaxshi sotilib tursa, unga talab elastik hisoblanadi. Shunga ko‘ra ko‘ylakni ko‘proq miqdorda tikish uchun bozordan gazlama, ip, tugma, tikuvchilik mashinalarini ko‘proq sotib olish kerak bo‘ladi. Binobarin, iste’mol bozoridagi talab resurs bozoridagi talabni hosil qiladi, uni qondirish uchun esa resurslarni yaratib, ularni bozorga chiqarish kerak bo‘ladi. Bozor orqali resurslar taqsimlanib, ular kerakli tovarlarni ishlab chiqarishga yuboriladi. Demak, bozor mexanizmi bu faqat rag‘batlantirish mexanizmi emas, balki **resurslarni oqilona taqsimlash mexanizmi** ham bo‘ladi. Bozor iqtisodiyoti ham cheklangan resurslarga duch keladi, shu sababli ularni muqobil ishlatish kerak. Qaysi yo‘nalishda resurslarni ishlatish talab-ehtiyojni to‘laroq qondirsa, shu yo‘nalish tanlab olinadi. Tanlov uchun narx asos bo‘ladi. Nimaga narx oshsa, unga talab-ehtiyoj kamroq qondirilgan bo‘ladi. Nimaga narx tushsa, u talab-ehtiyojdan ortiq darajada ishlab chiqilgan bo‘ladi. Birinchi holda taklif ko‘paytiriladi, ikkinchi holda taklif qisqartiriladi. Narxlar bozor konyunkturasini tavsiflaydi. Narx signali bozordagi talab-taklif haqidagi axborot bo‘lib, korxonalar va xonadonlardan ularga binoan ish qilish zarurligini bildiradi, chunki ularni bozor narxiga moslashishdan boshqa iloji bo‘lmaydi. Firmalar nima qilishlari, birinchidan, ular yaratgan tovarning bozor narxiga, ikkinchidan, resurslarning bozor narxiga bog‘liq bo‘ladi. Biz oldin ko‘rdikki, firmaning foydasi uning tovarlari narxiga to‘g‘ri mutanosiblikda, xarajatlarga teskari mutanosiblikda bo‘ladi. Resurslar qimmatlashsa, xarajat ko‘payadi, shunga mos holda foyda qisqaradi. Bunga yo‘l qo‘ymaslik uchun firmalar xarajatni tejovchi unumi

yuqori texnologiyani qo'llaydilar. Resurslar cheklanganligidan ularning narxi o'sishga moyil bo'ladi. Shuni nazarda tutib mahsulot birligini yaratishga ketgan resurslarni tejash yo'li izlab topiladi. Neft narxining oshishi munosabati bilan benzinning qimmatlashuvi benzinni tejovchi avtodvigatellarning yaratilishiga olib keldi. Har 100 km hisobidan 10–12 litr yonilg'i sarflovchi dvigatellar o'rniga 6–8 litr, hatto 3–4 litr benzin yoquvchi dvigatellar yaratildi. Hozirda rivojlangan mamlakatlarda mahsulotning energiya sig'imini qisqartiruvchi texnologiyani yaratishga qo'l urilgan.

Ish kuchi resurs sifatida qimmatlashsa, uni arzoni bilan almashtiriladi. Masalan, migrantlar (muhojirlar)ning arzon ish kuchi ishlab chiqarishga jalb etiladi.

Bozordagi xaridor tovarlar birligining narxini uning sifatiga taqqoslab baholaydi, ya'ni narx sifatga monand bo'lishi zarur. Aks holda tovarga talab umuman bo'lmaydi yoki kam bo'ladi. Bu esa foydani qisqartiradi, natijada firma egasining manfaati yuzaga chiqmay qoladi. Shunday sharoitda firma novatsiya qilishga, ya'ni o'z ishiga yangilik kiritishga majbur bo'ladi. Novatsiya natijasida tovarlar **diversifikatsiyasi** yuz beradi, ya'ni mutlaqo yangi tovarlar yaratiladi, eskilari modernizatsiya qilinadi. Yangi tovarlar ishlab chiqarishga o'tish **restrukturizatsiya,** deyiladi. Restrukturizatsiya chog'ida yangi tovarlarning bozor talabiga nechog'lik mos kelishi, bu qancha qo'shimcha sarf talab qilishi va bu o'zini qanchada oqlashi inobatga olinadi. Shu yo'sinda bozorbop tovarlarning ishlab chiqarilishi ta'minlanadi. Firma uchun bozorbop tovar – bu faqat xaridorgir tovar emas, balki yaxshi foyda keltiradigan tovardir. Tovar birligini sotishdan keladigan foyda xarajatlarning pasayishiga, xarajatlar miqdori esa mehnat unumdorligiga bog'liq bo'ladi. Bunday aloqadorlik mehnat unumdorligini oshirishga stimul beradi. Qayerda bozor mexanizmi yaxshi ishlasa, shu yerda mehnat unumdorligi yuqori bo'ladi. Bozor mexanizmi ravon ishlayotgan yuksak rivojlangan mamlakatlarda 2000-yili bir ishlovchi yaratgan mahsulot va xizmatlar 56 ming dollarga teng bo'lganligini aytishning o'zi kifoya. Bozor mexanizmi mehnat unumdorligini oshiruvchi omillarga kuch berib, ularning iqtisodiyotdagi rolini oshiradi. Bozor mexanizmi shakllanib ulgurmagan yerda unumdorlikni oshiruvchi stimullar kuchsiz. Bu mehnat unumdorligining past bo'lishini yuzaga keltiradi. Masalan, 2000-yili AQShda bitta ishlovchi 84 ming dollarga teng tovar va xizmatlar yaratgan bo'lsa, Rossiyada 15,6 ming dollarlik yaratildi.

Bozor mexanizmi iqtisodiyotni narx orqali boshqaradi, buni talab elastikligida ko'rish mumkin. Bizga ma'lumki, erkin bozorda

talabning elastikligi shundaki, bu yerda narxning o'zgarishiga javoban talab bundan tezroq o'zgaradi. Shunday sharoitda firma narxni tezda o'zgartirishi kerak. Aks holda u tovarini sota olmaydi. Narxni pasaytirganda ham firma foyda olib turishi uchun xarajatlarni ham pasaytirishi talab qilinadi. Firmalar taklifning elastikligini ham hisobga oladi. Bu o'z navbatida narx bilan taklif o'rtasida to'g'ri mutanosiblik borligidan kelib chiqadi. Firma narxning o'sishiga javoban tovarlarni ko'plab chiqarishini bildiradi. Biroq qo'shimcha ishlab chiqarish foyda keltirishi talab qilinadi. Buning uchun xarajat hech bo'lmaganda oshmasligi, imkoni bo'lganda, uning kamayishi talab qilinadi. Binobarin, bozor mexanizmi qo'shimcha ishlab chiqarishdan qo'shimcha foyda olish uchun xarajatlar qisqartirish zarur bo'ladi. Bu firmalarni tejamkorlikka undaydi.

Bozorga moslasha bilish g'oyat muhim. Buning uddasidan chiqqan firmalar rivojlanib ketsa, bu ish qo'lidan kelmagan firmalar yopilib ketadi, ular o'rniga yangilari keladi. Demak, bozor mexanizmi uddaburonlarning tanlanishini va iqtisodiyotning ular qo'liga o'tishini bildiradi. Ular o'z kapitalini bozorgir tovarni ishlab chiqarishga tashlaydi. Natijada, mavjud korxonalardagi ishlab chiqarish kengayadi, yangi korxonalar ochiladi. Talabga binoan taklif ko'payib, bozorning to'yinish darajasi ortadi. Dastlab $T_b > T_f$ holati bo'lsa, keyinchalik $T_b = T_f$ holati, ya'ni muvozanatlilik paydo bo'ladi. Nihoyat taklif ko'payib ketganidan $T_b < T_f$ yoki, $T_f > T_b$ holati yuzaga keladi.

Bozorda marjinal naflilik qonuni amal qiladi. Naflilik pasaygan sari tovarlarning sotilishi qisqaradi, bozor narxlari tushadi. Narx pasaygan sari iqtisodiy foyda qisqarib boradi, nihoyat u nollashadi, chunki naflilik pasayganidan narxlar arzonlashganda ham bozorda tovar o'tmay qoladi. Biroq iqtisodiy foyda nollashgan holatda ham tovarni ishlab chiqarish to'xtatilmaydi, tovarni iqtisodiy foyda keltirmaydigan narxda sotishning ham ma'nosi bo'ladi, chunki shunday holatda iqtisodiy foyda olinmasa-da, xarajatlar qoplanadi, ular tarkibidagi me'yorli foydani tadbirkor olib turadi. Narx pasayishda davom etganda, dastlab me'yordagi foyda yo'q bo'ladi, so'ngra o'zgaruvchan xarajatlar, nihoyat doimiy xarajatlar qoplanmay qoladi. Xarajatlar qoplanmay zarariga ishlash boshlanganda tovarni chiqarish to'xtatiladi. Masalan, «A» firma tovarni chiqarib, har birini 10 dollardan sotadi. Shu 10 dollar firmaning daromadi bo'lib, uning 8 dollari xarajat, 2 dollari iqtisodiy foyda. Aytilgan 8 dollarning 3 dollari doimiy xarajat, 4 dollari o'zgaruvchan xarajat, 1 dollari me'yordagi foyda. Tovarga talab ortib, narx 11, 12, 13, 14 dollarga yetadi. Xarajatlar o'zgarmagan taqdirda iqtisodiy foyda

dastlab 2 dollar bo'lsa (10−8=2), so'ngra 6 dollarga teng bo'ladi (14−8=6). Bu maksimumlashgan foyda, chunki bu narx (R) bilan o'rtacha xarajat ($W_{o'r}$) orasidagi farq eng katta bo'lganini bildiradi. Foyda maksimumlashganda bozor to'yinib bo'ladi. Shundan e'tiboran tovarning nafliligi pasayib narx tusha boshlaydi. U cho'qqisiga chiqqanda P=14 bo'lsa, so'ngra u pasayishda davom etib, o'zining dastlabki holati P=10 ga keladi, oxir-oqibatda P=3 holatiga kelib, 5 dollar zarar ko'riladi (8−3=5). Shunda firmalar tovar chiqarishni to'xtatib, o'z kapitalini muayyan ishlab chiqarishdan olib ketadi. Natijada, ishlab chiqarish quvvatlari kamayadi, taklif qisqarib ketadi, talab taklifdan ortib, narxlar, binobarin foyda osha boshlaydi. Shunday vaziyatda ishlab chiqarishga yangi firmalar kirib kela boshlaydi. Natijada, taklif ko'payib, u talab bilan tenglashadi, foydaning maksimumlashishi yana yuz beradi. Biroq tovarlar taklifi yana talabdan oshib ketadi, yana ishlab chiqarish qisqara boshlaydi. Xullas, talab-taklif nisbatining o'zgarishi natijasida ishlab chiqarish harakatga keladi, u doimo yangilanib turadi.

Talab-taklif mexanizmi − bu iqtisodiyotni doimo yangilab, zamon bilan hamohang qiluvchi kuch hisoblanadi.

Bozor mexanizmi taklifni talabga moslashtirish bilan cheklanmasdan, yangi talabni ham yuzaga keltiradi. Bozorbop tovar ishlab chiqarib foyda topish ishtiyoqi, mutlaqo yangi va ehtiyojni to'laroq qondiradigan tovarlarni yaratib, ularni bozorga taklif etilishiga olib keladi.

Pul bozor mexanizmida qo'llaniladigan o'ta muhim iqtisodiy vosita. Barcha iqtisodiy aloqalar pul yordamida o'rnatiladi. Pulning kuchi shundaki, usiz hech bir ish bitmaydi, u ehtiyojlarni qondirish vositasiga aylanadi, u kapital sifatida ishlatiladi. Pul farovonlik va boylik timsoli hamda iqtisodiy hokimiyat vositasi bo'lganidan kishilar tan-u joni bilan pul topishga, uni ko'paytirishga intiladi. Bu intilish esa iqtisodiyotni harakatga keltiradi. Ammo u o'z-o'zidan emas, balki iqtisodiy erkinlik va faoliyat turini tanlash imkoni bo'lganidan mo''jizakor kuchga aylanadi. Pulning kuchidan kelib chiqadigan boshqa vositalar borki, bular jumlasiga kredit, foiz va iqtisodiy sanksiya (jazolash) kabilar kiradi. Kredit pulni qarzga olish va buning uchun foiz to'lashni va qarzning o'z vaqtida qaytarilishini bildiradi. Bu esa qarzga ko'tarilgan pulni oqilona ishlatishga undaydi. Iqtisodiyot ishtirokchilarining pul to'lash majburiyatlari ham bo'ladi. Ular yetkazib bergan resurslari uchun va xarid etgan iste'mol tovarlari va xizmatlari uchun ularning egasiga pul to'lashlari, davlatga esa soliq to'lashlari shart. Bu to'lovlar iqtisodiy mas'uliyatni yuzaga keltiradi. Majburiyatlar bajarilmagan chog'da

talabning elastikligi shundaki, bu yerda narxning o'zgarishiga javoban talab bundan tezroq o'zgaradi. Shunday sharoitda firma narxni tezda o'zgartirishi kerak. Aks holda u tovarini sota olmaydi. Narxni pasaytirganda ham firma foyda olib turishi uchun xarajatlarni ham pasaytirishi talab qilinadi. Firmalar taklifning elastikligini ham hisobga oladi. Bu o'z navbatida narx bilan taklif o'rtasida to'g'ri mutanosiblik borligidan kelib chiqadi. Firma narxning o'sishiga javoban tovarlarni ko'plab chiqarishini bildiradi. Biroq qo'shimcha ishlab chiqarish foyda keltirishi talab qilinadi. Buning uchun xarajat hech bo'lmaganda oshmasligi, imkoni bo'lganda, uning kamayishi talab qilinadi. Binobarin, bozor mexanizmi qo'shimcha ishlab chiqarishdan qo'shimcha foyda olish uchun xarajatlar qisqartirish zarur bo'ladi. Bu firmalarni tejamkorlikka undaydi.

Bozorga moslasha bilish g'oyat muhim. Buning uddasidan chiqqan firmalar rivojlanib ketsa, bu ish qo'lidan kelmagan firmalar yopilib ketadi, ular o'rniga yangilari keladi. Demak, bozor mexanizmi uddaburonlarning tanlanishini va iqtisodiyotning ular qo'liga o'tishini bildiradi. Ular o'z kapitalini bozorgir tovarni ishlab chiqarishga tashlaydi. Natijada, mavjud korxonalardagi ishlab chiqarish kengayadi, yangi korxonalar ochiladi. Talabga binoan taklif ko'payib, bozorning to'yinish darajasi ortadi. Dastlab $T_b > T_f$ holati bo'lsa, keyinchalik $T_b = T_f$ holati, ya'ni muvozanatlilik paydo bo'ladi. Nihoyat taklif ko'payib ketganidan $T_b < T_f$ yoki $T_f > T_b$ holati yuzaga keladi.

Bozorda marjinal naflilik qonuni amal qiladi. Naflilik pasaygan sari tovarlarning sotilishi qisqaradi, bozor narxlari tushadi. Narx pasaygan sari iqtisodiy foyda qisqarib boradi, nihoyat u nollashadi, chunki naflilik pasayganidan narxlar arzonlashganda ham bozorda tovar o'tmay qoladi. Biroq iqtisodiy foyda nollashgan holatda ham tovarni ishlab chiqarish to'xtatilmaydi, tovarni iqtisodiy foyda keltirmaydigan narxda sotishning ham ma'nosi bo'ladi, chunki shunday holatda iqtisodiy foyda olinmasa-da, xarajatlar qoplanadi, ular tarkibidagi me'yorli foydani tadbirkor olib turadi. Narx pasayishda davom etganda, dastlab me'yordagi foyda yo'q bo'ladi, so'ngra o'zgaruvchan xarajatlar, nihoyat doimiy xarajatlar qoplanmay qoladi. Xarajatlar qoplanmay zarariga ishlash boshlanganda tovarni chiqarish to'xtatiladi. Masalan, «A» firma tovarni chiqarib, har birini 10 dollardan sotadi. Shu 10 dollar firmaning daromadi bo'lib, uning 8 dollari xarajat, 2 dollari iqtisodiy foyda. Aytilgan 8 dollarning 3 dollari doimiy xarajat, 4 dollari o'zgaruvchan xarajat, 1 dollari me'yordagi foyda. Tovarga talab ortib, narx 11, 12, 13, 14 dollarga yetadi. Xarajatlar o'zgarmagan taqdirda iqtisodiy foyda

dastlab 2 dollar bo'lsa (10−8=2), so'ngra 6 dollarga teng bo'ladi (14−8=6). Bu maksimumlashgan foyda, chunki bu narx (R) bilan o'rtacha xarajat ($W_{o'r}$) orasidagi farq eng katta bo'lganini bildiradi. Foyda maksimumlashganda bozor to'yinib bo'ladi. Shundan e'tiboran tovarning nafliligi pasayib narx tusha boshlaydi. U cho'qqisiga chiqqanda P=14 bo'lsa, so'ngra u pasayishda davom etib, o'zining dastlabki holati P=10 ga keladi, oxir-oqibatda P=3 holatiga kelib, 5 dollar zarar ko'riladi (8−3=5). Shunda firmalar tovar chiqarishni to'xtatib, o'z kapitalini muayyan ishlab chiqarishdan olib ketadi. Natijada, ishlab chiqarish quvvatlari kamayadi, taklif qisqarib ketadi, talab taklifdan ortib, narxlar, binobarin foyda osha boshlaydi. Shunday vaziyatda ishlab chiqarishga yangi firmalar kirib kela boshlaydi. Natijada, taklif ko'payib, u talab bilan tenglashadi, foydaning maksimumlashishi yana yuz beradi. Biroq tovarlar taklifi yana talabdan oshib ketadi, yana ishlab chiqarish qisqara boshlaydi. Xullas, talab-taklif nisbatining o'zgarishi natijasida ishlab chiqarish harakatga keladi, u doimo yangilanib turadi.

Talab-taklif mexanizmi − bu iqtisodiyotni doimo yangilab, zamon bilan hamohang qiluvchi kuch hisoblanadi.

Bozor mexanizmi taklifni talabga moslashtirish bilan cheklanmasdan, yangi talabni ham yuzaga keltiradi. Bozorbop tovar ishlab chiqarib foyda topish ishtiyoqi, mutlaqo yangi va ehtiyojni to'laroq qondiradigan tovarlarni yaratib, ularni bozorga taklif etilishiga olib keladi.

Pul bozor mexanizmida qo'llaniladigan o'ta muhim iqtisodiy vosita. Barcha iqtisodiy aloqalar pul yordamida o'rnatiladi. Pulning kuchi shundaki, usiz hech bir ish bitmaydi, u ehtiyojlarni qondirish vositasiga aylanadi, u kapital sifatida ishlatiladi. Pul farovonlik va boylik timsoli hamda iqtisodiy hokimiyat vositasi bo'lganidan kishilar tan-u joni bilan pul topishga, uni ko'paytirishga intiladi. Bu intilish esa iqtisodiyotni harakatga keltiradi. Ammo u o'z-o'zidan emas, balki iqtisodiy erkinlik va faoliyat turini tanlash imkoni bo'lganidan mo''jizakor kuchga aylanadi. Pulning kuchidan kelib chiqadigan boshqa vositalar borki, bular jumlasiga kredit, foiz va iqtisodiy sanksiya (jazolash) kabilar kiradi. Kredit pulni qarzga olish va buning uchun foiz to'lashni va qarzning o'z vaqtida qaytarilishini bildiradi. Bu esa qarzga ko'tarilgan pulni oqilona ishlatishga undaydi. Iqtisodiyot ishtirokchilarining pul to'lash majburiyatlari ham bo'ladi. Ular yetkazib bergan resurslari uchun va xarid etgan iste'mol tovarlari va xizmatlari uchun ularning egasiga pul to'lashlari, davlatga esa soliq to'lashlari shart. Bu to'lovlar iqtisodiy mas'uliyatni yuzaga keltiradi. Majburiyatlar bajarilmagan chog'da

iqtisodiy sanksiyalar qo'llaniladi. Bunda majburiyatini bajarmaganlar jarima to'lashadi, ular bilan aloqalar uziladi, ularning mulki sud hukmi bilan sotib yuboriladi, ular obro'sizlanadi.

Demak, *bozor mexanizmida faqat manfaatni emas, balki mas'uliyatni ta'minlovchi vositalar ham borki, bular kishilarni omilkor qiladi, ishning ko'zini bilishga chorlaydi, o'z ishiga javobgar bo'lishini ta'minlaydi.* Shuni inobatga olib, O'zbekistonda «Iqtisodiyotni erkinlashtirish xo'jalik yurituvchi subyektlarning o'z faoliyati uchun iqtisodiy va moliyaviy mas'uliyatini oshirish demakdir»,[13] degan g'oyaga amal qilinadi.

Bozor mexanizmi iqtisodiyotga ma'muriy yo'l bilan aralashib, uning ustidan nazorat o'rnatish bilan sig'isha olmaydi. Shu sababli davlat bozor mexanizmini ishlab turishiga to'sqinlik qilmay, unga yo'l ochib berishi talab qilinadi. Bozor mexanizmi xuddi soat mexanizmi kabi o'zi ishlab turishi kerak. Davlat bu mexanizm yaxshi ishlamay qolganda, unga yo'l ochadi, lekin hech qachon bu mexanizm ishini o'z zimmasiga olishi mumkin emas.

Bozor mexanizmi obyektiv iqtisodiy qonunlarning hosilasi. Shu sababli, uning o'zi ham obyektiv. Biroq kishilar bu mexanizmdan oqilona foydalanishga qodir bo'ladilar, o'z xatti-harakatlarini shu mexanizm talabiga mos holda uyushtiradilar. Qayerda kishilar bozor mexanizmidan mohirona foydalana olsalar, shu yerda iqtisodiy taraqqiyot tezlashadi, xalq farovon yashaydi.

14.4. Raqobat va rag'bat

Raqobat bozor mexanizmining ajralmas qismi. Uni iqtisodiyot subyektlarini faollikka undovchi va shu orqali iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi kuch, deb aytish mumkin. Raqobat ayovsiz kurash bo'lganidan u hech kimni ayamaydi, iqtisodiyotning barcha ishtirokchilarini sergak tortishga, jon saqlash uchun tinmay harakat qilishga undaydi. Firmalar tovar ishlab chiqaruvchi bo'lsa, xonadonlar iste'molchilardir. Shu bois ularning maqsadi farqlanadi, shunga binoan ular raqobatda turlicha qatnashadilar. Raqobat sharoitida «Harakatda barakat bor», degan qoida amal qiladi. Raqobat xo'jalikning hamma sohalarida borganidan unda barcha iqtisodiy faol kishilar individual yoki firma jamoasiga birlashgan tarzda qatnashadilar.

Bozor xo'jaligidagi raqobat kim bo'lishidan qat'iy nazar yaxshi ishlaganlarning yutib chiqishini bildiradi. Shu jihatdan u iqtisodiy resurslarni tejamli ishlatishga, tovar va xizmatlarni ko'plab va sifatli

[13] *Karimov I.A.* O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. T.: «O'zbekiston», 1999, 37-bet.

ishlab chiqarishga undaydi. Uning rag'bat kuchi faqat ishlab chiqarishning o'zini o'sishga undash emas, balki iqtisodiy munosabatlarni ham takomillashuvga moyil etishdir. U xo'jalik yuritishning eng samarali usullarini yuzaga keltiradi, iqtisodiy aloqalarning eng ma'qulini topishga majbur qiladi.

Iqtisodiy o'sish bilan raqobat doirasi kengayadi. Raqobat firmalarni ilmiy-texnikaviy yangiliklarni izlab topish va joriy etishga rag'batlantiradi, chunki shu yo'l bilan kurashda g'olib chiqish mumkin. U yangi tovarlarni yaratish, bor tovarlar sifatini oshirish, ishlab chiqarish va tijorat xarajatlarini kamaytirishni talab qiladi. Albatta, bular yangi texnologiyani topib, joriy etish orqali yuz beradi. Raqobatda yutqazmaslikning sharti yangilik uchun pulni ayamaslik hisoblanadi, shu bois firmalar xarajatida fan-texnika yangiliklarini joriy etish sarflari salmoqli o'rin tutgan sharoitda ular g'alabaga ishonishlari mumkin. Yirik firmalar raqobatni nazarda tutib ilmiy-tadqiqot va konstruktorlik ishlari bilan doimo shug'ullanadilar. Shu sababli AQSh korporatsiyalari bu ishga 200 mlrd dollar sarflashi (2012-yil) bejiz emas.

Raqobat bo'lganda firmalar bozorga o'z raqibinikidan yaxshiroq va arzonroq tovarlarni taklif etishi zarur. Buning uchun firmalar xaridorlarga ma'qul bo'ladigan yangi tovar namunalarini o'zlari yaratadilar yoki o'zgalar yaratgan tovar namunalarini ishlab chiqarish huquqini sotib oladilar, xarajatni pasaytiradilar. Monopoliyalar narx bilan emas, balki ko'pincha sifat bilan raqobatlashadilar, buning uchun fan-texnika yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy etadilar. Masalan, avtomobil kompaniyalari xalqaro avtosalonlarda (ko'rgazmalarda) avtomobilning super yangi modellarini namoyish etadilar. Ular a' omobil modelini yaratish chog'ida yangi texnikaviy g'oyalarni mod. l konstruksiyasida amalga oshiradilar. Bu shundan darak beradiki, sifat bilan raqobatlashuv fan-texnika taraqqiyotining omiliga aylanadi.

Raqobatda qo'li baland kelishning yana bir sharti ilg'or texnologiyadan samarali foydalanishga qodir bo'lgan malakali ishchilar va mutaxassislarni firmaga jalb etish hisoblanadi. Buning uchun firmalar mehnat bozorida xaridor sifatida raqobat qilish bilan cheklanmay o'z qo'lida xodimlar malakasini oshirishga, ularni yangi kasbga o'rgatishga ham katta mablag' sarflaydilar. Bunda inson kapitaliga qilingan sarf pulni eng qulay joylashtirish, deb qaraladi. Hozir raqobatlashuvda inson omiliga birlamchi ahamiyat berish ommaviy tus olgan, ayniqsa, buni Yaponiya misolida ko'rish mumkin. Yaponiyada firma xodimlarining ish sifatini oshirish to'garaklari uyushtirilganki, ular raqobatbop tovarlar ishlab chiqarishni

mo‘ljallaydi. Bu yerda firma xodimlari o‘rtasidagi hamjihatilikka katta e’tibor berilib, ijtimoiy nizolarga yo‘l berilmaydi, «Mening firmam — ikkinchi uyim, mening ikkinchi oilam» qabilida ish ko‘riladi. Yaponiya firmalari hamma choralar bilan ish kuchining qo‘nimli bo‘lishiga erishadilar. Inson omilini to‘la ishga solish tufayli ular xalqaro bozordagi raqobatda ham yutib chiqadilar.

Raqobat xonadon ahlining faolligini ham yuzaga chiqaradi. Xonadondagi har bir ishlovchi yaxshi ish joyini izlab topish, unga joylashgach uni yo‘qotmaslikka intiladi. Yaxshi ish joyi bu muqim ish bilan ta’minlangan va yaxshi ish haqi olinadigan joydir. Shunday joy uchun kurash doimiy tus oladi. Bu kurashda o‘z maqsadiga erishish uchun ishchi va xizmatchilar mehnat intizomiga qat’iy rioya etishlari, yalqovlikka yo‘l qo‘ymasliklari, tashabbus bilan ishlashlari, mehnat unumdorligini oshirishlari va nihoyat tovar sifatini ta’minlashlari talab qilinadi. Ish o‘rni uchun kurash ularni bilim darajasi va kasbiy mahoratini doimo oshirib borishiga, o‘z sog‘lig‘ini avaylashiga olib keladi. Raqobat oilani bolalarni yaxshi o‘qitishga, ularga yaxshi tarbiya berishga qaratilgan xarajatlarini oshirishlariga olib keladi. Masalan, Koreya Respublikasida bolalarga eng zamonaviy bilim berish va yaxshi tarbiyalash uchun o‘ziga to‘q xonadonlar yiliga 30 ming nafar yosh bolalarni chet elga o‘qishga yuborib, buning pulini to‘laydilar. Xullas, mehnat bozoridagi raqobat ish kuchi sifatini oshiradi va shu orqali iqtisodiyotning o‘sishini rag‘batlantiradi.

Raqobatda bozor xo‘jaligiga xos **iqtisodiy saralanish** tamoyili amal qiladi. Bu yerda bellashuvchilardan biri yutib chiqsa, boshqasi yutqazadi. Shu sababdan raqobat iqtisodiyot subyektlarini qat’iyan tabaqalashuviga olib keladi. Bu eng avval foyda miqdori, kapital miqdori, qarzni to‘lash qobiliyati va nihoyat, ish haqining har xil bo‘lishida ko‘rinadi. Raqobatda yutib chiqqanlar iqtisodiy jihatdan kuchayib ketsalar, yutqazganlar zaiflashadi, hatto xonavayron bo‘lib bankrot holiga tushadilar. Biz bilamizki, bankrot bo‘lish bu o‘zining majburiyatlari va to‘lovlarini bajarishga qodir bo‘lmaslikdir. Bankrot bo‘lgan firmalar yo‘qoladi. Iqtisodiy saralanishning ikki ziddiyatli oqibati bor. Birinchidan, o‘z ishini uddalay olmagan firmalarning sinishi, eng ishbilarmonlarni tanlab olib, iqtisodni ularning ishonchli qo‘liga berish bo‘lsa; ikkinchidan, bu zo‘rlari yanada zo‘rayib ketishi va monopollashuv tendensiyasini yuzaga keltiradiki, natijada erkin raqobat cheklanib qoladi. Shu boisdan, davlat o‘zining antimonopol tadbirlari bilan singan firmalar o‘rniga yangilarini paydo bo‘lishiga ko‘maklashadi, chunki korxonalar ko‘p joyda raqobat qizg‘in boradi. Binobarin, raqobat samara berishi uchun

raqobatchilar o‘rtasida muvozanatni ta’minlash zarurki, bu monopollashuvning oldini olishi kerak bo‘ladi.

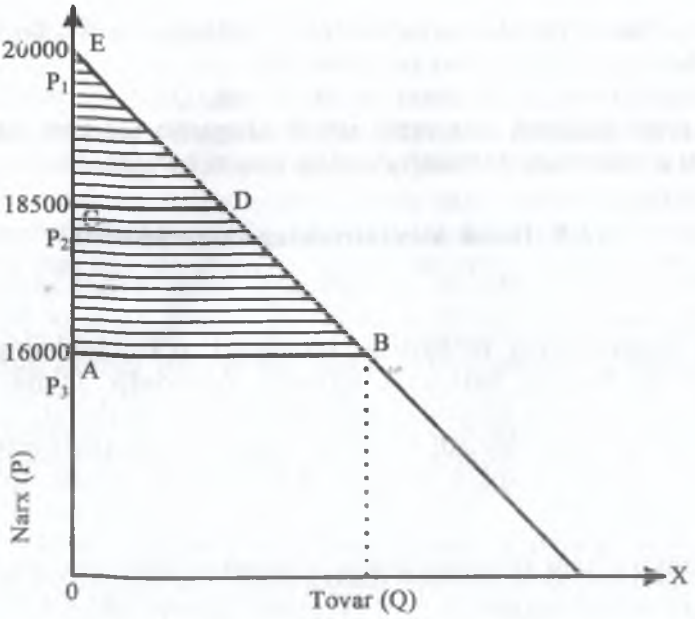
Raqobatning kuchi doimo ortib boradi. Qayerda raqobat munosib o‘rin egallasa, shu yerda ishlab chiqarish tez rivojlanadi va jamiyat a’zolarining turmush darajasi yuqori bo‘ladi.

14.5. Bozor mexanizmining samaradorligi

Bozor mexanizmining samaradorligi uning bergan iqtisodiy va ijtimoiy natijasidan iborat. Bu iqtisodiy sohada tovar va xizmatlar ishlab chiqarishning ko‘payishi, bozordagi to‘kinchilikning hosil bo‘lishidir. Buning natijasida iqtisodiy farovonlik ta’minlanadi. Iqtisodiy farovonlik bozordan ko‘riladigan nafdan iborat. Raqobat bor joyda bu yetarli bo‘ladi. Bozorda xaridor ko‘z ostiga olgan tovar uchun to‘lashi mumkin bo‘lgan pul summasi uning to‘lashga tayyorligini bildiradi, chunki u tovarning nafliligini qabul qiladi. Biroq raqobat bozorda shunday holatga olib keladiki, xaridor tovarni o‘zi kutgan narxidan arzonroq narxga oladi. Shu ikki narx o‘rtasidagi farq **iste’molchi yutug‘i** bo‘ladi. Masalan, xaridor bozordagi o‘ziga ma’qul tovarga 200000 so‘m to‘lashga rozi edi, lekin savdolashuv tufayli uni 190000 so‘mga oldi. Bunda uning yutug‘i 10000 so‘m (200000−190000=10000) bo‘ladi. Xaridorlar raqobati tufayli sotuvchi tovarini o‘zi mo‘ljallagan narxdan qimmatroq sotganda **sotuvchi yutug‘i** bo‘ladi. Tovar misoliga qaytsak sotuvchi uni 180000 so‘mdan sotishga tayyor edi, biroq bozor yurishib, u tovarni 190000 so‘mdan sotdi. Natijada, uning yutug‘i 10000 so‘m bo‘ldi (190000−180000=10000). Misoldan xulosa chiqarsak bozordagi muvozanat narxi har ikki tomon uchun yutuq berdi. Bu bilan ularning manfaatlari uyg‘unlashdi.

Raqobatli bozorda xaridor yoki sotuvchi ko‘zlagan narxdan amaldagi bozor narxi qanchalik ko‘p farqlansa, shunchalik ulardan birining yutug‘i ko‘payadi. Oldingi misolni eslasak tovarning bozor narxi 180000 so‘mga tushsa xaridor yutug‘i 10000 so‘mdan 20000 so‘mga yetadi. Bordi-yu bu narx 20000 so‘mga chiqsa, sotuvchi yutug‘i 10000 so‘mdan 20000 so‘mga yetadi. Bozordagi muvozanat narxining xosiyati shundaki, u kutilgan yutuqni xaridor bilan sotuvchi o‘rtasida taqsimlab, ular manfaatini muvofiqlashtiradi. Bu bilan iqtisodiyot rag‘batlantiriladi.

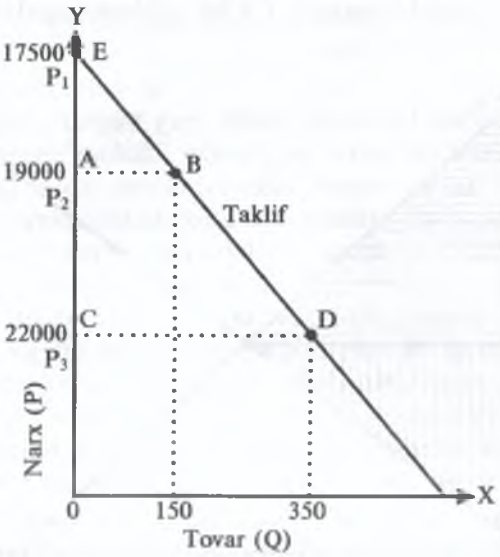
Bozor narxi xaridor kutgan narxga teng bo‘lganda yutuq 0 ga teng bo‘ladi. Bordi-yu narx xaridor kutganidan kam bo‘lsa, u yutadi, ortiq bo‘lsa, u yutqazadi. Oldingi misoldagi iste’molchi yutug‘ini chizmada tasvirlasak, u quyidagi ko‘rinishda bo‘ladi (14.6-rasm).



14.6-rasm. **Iste'molchining yutug'i**

Chizmadagi AEB to'g'ri chiziqli uchburchak xaridor yutug'ini bildiradi, chunki u tovarni kutilgan narxdan arzonga oldi. Agar u tovarni qimmatroqqa olganida, masalan, P_2=185000 so'mdan, uning yutug'i CED uchburchakka teng bo'lar edi. Agar bozor narxi yanada arzonlashganda, ya'ni P_3=160000 so'm bo'lganda xaridor yutug'i yanada ortar edi. Agar narx P_1=200000 bo'lsa xaridor yutug'i nollashar edi. Bozorga sotuvchi ham naf ko'zlab chiqadi. Uning yutug'i tovarga qilgan xarajatlari bilan tovarning bozor narxi o'rtasidagi farqqa teng bo'ladi. Binobarin, uning oz yoki ko'p bo'lishi birinchidan xarajatlar miqdoriga, ikkinchidan, bozor narxi darajasiga bog'liq bo'ladi. Tovar bozoridagi holatni yana esga olsak, u yerdagi sotuvchi narxni 180000 so'mga mo'ljallagan edi, chunki uning tovarni bozorga yetkazib berish xarajati 175000 so'm bo'lgan. Agar tovar 180000 so'mdan sotilsa, sotuvchining yutug'i 5000 so'm bo'lar edi. Tovar 190000 so'mdan ketgani uchun uning yutug'i 10000 so'mga oshib, jami 15000 so'm bo'lgan.

Bizning misolimizdagi bozor narxini inobatga olib sotuvchi (ishlab chiqaruvchi) yutug'i chizmasini hosil qilsak u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi (14.7-rasm).



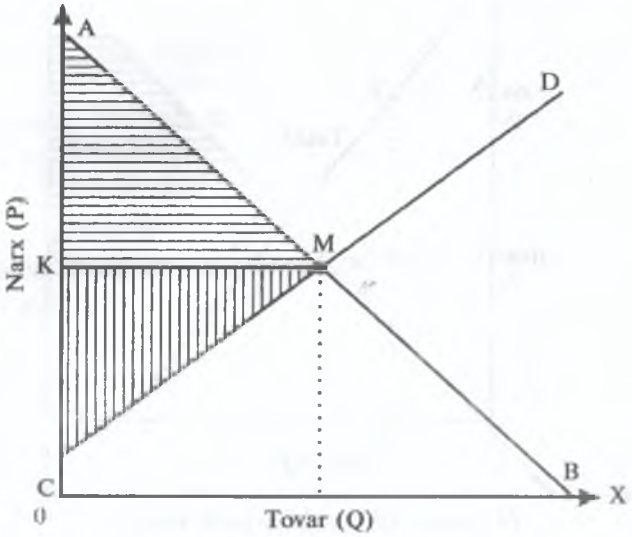
14.7-rasm. **Ishlab chiqaruvchi yutug'i**

Chizmada 3 xil narx ko'rsatilgan. Narx 175000 so'm bo'lsa, sotuvchi faqat xarajatini qoplab, hech narsalik bo'lmaydi. Agar narxi P_2=190000 bo'lsa, sotuvchi yutug'i 15000 ga yetadi. Bordi-yu narx P_3=220000 so'm bo'lsa, sotuvchi yutug'i 35000 bo'ladi. Biroq bu narxni bozor ko'tarmaydi. Shu sababli sotuvchi yutug'i CED uchburchagi shaklida qoladi. Bordi-yu narx pasayib 18000 so'mga tushsa, sotuvchi yutug'i AEB uchburchak shakliga ega bo'ladi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, AEB<CED bo'lgan. Demak, yutuq kamaygan.

Bozor mexanizmidagi adolatlilik shundan iboratki, u yutuqni xaridor bilan sotuvchi o'rtasida taqsimlaydi, shu sababli bozorda aloqa o'rnatishdan har ikki tomon manfaatli bo'ladi. Bizga ma'lumki, erkin bozordagi narx talab va taklifning muvozanat holatini bildiradi. Natijada, shunday miqdorda tovarlar chiqariladiki, ularning oldi-sotdisi jarayonida ham iste'molchilarning, ham ishlab chiqaruvchilarning yutug'i maksimumlashadi. Muvozanatli narx sharoitida yutuqning har ikkala turi amalda bo'ladi. Agar yutuqlar chizig'ini yonlatgan holda ko'rsatsak, uning tasviri quyidagicha bo'ladi (14.8-rasm).

Chizmadagi AB chizig'i talabni, CD chizig'i taklifni bildiradi. Ular kesishgan M nuqtada muvozanat hosil bo'lgan. AC oralig'idagi muvozanat narxi tufayli yutuqlar taqsimlangan. KAM uch-

burchakda iste'molchi yutug'i, CKM uchburchagida ishlab chiqaruvchi yutug'i hosil bo'lgan.



14.8-rasm. **Muvozanatli bozordagi yutuqlar**

Yutuqlarning adolatli taqsimlanishi ular doimiy degan gap emas. Talab ko'payib ketsa, ishlab chiqaruvchi yutug'i ortadi. Taklif ko'payib ketsa, iste'molchi yutug'i ortadi. Bu ikki holat narxning oshishi va pasayishi bilan bog'liqdir. Bozor tizimi mukammal emas, shu sababli muvozanatlar buzilib turadi. Bunda yo iste'molchi, yo ishlab chiqaruvchi yutug'i ko'proq bo'ladi. Muvozanat tiklangach yutuqlar qaytadan tenglashib oladi.

Real hayotda erkin bozor bilan monopol bozor yonma-yon turadi. Monopol bozorda narx yuqori qilib belgilanganidan bu yerda iste'molchi yutug'i ishlab chiqaruvchi yutug'iga aylanadi, chunki bu yerda muvozanat narxi bo'lmaganidan yutuq ishlab chiqaruvchi qo'liga o'tadi. Monopol hokimiyat bor joyda umumiy yutuq ko'proq monopoliyalar foydasiga taqsimlanadi, chunki ishlab chiqaruvchi monopoliya bozorda yuqori narx o'rnatib, iste'molchiga tegadigan yutuqni o'ziniki qilib oladi. Biroq bozor mexanizmi monopoliyalarning haddidan oshib ketishiga yo'l bermaydi, chunki narxning yuqori chegarasi bo'lib, uni hech bir monopoliya yo'q qila olmaydi. Bu chegara oldingi boblarda aytganimizdek xarid qobiliyatidir. Monopoliya ming urinmasin haddan tashqari yuqori narx bilan o'z tovarini ko'p sota olmaydi, chunki buni bozor ko'tarmaydi. Shu

sababli monopoliya xarajati bilan u o‘rnatgan narx o‘rtasida farq yutuq sifatida cheksiz ko‘payib borishi mumkin emas. Lekin, iste’molchi yutug‘ining bir qismi yuqori narx orqali monopoliya ixtiyoriga olinishi turgan gap. Biroq monopol narxlar amal qilgan taqdirda ham iste’molchi yutug‘i, u katta bo‘lmasada, saqlanib qoladi. Xullas, hatto monopoliyalar bozor mexanizmi belgilagan chiziqdan tamomila chiqib keta olmaydilar. Bu bozor mexanizmining qudratli kuch bo‘lishidan dalolat beradi. Bu kuchga yo‘l berish uchun davlat monopoliyalar faoliyatini cheklab, raqobatga yo‘l ochib turadi. Bozor mexanizmi samaradorligi uning naqadar yaxshi ish berishiga bog‘liq bo‘lsa, uni tashkil etuvchi iqtisodiy vositalarning mukammalligini ta’minlaydi. Bu vositalar yaxshi ishlab turishi uchun ular bozor munosabatlarining rivojlanishiga mos kelishi talab qilinadi. Biz bilamizki, bozor mexanizmi barcha subyektlarni jonsarak qilib, yashovchanlik baxsh etadi, uning unsurlari zaiflashib, sustkashlik qilganda, islohotlar orqali takomillashadi. Mazkur mexanizmda nosozlik paydo bo‘lib turgani uchun hatto bozor iqtisodi yuksak darajadagi mamlakatlarda ham islohotlar o‘tkaziladi. Shu sababli 2008–2010-yil krizis saboqlaridan kelib chiqqan holda bozor kuchlarini chegaralab, ularni tartibli yo‘lga soluvchi islohotlar o‘tkazildiki, bundan maqsad bozor mexanizmi samaradorligini oshirish bo‘ldi.

Xulosalar

1. Bozor mexanizmi – bu iqtisodiy faollikni ta’minlovchi barcha vositalar majmuasi bo‘lib, bular iqtisodiyot ishtirokchilarining yaxshi ishlashini rag‘batlantiradi va hatto ularni bunga iqtisodiy jihatdan majburlaydi. Bu mexanizm asosida mehnat motivatsiyasi, iqtisodiy manfaatlarni yuzaga chiqarish yotadi. Uni iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi ichki kuch, deb aytish mumkin.

2. Bozor mexanizmining asosiy vositasi narx bo‘lib, u bozordan kelgan signal vazifasini o‘taydi, narxning o‘zgarishiga qarab nima ish qilish zarurligi aniqlanadi, shunga binoan resurslar taqsimlanib, ishlab chiqarish yuz beradi. Narx vositasida talab va taklif tenglashib, bozor muvozanati hosil bo‘ladi, bunda tovarlar sotilib xarajatlar qoplanadi, foyda ko‘riladi, iste’molchilar talabi qondiriladi. Bu bilan ishlab chiqarish uchun qulay sharoit yaratiladi. Bozor mexanizmi ish bergan joyda bozor layoqatli bo‘ladi, ya’ni ishlab chiqarishning o‘sishiga stimul beriladi. U layoqatsiz holatga ham tushib turadi.

3. Bozor mexanizmida foydaga intilish, degan narsa bor. Yaxshi foyda ko‘rish uchun sifatli tovarlarni ko‘plab ishlab chi-

qargan holda ularning xarajatlarini kamaytirish zarur bo‘ladi. Foydaga intilish mehnat unumdorligini oshiradi, chunki shu yo‘l bilan iqtisodiy samaradorlikka erishiladi.

4. Raqobat bozor mexanizmining yetakchi vositasi sifatida iqtisodiyot ishtirokchilarini faollikka undaydi, chunki faqat shu yo‘l bilan kurashda yutib chiqish mumkin. Narx bilan raqobatlashuv xarajatlarni kamaytirishga, sifat bilan raqobatlashuv yangi, nafliligi yuqori tovarlarni chiqarishga olib keladi. Ish joyi uchun raqobat kishilarni o‘z bilimi, malaka va ish mahoratini doimo oshirib borishga undaydi, ishlab turgan joyini qadrlash, bu yerdagi ish sifati va mehnat unumdorligini oshirib borishiga rag‘bat beradi. Raqobat iqtisodiy tanlovga kuch berib, uquvsiz va ishyoqmaslarni bankrot holiga tushirib biznesdan siqib chiqaradi, biznesni haqiqiy ishbilarmon, yangilikka moyil bo‘lganlar qo‘liga beradi.

5. Bozor mexanizmining kuchi uning iqtisodiy samaradorlikni ta’minlay olishidadir. Bu mexanizm boshqa mexanizmlardan afzal bo‘lganidan jadal iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi. Bunga erishilgan yutuqlarni ishlab chiqaruvchilar bilan iste’molchilar o‘rtasida oqilona taqsimlaydi. Mukammal raqobat bo‘lganda bu yutuq ikki tomon o‘rtasida teng taqsimlanadi, nomukammal (monopol) raqobatda esa bu yutuqning bir qismi ishlab chiqaruvchilar foydasiga taqsimlanadi.

Tayanch tushunchalar

Bozor mexanizmi; bozor muvozanati; layoqatli va layoqatsiz bozor; iqtisodiy signal; resurslarning taqsimlanishi; restrukturizatsiya; iqtisodiy saralash; iste’molchi yutug‘i; ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) yutug‘i.

XV bob. IQTISODIY O‘SISH

15.1. Milliy iqtisodiyot

Iqtisodiy faoliyat muayyan mamlakatlar miqyosida ikki darajada yuz beradi. Birinchisi mikrodaraja, ya’ni firmalar (korxonalar) va xonadonlar darajasidagi iqtisodiyot bo‘lib, bu mikroiqtisodiyotni tashkil etadi. Buning qanday yuz berishini oldingi boblarda ko‘rib chiqdik. Ikkinchisi jamiyat miqyosida, ya’ni mamlakatlarning milliy doirasida yuz beradigan iqtisodiy faoliyat bo‘lib, bu makroiqtisodiyotni hosil qiladi.

Milliy iqtisodiyot muayyan mamlakatning ichida yuz beradigan iqtisodiy faoliyat bo‘lib, bunda firmalar, xonadonlar va davlat ishtirok etadi.

Yer yuzida qancha mustaqil mamlakatlar bo‘lsa shuncha milliy iqtisodiyot bor, deb aytish mumkin. Hozir dunyoda 200 dan ziyod milliy iqtisodiyot mavjud.

Milliy iqtisodiyot mamlakat mustaqilligining tayanchi hisoblanadi. Chunki u mustaqillikni moddiy jihatdan ta’minlaydi. Milliy iqtisodiyot muayyan mamlakatda yaratilgan tovar va xizmatlar, to‘plangan moddiy va nomoddiy boylik shu mamlakatga qarashli bo‘lishini, ya’ni milliy mulkchilik mavjudligini bildiradi. Milliy mustaqillik mamlakatdagi iqtisodiy faoliyat, hatto xorijliklarga qarashli sektorning faoliyati ham milliy manfaatlarga zid emas, balki bunga mos bo‘lishini bildiradi. Milliy mulkning iqtisodiyotdagi ustuvorligi xorij mulkidan yuz o‘girishini bildirmaydi. Milliy iqtisodiyotda xorij mulki bo‘lgan kapital, tovarlar, xorijliklarning mehnati ham qatnashadi, biroq bular nazorat ostiga olinib, ular milliy manfaatlarga putur yetkazishiga yo‘l berilmaydi.

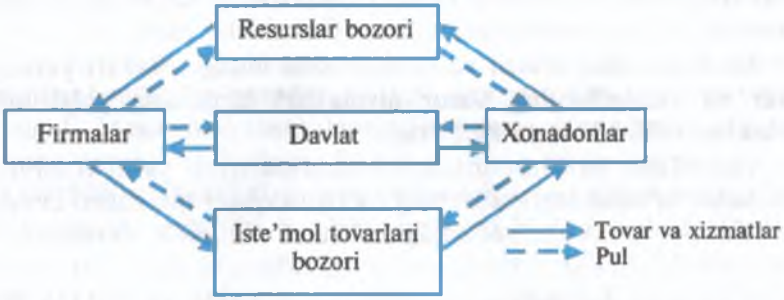
Iqtisodiyotning milliyligi uni boshqalar uchun yopiqligini bildirmaydi, aksincha u ochiq bo‘ladi, tashqi dunyo bilan o‘zaro manfaatli aloqaga tayanadi. Biroq milliy iqtisodiyot asosan o‘zining resurslariga tayanadi, milliy an’analar, odatlar va ko‘nikmalarni o‘zida mujassamlashtiradi. Har bir milliy iqtisodiyot o‘zining tarkibiy tuzilishi (strukturasi) va darajasi jihatidan boshqalardan farqlanadi. Bir yerda milliy iqtisodda eksport va importning roli katta bo‘lsa, boshqa yerda buning roli kichik bo‘ladi. Milliy iqtisodiyot industrial, agrar va agrar-industrial xarakterda bo‘ladi hamda sanoat va qishloq xo‘jaligining iqtisodiyotdagi o‘rni bilan tavsiflanadi. Masalan, AQSh, Angliya yoki Germaniya iqtisodiyoti industrial bo‘lsa, ya’ni sanoatga tayansa, O‘rta Osiyo mamlakatlari

iqtisodiyoti ham qishloq xo'jaligi, ham sanoatga tayanadi. Shunday milliy iqtisodiyot ham bo'ladiki, u na sanoatga, na qishloq xo'jaligiga asoslanadi, u xizmat ko'rsatish (servis)ga tayanadi. Masalan, Gonkong va Singapur iqtisodi rivojlangan mamlakat hisoblanadi, lekin u moliyaviy xizmat va dengiz suv kemalari va porti bilan xizmat ko'rsatishga asoslanadi.

Milliy iqtisodiyotlar darajasi ham farqlanadi. Shu jihatdan milliy iqtisodiyotlar yuksak rivojlangan, o'rtacha, o'rtachadan pastroq darajadagi, kam rivojlangan va o'ta qoloq iqtisodiyotlarga ajratiladi.

Milliy iqtisodiyotlar qanchalik farqlanmasin, baribir ular hamma uchun umumiy bo'lgan bozor qonunlariga binoan rivojlanadi va bu yaratilgan tovar va xizmatlarning ko'payib borishida ifoda etiladi. Makroiqtisodiyot milliy iqtisodiyot bo'lar ekan, bu iqtisodiyotning yaxlitligini bildiradi, barcha firmalar, xonadon xo'jaliklari va barcha bozorlar faoliyatining pirovard natijasi bo'ladi. Makroiqtisodiyot jamiyatning umumiqtisodiy faoliyati bo'lganidan bu yerdagi o'zgarishlar qaytadan firmalar va xonadonlar iqtisodiyotiga ta'sir etadi. Demak, mikro va makroiqtisodiyot uzviy bog'liqlikda bo'ladi. Iqtisodiyotning asosiy ishtirokchilari firmalar va xonadon xo'jaliklari makroiqtisodiy oborotda ishtirok etadilar. Ular bir-biriga resurslar va iste'mol tovarlarini yetkazib beradilar. Xonadonlar ishlab chiqarish omillari bozoriga mehnat, yer va kapital kabi resurslarni yetkazib beradilar va ularni sotishdan pul daromadiga ega bo'ladilar. Bu resurslarni firmalar bozordan sotib olish uchun pul shaklida xarajat qiladilar. Ular resurslarni ishlab chiqarish omiliga aylantirib tovar va xizmatlarni yaratadilar, ularni iste'molchilar bozoriga chiqarib xonadonlarga sotadilar. Resurslar sotilgan paytda xonadonlar daromad olsa, iste'mol buyumlarini firmalardan xarid qilganlarida xarajat qiladilar. Shu taxlitda firmalar resurs olganda xarajat qilsalar, o'z tovar va xizmatlarini sotishganda daromad oladilar. Firmalar va xonadonlar makroiqtisodiy oborotning asosiy ishtirokchilari bo'lsalarda, bu ishda davlat ham qatnashadi. Davlat firmalar va xonadonlarga ijtimoiy xizmatlar ko'rsatadi va ulardan uning haqi sifatida soliqlarni oladi. Xullas, iqtisodiy oborot yuz berganda firmalar, xonadonlar va davlat o'rtasida iqtisodiy aloqalar o'rnatiladi. Buni quyidagi chizmadan ko'rishimiz mumkin (15.1-rasm).

Chizmadagi strelka shaklidagi yaxlit to'g'ri chiziq tovar va xizmatlar harakatini, strelka shaklidagi uzilgan chiziq pul harakatini bildiradi. Chizmaga ko'ra, tovar va xizmatlar oqimiga qarama-qarshi ravishda pul oqimi yuz beradi, chunki tovarlar va xizmatlar pulga sotib olinadi.



15.1-rasm. **Makroiqtisodiy oborot**

Demak, makroiqtisodiy oborotda firmalar, xonadonlar va davlat o'rtasida tovar va xizmatlarni pul vositasida ayirboshlash, ya'ni tovar-pul munosabatlari yuz beradi. Shu jarayonda iqtisodiyot ishtirokchilari o'z tovarini sotib, boshqa tovar sotib olish orqali o'z ehtiyojini qondiradi.

Makroiqtisodiy oborot jarayonida iqtisodiyot ikki sektorga ajratiladi:

1. **Real sektor** – bu yaratilgan tovar va xizmatlarning iqtisodiyot subyektlari o'rtasidagi harakati;

2. **Pul sektori** – bu subyektlar o'rtasidagi tovar va xizmatlar harakatiga qarama-qarshi ravishda yuz beradigan pul oqimining harakati.

Real sektordagi firmalar yalpi ichki mahsulot yaratishadi.

Yalpi ichki mahsulot (YaIM) deganda ma'lum davr mobaynida mamlakat ichida pirovard natijada yaratilgan tovar va xizmatlarning bozor qiymati tushuniladi.

YaIM bu oraliq ya'ni qayta ishlanadigan mahsulot emas, balki iste'molga tayyor bo'lganidan bozorda sotiladigan mahsulotdir. Uning bozorda sotilgan narxi **bozor qiymati** bo'ladi. Bu qiymat tovarning miqdori va sifatini aks ettiradi. YaIMni faqat moddiy shakli bor tovarlar, masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak uy-joy, mashina-uskuna va transport vositalariningina qiymati emas, balki moddiy shakli bo'lmagan xizmatlar, chunonchi san'atkor, shifokor, o'qituvchi, yurist, sartarosh kabilar xizmatining qiymati ham tashkil etadi. YaIMga muayyan davrda, masalan, bir yilda yangidan yaratilgan mahsulotlar bozor qiymati kiritiladi. Ammo bunga ilgari yaratilgan, lekin keyinchalik qaytadan sotilgan mahsulot qiymati kirmaydi. YaIMga muayyan mamlakatning ichkarisida yaratilgan mahsulot va xizmat kiradi. Shu mamlakat vakillari boshqa yerda,

ya'ni xorijda yaratgan tovar va xizmatlari uning YaIMiga kirmaydi, aksincha boshqa mamlakatning YaIMini tashkil etadi.

Mamlakatning o'zida va tashqarisida uning vakillari yaratgan tovar va xizmatlarning bozor qiymatlari birgalikda yalpi milliy mahsulotni (YaMM) tashkil etadi.

YaMMdan jami amortizatsiya ajratmalarini, ya'ni mashina--uskunalar va bino-inshootlarning to'zigan qismi qiymatini chegirib tashlasak, qolgan qismi **sof milliy mahsulot** yoki **milliy daromad,** deb yuritiladi. Milliy iqtisodiyot holatini tavsiflovchi asosiy ko'rsatkich YaIM bo'ladi. Ko'pchilik mamlakatlarda YaIM va YaMM farqlanishi ±1 % atrofida bo'ladi. Shu sababli, mamlakatning iqtisodiy salohiyatiga baho berilganda YaIM asos qilib olinadi. YaIM butun jamiyat iqtisodiy faoliyatining ma'lum davrdagi natijasi hisoblanadi. Uning miqdori ikki usul yordamida hisoblab chiqiladi:

1. **Daromad usuli**. Bunda iqtisodiyotning barcha subyektlarining ma'lum davrdagi daromadi jamlanadi. Bundan olingan hosila YaIMga teng bo'ladi. Bu daromadlarga xonadonlar, firmalar va davlatning daromadlari kiradi;

2. **Xarajat usuli.** Bunda hamma iqtisodiyot subyektlarining xarajatlari jamlanadi. Bular iste'mol, investitsiya, davlat xaridi va sof eksportdan iborat bo'ladi. Iste'mol sarflari xonadonlarning tovar va xizmatlar xaridi uchun qilgan xarajati bo'ladi. Investitsiyalar mashina-uskunalar, ko'chmas mulk (bino, inshoot, er)ni sotib olish, xonadonlarning uy qurish, tayyor uy yoki kvartiralarni sotib olish xarajatlaridan iborat bo'ladi. Davlat xaridi – bu davlat idora va tashkilotlarining tovar va xizmatlarni sotib olishga ketgan xarajati. Bunga misol qilib davlatga qarashli mehribonlik uylari, shifoxonalar, universitetlar, kollejlar, mudofaa vazirligi kabilarning tovar va xizmatlarni xarid etishini olish mumkin. Sof eksportga kelsak bu eksport va importning farqidan iborat. Bu farq musbat (+) bo'lsa, u YaIMga qo'shiladi, agar u manfiy (–) bo'lsa, YaIM dan chegirib tashlanadi.

Aytilgan 2 usul bilan YaIM hajmining aniqlanishi muayyan paytdagi iqtisodiy oborotda daromad va xarajatlarning teng bo'lishidan kelib chiqadi.

15.2. Nominal va real yalpi ichki mahsulot

Jamiyat erishgan iqtisodiy natijani YaIM hajmi belgilaydi. Biroq buning uchun nominal va real YaIM ni farqlantirish kerak.

Nominal YaIM – bu tovar va xizmatlarning joriy narxlarda hisoblangan bozor qiymatidir. Bu ikki narsaga bog'liq bo'ladi. Birin-

chisi, tovar va xizmatlarning miqdori. Ikkinchisi, bular narxining o'sishi. Nominal YaIM inflatsiya ta'sirida bo'lgan, ya'ni undan tozalanmay turib hisoblangan mahsulot bo'ladi. Bu narxning o'zgarishiga bog'liq bo'lganidan haqiqiy iqtisodiy natijani to'g'ri ko'rsatmaydi. Masalan, A tovar ilgari 10000 dona chiqarilgan bo'lib, har birining narxi 5000 bo'lgan. Bunda ularning bozor qiymati 50 mln (10000*5000=50000000)ga teng bo'ladi. Keyinchalik A tovar 10000 dona chiqarilgan bo'lib, har birining narxi 6000 ga yetgan. Demak, jami tovarning bozor qiymati 60 mln ni tashkil etgan. Demak, tovar miqdori amalda oshmagan, lekin uning bozor qiymati 20 %ga oshgan. Shunga qarab YaIM 20 % ko'paydi, deb hisoblash xato bo'ladi, chunki uning hajmi narx hisobidan oshgan, amalda esa uning miqdori o'zgarmay qolgan.

Real YaIM – bu bazis narxlarida yoki o'zgarmas narxda hisoblangan mahsulotdir. Bu iqtisodiyotning haqiqiy holatini ko'rsatib beradi, chunki bu usulda mahsulotning bozor qiymati inflatsiya ta'siridan xoli etiladi, chunki hozirgi mahsulot oldingi davr narxida hisoblanadi. Oldingi misolga qaytsak «A» tovardan 12000 dona chiqarilib, har biri joriy narxda 6000 dan sotilganligi uchun uning bozor qiymati 72 mln ni tashkil etgan. Agar buni oldingi yildagi (bu bazis yili) narx – 5000, deb hisoblasak, uning haqiqiy bozor qiymati 60 mln ni tashkil etadi. Mana shu real iqtisodiy natijani bildiradi.

Makroiqtisodiy vaziyatga baho berilganda, narxlar o'zgarishini e'tiborga olib real YaIM ni aniqlash va dinamikasiga qarab uning holatini aniqlash kerak bo'ladi.

15.3. Iqtisodiy o'sish

Ehtiyojlar uzluksiz qondirilishi uchun iqtisodiyot doimo o'sib borishi talab qilinadi. Chunki shunday yo'l bilangina kishilar iste'moliga zarur bo'lgan tovar va xizmatlar ko'plab va xilma-xil yaratiladi.

Iqtisodiy o'sish – bu iqtisodiyotning rivojlanishi, ya'ni hayotiy ne'matlar bo'lgan tovar va xizmatlarning ishlab chiqarilishining ko'payib borishidir.

Iqtisodiy o'sish mutlaq va nisbiy bo'ladi. Mutlaq iqtisodiy o'sish tovar va xizmatlar qanday miqdorda ko'payganini bildiradi. Buni (O'_m) aniqlash uchun real YaIM ning hozirgi hajmidan (M_2) oldingi hajmi (M_1) chegirib tashlanadi. Bunda $O'_m=M_2-M_1$ bo'ladi. Masalan, shu yili real YaIM hajmi 185 mlrd dollar bo'lsa, 5 yildan so'ng bu 225 mlrd dollarni tashkil etadi. Bunda mutlaq iqtisodiy o'sish 40

mlrd dollarga (225−185=40) teng. Mutlaq o‘sish iqtisodiy salohiyatning katta yoki kichikligini bildiradi. Agar mamlakatning iqtisodiy qudrati ulkan bo‘lsa, mutlaq o‘sish hajmi katta bo‘ladi. Agar uning iqtisodiyoti zaif bo‘lsa, mutlaq o‘sish hajmi kichik bo‘ladi. Masalan, 2002-yilda mutlaq o‘sish AQShda 110,9 mlrd dollar bo‘lsa, Mongoliyada bu atigi 125 mln dollar bo‘ldi, ya’ni AQShdan 88,8 marta kam bo‘ldi.

Nisbiy iqtisodiy o‘sish uning jadallik sur’atini bildiradi va foizda ifoda etiladi. Uni ($O‘_n$) aniqlash uchun hozirgi real YaIM hajmining o‘sishi dastlabki mahsulot hajmi bilan taqqoslanadi. Bunda $O‘_n = \frac{M_2 - M_1}{M_1} \times 100$ hosil bo‘ladi. Masalan, oldingi davrda real YaIM 630 mlrd doll, keyinchalik u 700 mlrd dollar bo‘lgan. Bunda $O‘_n = \frac{700 - 630}{630} \times 100 - 11{,}1\ \%$.

Aytilgan davrda YaIM o‘sish sur’ati 11,1 % bo‘lgan. Lekin, bu mutlaq o‘sishni emas, balki nisbiy o‘sishni bildiradi. Mamlakatning iqtisodiy salohiyatiga qarab nisbiy o‘sishning mutlaq salmog‘i turlicha bo‘ladi. Masalan, bir yerda 1 % iqtisodiy o‘sish YaIMni 5 mlrd dollarga ko‘payishini bildirsa, boshqa yerda buni 60 mlrd dollarga oshganini bildiradi. Biroq iqtisodiy o‘sish qanchalik jadal kechsa, shunchalik mamlakatning salohiyati ham oshib boradi. Buni Xitoy misolida ko‘rish mumkin. Keyingi 20 yilda bu yerdagi YaIM yiliga 8−10 % ko‘paydi. Agar 1993-yili Xitoyning iqtisodiy quvvati 630,2 mlrd dollarlik YaIM bergan bo‘lsa, 2000-yilga kelib bu ko‘rsatkich 4000 mlrd, 2012-yilda esa 10132,1 mlrd dollarni tashkil etdi. Uzoq davrdagi iqtisodiy o‘sishni kuzatsak uning sur’atlari har xil bo‘lganidan turli mamlakatlar har xil darajaga erishib, ulardan biri boy, boshqasi kambag‘al bo‘lib qolganligini ko‘ramiz (15.1-jadval).

Jon boshiga hisoblangan real YaIM bu iqtisodiyot ehtiyojini qondirishga naqadar qodir ekanligini bildiradi. Buni aniqlash uchun YaIM hajmi aholi soniga bo‘linadi. YaIM hajmi ko‘p bo‘lgani bilan, agar aholi ham ko‘p bo‘lsa jon boshiga YaIM kam bo‘ladi. YaIM hajmi kichik bo‘lgani holda aholi soni ham kam bo‘lsa, jon boshiga YaIM ko‘p bo‘lishi mumkin. Masalan, 2000-yili Xitoyda YaIM 4000 mlrd doll, Gollandiyada esa u 26,2 mlrd doll bo‘lgan. Demak, Xitoyning YaIMi Gollandiyanikidan 154 marta ko‘p. Biroq, Xitoy aholisi Gollandiyanikidan 79,9 marta ko‘p bo‘lganidan jon boshiga YaIM 6,4 marta kam. Ma’lumotlar iqtisodiy o‘sish notekis borishini ko‘rsatadi. Agar ilgarilari Angliya eng ilg‘or mamlakat bo‘lsa, keyinchalik uning o‘rnini Yaponiya, AQSh va Kanada egalladi.

15.1- jadval

Turli mamlakatlarning iqtisodiy o‘sish ko‘rsatkichlari va hozirgi iqtisodiy darajasi

Mamlakatlar	Iqtisodiy o‘sish davri	Dastlabki jon boshiga real YaIM, doll	So‘nggi jon boshiga real YaIM, doll	Iqtisodiy o‘sish sur’ati, %	Hozirgi (2010) jon boshiga real YaIM, doll
Yaponiya	1890-1990	842	16144	3,00	34790,0
Braziliya	1900-1987	436	3417	2,39	10920,0
Kanada	1870-1990	1330	17070	2,15	37280,0
Germaniya	1870-1990	1223	14288	2,07	38170,0
AQSh	1870-1990	2244	18258	1,76	47020,0
Xitoy	1870-1990	401	1748	1,71	10132,3
Meksika	1900-1987	649	2667	1,64	15010,0
Buyuk Britaniya	1870-1990	2693	13589	1,36	38540,0
Argentina	1900-1987	1284	3302	1,09	8450,0
Indoneziya	1900-1987	499	1200	1,01	2580,0
Pokiston	1900-1987	413	885	0,88	2780,0
Hindiston	1900-1987	378	662	0,65	3560,0
Bangladesh	1900-1987	349	375	0,08	1620,0

Xitoy va Hindiston ilgari orqada qolgani holda, keyingi paytda jadal o‘sa boshladi. Masalan, 2000–2010-yillarda Hindistondagi iqtisodiy o‘sish yiliga 8 %ni tashkil etdi. Xitoy har 10 yilda YaIM-ning 2 barobardan ziyod ko‘payishiga erishdi. Agar XX asrning 2-yarmida jadal o‘sish natijasida Yaponiya va Germaniya mo‘’jizasi yuz bergan bo‘lsa, XXI asr Xitoy fenomeni, mo‘’jizasi bilan boshlandi. 30 yilda (1981-2010) Xitoy YaIM hajmi 20 marta, jon boshiga 15 marta ko‘paydi. Bunday o‘sishga Angliya 200 yil, AQSh esa 150 yil deganda erishgan edi. Bu shundan darak beradiki, ilg‘or mamlakatlar abadul-abad oldinda borib, boshqalar orqada sudralib qolmaydi. Buni hozirgi iqtisodiy o‘sish ham tasdiqlaydi. Osiyodagi Koreya Respublikasi, Malayziya, Tayvan kabi mamlakatlar jadal rivojlanib, qoloqlikdan chiqa oldilar. Yevropada Norvegiya va Finlyandiya ham ilg‘orlar safiga qo‘shildi. Ulardagi YaIM o‘sishi dunyoning o‘rtacha sur’atidan ancha oshib ketdi. 2007-yil Norvegiya YaIMi jon boshiga 82480 dollar bo‘lib, bu dunyodagi eng yuqori ko‘rsatkich bo‘ldi. O‘zbekiston ham kelajakda iqtisodi rivojlangan mamlakatlar qatoridan o‘rin olish vazifasini o‘z oldiga qo‘ygan.

15.4. Iqtisodiy o‘sish omillari

Iqtisodiy o‘sish ishlab chiqarishning rivojlanishi bo‘lar ekan, bunga ta’sir etuvchi kuchlar ishlab chiqarish omillaridan boshqa narsa bo‘lishi mumkin emas. Shu sababli, bu resurslarning miqdori, sifati va ularning naqadar samarali ishlatilishiga bog‘liq bo‘ladi, chunki resurslar ishlab chiqarish omillariga aylanadi. Resurslar ko‘payganda tovarlar va xizmatlar oldingidan ko‘proq yaratiladi. Masalan, yangi yerlar ochilsa, yangi konlar, suv manbalari ishga tushirilsa, mashina-uskunalar va ishlovchilar soni ko‘paytirilsa, shubhasiz ishlab chiqarish o‘sadi. Ayni paytda ularning sifati yuqori bo‘lsa, ularni sarfiga nisbatan ishlab chiqarish tezroq o‘sadi. Agar yangi ochilgan yerda tuproqning tabiiy hosildorligi yuqori bo‘lsa, yetishtirilgan mahsulot ko‘p bo‘ladi. Ochilgan neft konidagi neft sayoz joylashgan bo‘lib, u toza bo‘lsa olingan neft mahsuloti ham ko‘p bo‘ladi. Oltin konidagi ruda tarkibida oltin hissasi ko‘p bo‘lsa, tabiiy ravishda, oltin qazib olish ko‘payadi. Korxonalarda ishlatiladigan mashina-uskunalar ko‘paytirilsa, ishlovchilar soni oshsa ham mahsulot ishlab chiqarish o‘sadi. Biroq resurslar cheklanganligidan, ularni to‘xtovsiz ko‘paytirib bo‘lmaydi. Shu sababli resurslardan tejamli foydalanib, iqtisodiyotni o‘stirish zaruratga aylanadi.

Iqtisodiy o‘sish yuz berishi uchun bozor talabiga muvofiq tovar va xizmatlarni yaratish kerak bo‘ladi. Biz bilamizki, iqtisodiy o‘sish YaIM ko‘payishini anglatadi. YaIM esa, tovar va xizmatlarning bozordagi qiymati. Agar ular sotilmasa, bozor qiymati yuzaga kelmaydi. Shu sababli bozorbop tovar va xizmatlarni yaratish iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi. Resurslar kamyob bo‘lganidan, ulardan samarali foydalanish iqtisodiy o‘sishning asosiy shartiga aylanadi, biroq tabiiy resurslarning oz yoki ko‘pligi ham o‘z ahamiyatini yo‘qotganicha yo‘q. Shu sababli Quvayt, Saudiya Arabistoni, Eron, Venesuela kabi mamlakatlarning iqtisodiy o‘sishi, ular yerining neftga boyligi bilan izohlanadi.

Agar tabiiy boylik e’tibordan qochirilsa hozirgi paytdagi iqtisodiy o‘sish omillari quyidagilardan iborat bo‘ladi:

1. **Ishlab chiqarishdagi moddiy kapital** sanalgan mashina-uskunalarning texnikaviy darajasi, ularning yuqori unum bera olishi. Agar mashina-uskunalar qanchalik mukammal bo‘lsa, shunchalik tovar va xizmatlar ko‘p yaratiladi.

2. **Inson kapitalining sifat darajasi.** Inson kapitali bu ishlovchilarning bilim darajasi, ishlash mahorati va tajribasidir. Inson kapitali moddiy kapitaldan farqli o‘laroq, moddiy shaklga ega emas, uni ko‘z bilan ko‘rib yoki qo‘l bilan ushlab bo‘lmaydi, u insonning

jismida mujassamlashgan bo'ladi, inson tirik ekan unda saqlanib qoladi. Bu kapital amalda kishilarning mehnat saviyasida ifoda etiladi. Eng mukammal texnika ham insonsiz ish bermaydi. Qayerda ish kuchi sifatli bo'lsa, shu yerda texnika yaxshi natija beradi.

3. **Ishlab chiqarishning texnologik usullari.** Bu muayyan bozor sharoitida yangi usullar bilan tovar va xizmatlarni yaratib, ularni o'z vaqtida bozorga yetkazishni talab qiladi. Texnologik novatsiya (yangilanish) qanchalik tez borsa, boshqa shart-sharoitlar o'zgarmagan taqdirda ishlab chiqarish shunchalik tez o'sadi, chunki mehnat unumdorligi yuksalib, vaqt birligida yaratilgan tovar va xizmatlar ko'payadi. Milliy iqtisodiyot darajasi texnologik novatsiyaga to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi.

4. **Investitsiyalar miqdori va tarkibi.** Ishlab chiqarish investitsiyasi – bu ishlab chiqarishni kengaytirish uchun yuborilgan moddiy va pul mablag'laridir. Iqtisodiy o'sish investitsiya miqdoriga to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi. Biroq, bu investitsiya yangi texnologiyalarga va kerakli sohalarga yuborilganda yuz beradi. Investitsiya kapitalning jamg'arilishini bildiradi va bu YaIM muayyan qismini qaytadan ishlab chiqarishga joylashtirilganda yuz beradi. Investitsiyaning YaIMdagi hissasi **investitsiya normasi,** deb ataladi. Agar YaIM 560 mlrd dollar bo'lib, investitsiya miqdori 112 mlrd dollar bo'lsa, investitsiya normasi 20 % bo'ladi, chunki $Y_n = \frac{Y}{M} \times 100$, $MY_n = \frac{112}{560} \times 100 = 20\ \%$ hosil bo'ladi. Investitsiya o'z yo'nalishi jihatidan 2 turga bo'linadi:

a. **Moddiy kapitalga investitsiya** – bu ishlab chiqarishning moddiy omillarini ko'paytirish va takomillashtirishga yuboriladi.

b. **Inson kapitaliga investitsiya** – bu kishilarning bilim darajasi va mehnat malakasini oshirishga, sog'ligini ta'minlashga yuboriladi.

Investitsiya cheksiz oshib borishi mumkin emas, chunki buning o'z chegarasi bor va bu mamlakatning iqtisodiy salohiyatiga qarab har xil bo'ladi. Iqtisodiyotda shunday qonuniyat borki, unga ko'ra investitsiya normasi iqtisodiyot darajasiga teskari mutanosiblikda bo'ladi. Agar investitsiya normasini *i,* deb qabul qilsak, $i_1 > i_2 > i_3 > ... > i_p$ kelib chiqadi. Buni rivojlangan mamlakatlar tajribasi tasdiqlaydi. Bu mamlakatlarda XX asr o'rtalarida ishlab chiqarishga investitsiya qilish normasi 20–25 % bo'lsa, XXI asr boshlariga kelib bu ko'rsatkich 14–16 %ga tushib qoldi. Ammo, investitsiyalarning mutlaq hajmi o'sadi, chunki YaIM miqdori oshib boradi. Natijada, investitsiya o'simining har bir foizining miqdori ko'payadi. Iqtisodiyotda **investitsiya multiplikatori** degan narsa bor, bunga ko'ra,

qo'yilgan investitsiya miqdorining o'sishiga nisbatan YaIMning miqdori tezroq ko'payadi. Multiplikator investitsiya o'simiga (ΔY) nisbatan YaIM qanday o'sganligini (ΔM) bildiradi, ya'ni bu $\frac{\Delta M}{\Delta Y}$ demakdir. Iqtisodiyot rivojlanishi bilan investitsiyaning bu ishga qo'shgan hissasi ortib boradi. Investitsiya birligining iqtisodiy o'sishdan iborat natijasi ortib borishi uchun, u iqtisodiyotning ilg'or sohalariga yuborilib, yangi texnologiyani joriy etishga qaratilishi kerak. Bu investitsiyalarning novatsiyalarga, ya'ni yangilikni joriy etishga yuborilishini bildiradi. Shundagina **multiplikatsiya samarasi** ortib boradi, ya'ni investitsiya birligiga hisoblangan iqtisodiy o'sish tez boradi. Agar investitsiya eski sohalarga qo'yilib, eski texnologiyaga qaratilsa samara bermaydi, chunki tovar va xizmatlar miqdori resurs sarfiga nisbatan tez o'smaydi va eng muhimi eski sohalarda yaratilgan mahsulotlarga talab bo'lmay, ular sotilmay qoladi, natijada mahsulot va xizmatlarning bozor qiymati pasayib, iqtisodiyot orqaga ketadi. Agar investitsiyalar novatsiyaga yuborilsa, iqtisodiyot tez o'sadi, chunki bular bozorda talab bor tovarlarni yangi yuksak unumli texnologiyaga tayanib ishlab chiqarilishini bildiradi.

Investitsiya ishlab chiqarish omillarining sifatini oshirgan taqdirda ishlab chiqarish funksiyasini kuchaytiradi, bu esa biz oldingi boblarda ko'rganimizdek ishlab chiqarish hajmini uning omillariga bog'liqligini ko'rsatadi. Agar mahsulot hajmini Q_m, mehnat miqdorini U, moddiy kapital miqdorini K, inson kapitalini C, mahsulot yaratishning ishlab chiqarish omillariga bog'liqligini E, texnologiya samarasini A deb olsak, $\Delta Q=AE$ (ΔY, ΔK, ΔC) hosil bo'ladi. Investitsiya barcha ishlab chiqarish omillarini bir-biriga bog'liq holda takomillashtirgan taqdirda, jadal iqtisodiy o'sish yuz beradi. Biroq, bu yerda iqtisodiy o'sishni iqtisodiyot darajasiga teskari mutanosiblikda bog'lanishi bor. Agar iqtisodiy daraja qanchalik past bo'lsa, boshqa shart-sharoit bir xil bo'lganda, shunchalik investitsiya beradigan iqtisodiy o'sish jadal boradi. Masalan, mahsulot miqdori Q=120 bo'la turib investitsiya tufayli yangidan 12 ta mahsulot yaratilsa, iqtisodiy o'sish 10 % ($\frac{12}{120} \times 100 = 10\ \%$) bo'ladi.

Agar Q=6000 bo'la turib, yangidan 180 ta mahsulot ishlab chiqarilsa, iqtisodiy o'sish 3 % ($\frac{180}{6000} \times 100 = 3\%$) bo'ladi.

Bunda ishlab chiqarish hajmi 120<6000 bo'lgani holda, 10 %> 3 % kelib chiqadi. Investitsiyalar yetarli bo'lganda dastlabki iqtisodiy darajasi past mamlakatlar bu yuqori bo'lgan mamlakatlarga nisbatan

jadalroq rivojlanadi. Bunday hodisaning tagida qo‘shimcha kapital daromadligining pasayib borishi yotadi.

Bir ishlovchiga to‘g‘ri keladigan kapital miqdori qanchalik ko‘p bo‘lsa, investitsiya tufayli qo‘shimcha kiritilgan kapital shunchalik mahsulot o‘simini kam beradi. Agar bu ko‘rsatkich qanchalik kam bo‘lsa, iqtisodiy o‘sish shuncha ildam boradi. Bu mehnat unumdorligi darajasining o‘zgarishi bilan bog‘liq. Yuksak unumdorlik bor yerda uni o‘stirish qiyin bo‘ladi. Unumdorlik past yerda kichik miqdordagi investitsiya ham iqtisodiy o‘sishni tezlatadi, chunki darajasi past joyda unumdorlikni darajasi yuqori joydagiga nisbatan ko‘tarish yengil bo‘ladi. Biroq investitsiyani moddiy kapitalga yuborish bilan cheklanib bo‘lmaydi, chunki iqtisodiy o‘sish uchun inson kapitali ham takomillashib borishi kerak.

5. **Ta’lim darajasi.** Iqtisodiy o‘sish yuz berishi uchun moddiy va inson kapitalining mukammalligi bir-biriga mos bo‘lishi talab qilinadi. Buning uchun ishlab chiqarishning texnologik darajasiga ish kuchining sifati mos tushishi kerak, aks holda yangi texnologiyadan unumli foydalanib bo‘lmaydi. Shu o‘rinda ta’lim darajasini ko‘tarish iqtisodiy o‘sish omiliga aylanadi. Ta’lim darajasi kishilarning bilim olish vaqti nechog‘li uzun bo‘lishiga va eng muhimi olingan bilimning chuqur bo‘lishiga bog‘liq. AQShda bir yil davomida olingan bilim keyinchalik shu o‘qigan kishining ish haqini 10 % oshiradi, chunki bu unumdorlikning ortishiga olib keladi. Bilimdonlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, shunchalik ilmiy kashfiyot va texnologik ixtiro ko‘p bo‘ladi. Ular ishlab chiqarishga kirib borib, mehnat unumdorligini oshiradi. Ilg‘or mamlakatlarda mehnat unumdorligi o‘sishining texnologik yangiliklar beradi. Yangiliklar ommaviylashgan sari iqtisodiy o‘sish tezlashadi. Masalan, Koreya Respublikasidagi texnologik yangiliklarning ko‘pchiligini AQSh va Yaponiyada o‘qib kelgan olimlar va mutaxassislar yaratgan, ular ishlab chiqarishga joriy etilib, jadal iqtisodiy o‘sish yuz bergan. XXI asr yangi texnologiyalar asri bo‘ladi, shu bois iqtisodiy o‘sishda ta’lim rolining yanada kuchayishi kutiladi.

6. **Iqtisodiy erkinlik darajasi.** Bu bozor kuchlarining erkin amal qilishini va iqtisodiyotga ta’sirini bildiradi. Erkinlikning poydevorini xususiy mulk tashkil etadi. Shu bois, mulkning dahlsizligini, uning o‘z egasi manfaati yo‘lida ishlatilishini qonunchilik asosida ta’minlash iqtisodiy o‘sishning sharti hisoblanadi. Shu sababli mulkiy huquq himoya qilingan bo‘lishi zarurat hisoblanadi. Mulk sohibi undan o‘z bilganicha erkin foydalanib, daromad chiqarib olishi kerak. Shundagina u tashabbus ko‘rsatib iqtisodiy o‘sishga hissa qo‘shadi.

7. **Iqtisodiyotning ochiqligi.** Bu milliy iqtisodiyotni o‘zgalar uchun ochiq bo‘lishini, bu yerga tashqaridan resurslarning erkin kirib kelishini, eksport va importning kengayib borishini anglatadi. Ochiq iqtisodiyot sharoitida resurslar, jumladan chet el kapitali ishlab chiqarishning kerakli sohalariga yuborilib, ular rivojini tezlashtiradi, bu bilan YaIMning ko‘payib borishini ta’minlaydi. Ochiq iqtisodiyot tashqi savdoning afzalligidan foydalanishga sharoit yaratadi. Biroq, buning uchun transport kommunikatsiyasi rivojlangan bo‘lishi kerak. Shu sababli suv yo‘li bilan jahon bozoriga chiqa oladigan mamlakatlarda iqtisodiy o‘sishga erishish nisbatan yengil bo‘ladi. Ilg‘or «Osiyo arslonlari» mamlakatlari qulay suv yo‘llari orqali jahon bozoriga qo‘shilib iqtisodiyotning yuqori marralariga yetib olishdi. Quruqlik bilan o‘ralib, suv yo‘li bilan chetga chiqa olmagan mamlakatlarda ochiq iqtisodiyotning afzalligidan foydalanish muammo bo‘lib qoladi.

8. **Xalqaro bozordagi holat**. Bu tashqi bozor konyunkturasi bo‘lib, bu yerda narxlarni pasayib va oshib turishi eksporti katta mamlakatlardagi iqtisodiy o‘sishga ta’sir etadi. Eksport tovarlari narxi oshsa YaIM hajmi ortadi. Bordi-yu, ular pasaysa, YaIM hajmi ham qisqaradi. Masalan, 2003–2005-yillarda jahon bozorida neft narxining shiddat bilan o‘sishi uni eksport qiluvchi mamlakatlar iqtisodiy o‘sishiga katta hissa qo‘shdi.

9. **Demografik vaziyat.** Iqtisodiy o‘sish jon boshiga hisoblangan YaIM ning ko‘payishini bildirar ekan, bu aholining soniga ham bog‘liq bo‘ladi. YaIM jon boshiga ortib borishi uchun, ishlab chiqarish aholi soniga nisbatan tezroq o‘sib borishi zarur. Agar aholi 2 % o‘sib, ishlab chiqarish 5 % o‘ssa, jon boshiga YaIM 3 %ga ortadi. Aholi o‘sishining sustlashuvi iqtisodiy o‘sishga ko‘mak bersa, uning tez o‘sishi aks natijaga keltiradi. Shu bois, iqtisodiy o‘sishga erishish uchun aholining o‘sishi tartiblanib turishi talab qilinadi.

Iqtisodiy o‘sishning omillari bir xil amal qilmaydi, shu vajdan ular iqtisodiyotga har xil hissa qo‘shadi. Ularning aksariyat qismi mehnat unumdorligini oshirish orqali iqtisodiyotni rivojlantiradi.

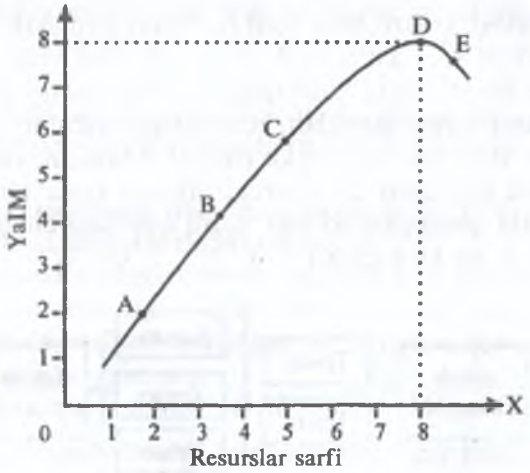
15.5. Iqtisodiy o‘sish turlari

Iqtisodiy o‘sish unga turli omillar ta’siriga qarab har xil kechadi. Iqtisodiy o‘sishning 3 turi mavjud, bular resurstalab, resurstejam va aralash usullar. Ulardan har birini ko‘rib chiqamiz.

Resurstalab o‘sish yuz berganda YaIM ishlab chiqarishga qo‘shimcha resurslarni jalb etish hisobidan ko‘payadi. Bu usul tabiatan

ekstensiv bo‘lib, ko‘p sarflab, ko‘p ishlab chiqarishni bildiradi. Bunda iqtisodiy o‘sishning miqdoriy omillari harakatga keladi, ya’ni yangi yerlar va konlar ochiladi, yangi zavod-fabrika va sexlar quriladi, ishlab turgan stanoklar, ishchi va xizmatchilar soni ortadi, xomashyo, yoqilg‘i va elektroenergiya sarfi ko‘payadi, biroq mehnat unumdorligi oshmaydi, mahsulot birligining sarfi kamaymaydi. Resurslar sarfiga mos ravishda YaIM o‘sadi. Masalan, resurslar sarfi 10 % ortsa, mahsulot ham shunchaga ko‘payadi.

Bu usul resurs sarfini ko‘paytirishni talab qilganidan iqtisodiy o‘sish oxir-oqibatda resurslarning kamyobligiga borib taqaladi. Shu sababli, bu usul tabiatan istiqbolli hisoblanmaydi. Aksincha bu usul tabiat va uning boyligini avaylab ishlatish, uning resurslaridan ehtiyotkorlik bilan foydalanish, ekologik muhitni himoya qilish talablariga javob bermaydi. Bu usul ustuvor bo‘lganda ishlab chiqarish uzoqqa bormaydi, chunki resurslar tugallanishiga qarab u qisqaradi. Buni chizmadan ham ko‘rsak bo‘ladi (15.2-rasm).



15.2-rasm. **Resurstalab iqtisodiy o‘sish**

Chizmadan shuni ko‘rish mumkinki, resurslar sarfiga mos ravishda YaIM ko‘payib borgan. A nuqtada 2 birlik resurs sarfiga 2 birlik YaIM olingan.

D nuqtada 8 birlik resurs 8 birlik mahsulot bergan. Shunga qadar AD oralig‘ida YaIM ortib borgan. Quyilashgan yoysimon chiziq DE oralig‘ida YaIM kamayishga moyil bo‘lgan, chunki resurslar yetishmasligi hosil bo‘lgan. Resurstalab usul amal qilganda resurslar sifati o‘zgarmaydi, deb faraz qilsak, YaIM o‘simi resurs sarfi

o‘simiga teng bo‘ladi. Resurstalab usul ehtiyojlarni to‘laroq qondirishga qodir bo‘lmaydi. Shu sababli resurstejam iqtisodiy o‘sish zaruratga aylanadi.

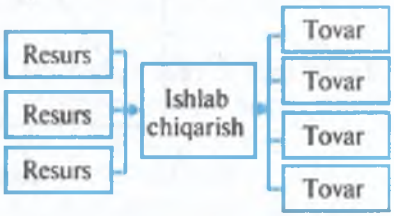
Resurstejam usul iqtisodiy o‘sishni resurslarni tejab-tergab ishlatish, tovar va xizmatlar birligiga ketadigan sarf-xarajatlarni kamaytirisb orqali ta’minlanishini bildiradi.

Bu usul birinchidan, tovar va xizmatlarning miqdoran ko‘payishini, ikkinchidan, ular sifatining yaxshilanib borishini taqozo etadi. Biroq bunday natijaga resurslarni samarali ishlatish orqali erishiladi, ya’ni resurs birligini ishlatishdan ko‘proq va sifatliroq mahsulot olinadi. Masalan, qishloq xo‘jaligida 1 gektar yerdan oldin 25 sentner hosil ko‘tarilgan bo‘lsa, keyinchalik 30 sentner ko‘tariladi. Sanoatda 1 tonna metalldan 2 ta stanok ishlab chiqarilgan bo‘lsa, metall tejam texnologiya qo‘llangandan so‘ng 3 ta stanok yaratiladi.

Biroq resurstejam ishlab chiqarish resurslar sarfi yil sayin mutlaq qisqarib boradi, ya’ni ishlatiladigan stanoklar soni, xomashyo, energiya miqdori, ishlovchilar soni hademay kamayib boradi degan gap emas. Aholi soni ko‘payadi, uning ehtiyoji yuksaladi. Bu esa resurslarning ko‘payishini talab qiladi. Biroq hamma gap shundaki, resurslar tejamli ishlatilganidan, resurslarga nisbatan ulardan olingan tovar va xizmatlar tezroq ko‘payadi. Masalan, resurslar 10 % ortsa, tovar va xizmatlar 20 % ortadi. Bunda tovar birligiga ketgan sarf ikki marta qisqargan bo‘ladi. Buni quyidagi chizmada ko‘rish mumkin (15.3- va 15.4-rasm).



15.3-rasm. **Resurstalab o‘sish**



15.4-rasm. **Resurstejam o‘sish**

Rasmlardan xulosa chiqarsak, birinchi holda resurs miqdoriga tovar miqdori teng bo‘lgan (2=2), ikkinchi holda tovar miqdori resurs miqdoridan ko‘p bo‘lgan (4>3), demak bunda resurs birligidan olingan tovar ko‘p, chunki tovar birligiga ketgan resurs sarfi qisqargan. Birinchi holda bitta tovarga 1 birlik resurs ketsa (2/2=1), ikkinchi holda bir tovarga 0,75 birlik (3/4=0,75) resurs ketgan. Demak, resurs sarfining qisqarishini mutlaq emas, balki nisbiy, deb qarash kerak.

Iqtisodiy o'sishning ikki usulidan faqat bittasi amal qiladi, deb o'ylash noto'g'ri. Bir vaqtning o'zida har ikkala usul ham birgalikda amal qiladi, lekin ulardan biri ustuvor bo'ladi. Mana shunda iqtisodiy o'sishning **aralash usuli** kelib chiqadi. Aralash usul bo'lganda iqtisodiy o'sish ham resurslarning ko'payishini, ham ularning tejalishini, yuqorida aytganimizdek resurslar sarfiga nisbatan tovar va xizmatlar ko'proq yaratilishini bildiradi. Hozirgi iqtisodiyotda ayrim usul sof holda uchramaydi, shu sababli ikki usul qorishmasi bo'lgan aralash usul amalda bo'ladi. Shu sababli, qaysi usulning ustuvorligini bilish ahamiyatli, chunki shunga qarab iqtisodiy o'sishning samarali yo'lini belgilash mumkin bo'ladi. U yoki bu usulning iqtisodiy o'sishga ta'sirini bilish uchun ishlovchilar sonining ortishi yoki mehnat unumdorligi ortishi hisobidan YaIM o'simining qanday qismi olinganligini bilish kerak. Faraz qilaylik YaIM 10 mlrd dollarga ko'paydi. Shundan 4 mlrd ishlovchilar sonining ko'payishi hisobidan, 6 mlrd mehnat unumdorligining ortishi hisobidan bo'ldi. Demak, bu yerda resurstejam usul ustuvorlik qiladi, chunki mehnat unumdorligi hisobidan iqtisodiy o'sishning 60 foiziga erishildi. Hozirgi iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda iqtisodiy o'sishning 70–80 foizi mehnat unumdorligi hisobidan bo'ladi. Demak, bu yerda iqtisodiy o'sishning resurstejam yoki intensiv usuli ustuvorlik qilgan.

Resurstejam iqtisodiy o'sishning asosiy sharti – bu milliy iqtisodiyotdagi mehnat unumdorligini oshirishdir.

Milliy iqtisodiyotdagi mehnat unumdorligi butun jamiyatdagi mehnatning unumdorligi bo'lib, moddiy va nomoddiy ishlab chiqarishda band bo'lganlarning har biri o'rtacha qanday summada YaIM yaratganligini bildiradi.

Buni (U) aniqlash uchun YaIM qiymati (M) ishlovchilar soniga (N) bo'linadi. Bunda $U = \frac{M}{N}$ hosil bo'ladi. Agar muayyan mamlakatda ishlovchilar 12 mln nafar bo'lib, ular bir yilda 600 mlrd dollarlik tovar va xizmatlar yaratishgan bo'lsa, milliy iqtisodiyot darajasidagi mehnat unumdorligi 50 ming $\left(U = \frac{600 \text{ mlrd}}{12 \text{ mln}} = 50 \text{ ming}\right)$ dollarni tashkil etadi.

Milliy iqtisodiyotdagi mehnat unumdorligi barcha korxonalar va sektorlardagi unumdorlikning hosilasi, natijasi bo'ladi. Shu sababli, bunga turli sohalar har xil hissa qo'shadi. Bir yerda unumdorlik past bo'lgani holda (masalan, qishloq xo'jaligida), boshqa yerda u yuqori bo'lsa, masalan, yengil sanoatda, yana boshqa yerda masalan, elektronika sanoatida u yanada yuqori bo'ladi.

Natijada, mehnatning milliy unumdorligi ortib boradi. Shu sababli iqtisodiyotdagi strukturaviy (tarkibiy) siljishlar yoki **restrukturizatsiya** iqtisodiy o'sish uchun ahamiyat kasb etadi. Bunda ishlab chiqarishning yangi zamonaviy tarmoqlari jadal o'sadi. Ular bozorbop tovarlarni ham xarajat qilgani holda ishlab chiqaradilar. Natijada, YaIM tez o'sadi va bu ishda mehnat unumdorligi birlamchi o'rin tutadi.

15.6. Iqtisodiy o'sish samaradorligi

Iqtisodiy resurslar cheklanganligidan ehtiyojlarni to'laroq qondirib farovon yashash uchun iqtisodiyotning samaradorligini oshirish kerak. Iqtisodiyotning o'sish **samarasi** – uning bergan pirovard natijasi bo'lib, bu YaIM qanchaga ko'payganini bildiradi. Masalan, AQShning YaIMi 2000-yili 34,3 trillion dollar bo'lsa, 2001-yilga kelib 34,9 trillion dollarga yetdi. Demak, iqtisodiy o'sish 600 mlrd dollarni tashkil etdi. Mana shu iqtisodiy o'sish samarasi, lekin bu iqtisodiy o'sish qanchaga tushganini bildirmaydi. Buni bilish uchun olingan natija qilingan sarflar bilan qiyoslanishi kerak. Shunda iqtisodiy o'sishning samaradorligi kelib chiqadi.

Iqtisodiy o'sishning samaradorligi – bu o'sishga qanday sarflar bilan erishilganligi bo'lib, YaIM o'simini sarflar o'simi bilan taqqoslash orqali aniqlanadi.

Iqtisodiy o'sish samaradorligi – bu makroiqtisodiy faoliyatning natijasi hisoblanadi. Uni (S) aniqlash uchun YaIM o'simi (ΔM) sarflar o'simi (ΔW) bilan nisbatlanadi. Bunda $S = \frac{\Delta M}{\Delta W}$ hosil bo'ladi.

Eng avval shu o'simni aniqlash kerak. Buning uchun shu yilgi YaIM dan (M_2) oldingi yildagisi (M_1), shu yilgi xarajatlardan (W_2) oldingi yildagisi (W_1) ayirib tashlanadi. Bunda M_2-M_1 va W_2-W_1 hosil bo'lib, ular ayirmasi o'simni bildiradi. Masalan, muayyan mamlakatda shu yili YaIM 550 mlrd dollar bo'lsa-yu, oldingisi 500 mlrd dollar bo'lsa, uning o'simi 50 mlrd dollarga (550–500=50) teng bo'ladi. YaIM yaratish uchun shu yil 475 mlrd dollar, oldingi yili esa 450 mlrd dollar sarflangan bo'lsa, sarflar o'simi 25 mlrd dollar (475–450=25) bo'ladi. Buni yuqoridagi formulaga tushirsak, $S = \frac{50}{25}$ kelib chiqadi. Demak, sarf birligi 2 birlik YaIM o'simini bergan. Demak, iqtisodiyot yuksak darajada samarador bo'lgan. Bordi-yu bu ko'rsatkich keyinchalik 2,2 bo'lsa samaradorlik oshgan (2,2>2), agar 1,8 bo'lsa, samaradorlik pasaygan (1,8<2,0) bo'ladi.

Ishlab chiqarishdagi sarflar – bular resurslarning sarflari hisoblanadi. Bular mehnat, moddiy-ashyoviy kapital va informatsiya sarflaridan tashkil topadi. Bular birgalikda YaIMning sarflar sig'imini hosil qiladi. Sig'im YaIM qanday sarflar bilan yaratilganligini bildiradi. Buni YaIM birligiga ketgan xarajatlar ifodalaydi (15.5-rasm).



15.5-rasm. **YaIM xarajat sig'imi**

Mehnat sig'imi YaIM birligini yaratish uchun sarflangan ish haqi va mukofotlar sarfini, moddiy-ashyoviy sig'im xomashyo, yoqilg'i, materiallar sarfini, kapital sig'im mashina-uskunalar va bino-inshootlar sarfini va nihoyat informatsion sig'im informatsiyani topish va ishlatish sarflarini bildiradi. Bu sarflar qanchalik kam bo'lsa, shunchalik YaIM xarajatlar sig'imi past bo'ladi, binobarin samaradorlik ham yuqori bo'ladi. Samaradorlikni aniqlashda, demak, sarflar va natijalar taqqoslanadi. Bu qanday sarf evaziga qanday natija olinganligini anglatadi. Muayyan paytda sarflar samaradorlikka har xil yo'nalishda ta'sir etishi mumkin. Ulardan biri samaradorlikni oshirsa, boshqasi uni o'zgartirmaydi, yana boshqasi hatto uni pasaytirishi ham mumkin. Demak, sarflar natijasi farqlanadi. Biroq nima bo'lganda ham natija jami sarfdan ortiq bo'lishi kerak aks holda iqtisodiyot rivojlanmaydi. Samaradorlikni oshirish uchun mehnat, moddiy-ashyoviy, kapital va informatsiya sig'imini pasaytirish talab qilinadi. Bunga ishlab chiqarish omillaridan to'laroq foydalanish orqali erishiladi.

15.7. Samaradorlikning ijtimoiy ahamiyati

Samaradorlik iqtisodiy farovonlikni oshirishga xizmat qiladi. Bu uning ijtimoiyligidir.

Iqtisodiyotda shunday qoida borki, unga ko'ra kishilarning iqtisodiy farovonligini, ular tovar va xizmatlarni naqadar darajada yarata olishi belgilab beradi.

Kishilar o'z mehnati bilan yaratgan ne'matlarni iste'mol qiladilar. Agar bundan ortiq iste'mol qilinsa, to'plangan milliy boylik yeb yuboriladi yoki mamlakat tashqi qarzga botib qoladi. Ayni paytda iqtisodiyotni kelajakda rivojlantirish uchun investitsiya

yetishmay qoladi, chunki iste'mol ko'pligidan jamg'arma hosil bo'lmaydi.

Shu bois, turmush farovonligi iqtisodiyotning samaradorligiga bog'liqdir. Agar jamiyat qanchalik kam sarflagan holda ko'p ishlab chiqarsa, shunchalik kishilar farovon yashaydilar. Hozir dunyodagi mamlakatlarda farovonlikning jiddiy farqlanishini iqtisodiyot samaradorligining turlicha bo'lishi yuzaga keltiradi. Boy mamlakatlarda samaradorlik yuqori bo'lganidan turmush farovonligi yuksak. Kambag'al mamlakatlarda aksincha, samaradorlik past bo'lganidan turmush darajasi ham past.

Aholining farovonligini oshirib rivojlangan mamlakatlardagidek farovon hayotga erishish uchun samaradorlikni muttasil ko'tarish zarur.

15.8. Yalpi ichki mahsulotning ishlatilishi

Jamiyatning mehnati bilan yaratilgan YaIM, birinchidan, aholi iste'molini qondirishga, ikkinchidan, kelajakda iqtisodiyotni rivojlantirish uchun sarflanadi. U taqsimlanganda turli qismlarga ajratiladi.

1. **Iste'mol fondi**. Bu har yilgi iste'molni qondirishga ketadigan qism bo'lib, bu birinchidan xususiy, ikkinchidan **davlat** iste'moli uchun xizmat qiladi.

2. **Yalpi jamg'arma fondi**. Bu iqtisodiyotni o'stirishga yuboriladi.

YaIM asosiy qismi **xususiy** iste'molga yuboriladi va bu xonadonlar hamda firmalar iste'molidan iborat bo'ladi. Hozir yer yuzida xususiy iste'mol YaIM ning 2/3 qismini tashkil etadi. Xonadon iste'moli uning joriy ehtiyojini qondirishga qaratiladi. Bu ishlovchilarning ish qobiliyatini tiklash, uni rivojlantirish, bolalarni boqib tarbiyalash uchun ketadi. Uning hisobidan xonadonda inson kapitalini investitsiyalash ham yuz beradi. Firmalarda **iste'mol** bu resurslar iste'moli bo'ladi, ya'ni YaIMning mashina-uskuna, xomashyo, yoqilg'i va turli materiallardan iborat qismi ishlab chiqarishda ishlatiladi.

Davlat **iste'moli** – bu davlat idora va tashkilotlari iste'moli bo'lib, ijtimoiy ne'matlarni, ya'ni birgalikda iste'mol qilinadigan xizmatlarni yaratishga qaratiladi. Bu amalda ijtimoiy sektordagi iste'mol hisoblanadi, chunki bu sektor davlat tasarrufida turadi. Davlatning turli idora, tashkilot va mahkamalarida YaIMning ham resurslardan, ham iste'mol buyumlaridan, ham qurol-aslahadan iborat qismi ishlatiladi. Turli iste'mol va jamg'armaning YaIMdagi

hissasi o‘zgarib turadi. Bu har bir mamlakatning taraqqiyot darajasiga, davlatning ijtimoiy siyosatiga bog‘liq bo‘ladi. Qayerda davlat o‘z zimmasiga katta ijtimoiy majburiyatlarni olsa, shu yerda davlat iste’moli ko‘p bo‘ladi. O‘zbekistonda ham shunday. Bu yerda davlat aholini ijtimoiy ne’matlar bilan kanda qilmay ta’minlab turishni, xususan bilim berish, sog‘liqni saqlash, obodonchilik ekologiyani himoya qilish, huquq-tartibotni saqlash kabi xizmatlarni o‘z zimmasiga olgan. Shu bois, O‘zbekistonda davlat iste’molining YaIMdagi hissasi ancha katta. Biroq aholi daromadi oshib, u bir qator ijtimoiy xizmatlarni o‘zi sotib ola bilgani sari mazkur hissa kamayishga moyil bo‘ladi.

Yalpi jamg‘armani YaIM ning bir qismi hosil qiladi. Bu qismning hissasi mamlakatning iqtisodiy qudratiga bog‘liq. YaIM qanchalik ko‘p yaratilsa, shunchalik u iste’moldan ko‘proq ortib qolib jamg‘arma hosil qiladi. Jamg‘armaning bir qismi aholi va firmalarniki, ikkinchi qismi davlatniki bo‘ladi. Aholi jamg‘armasi banklar va moliya bozori orqali investitsiyaga yuboriladi, bundan ortiq qismi uning qo‘lida saqlanadi. Firmalar jamg‘armasi investitsiyalash orqali ularning asosiy va aylanma kapitalini ko‘paytirishga sarflanadi. Davlat jamg‘armasi uning iste’molidan ortib qolgan mablag‘i bo‘lib, hukumatning turli rezervlarini hosil qiladi.

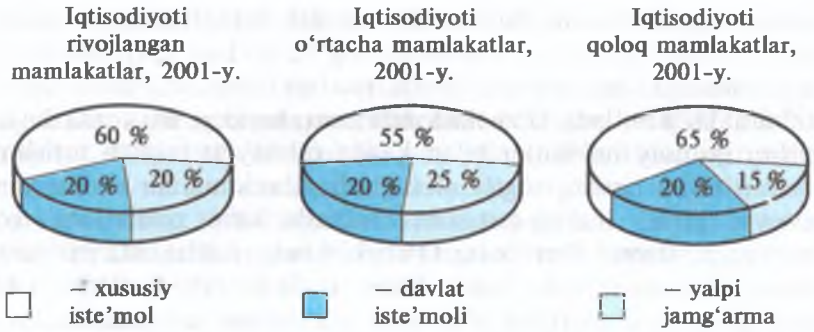
Jamg‘arma tarkibida **qarz fondi** bo‘ladi, bu xonadon, firma va davlat ixtiyorida turadi. Bu fondning puli bir yerda xarajat bo‘lsa, boshqa yerda daromad hosil qiladi. Davlat olgan qarzini to‘laganda u xarajat qiladi, biroq bu qaytarib berilgan chog‘da qarz bergan xonadon va firmalar uchun daromad bo‘ladi. Firmalar va banklar aholiga qarz berganda xarajat qilsalar, bu xonadonlar uchun daromad bo‘ladi.

YaIM qiymatini soliqlar orqali davlat daromadiga aylangan qismi qarz fondini hosil qilganda u 2 qismga ajratiladi:

1. **Ichki qarz fondi.** Bu turli firmalarga davlat krediti shaklida beriladi.

2. **Tashqi qarz fondi**. Bu boshqa mamlakatlarga qarz berish va tashqaridan olgan qarzning o‘zini uzish va uning foizlarini to‘lash uchun sarflanadi. Tashqi qarz qanchalik ko‘p bo‘lsa, bu qismning YaIM dagi hissasi shunchalik katta bo‘ladi va aksincha.

YaIMning turli yo‘nalishlarda ishlatilishi dunyo mamlakatlarida farqlanadi. Bir yerda iste’mol fondi hissasi katta bo‘lsa, boshqa yerda jamg‘arishning hissasi ko‘proq bo‘ladi. Bir yerda davlat iste’moli ko‘proq bo‘lsa, boshqa yerda u kichikroq bo‘ladi. Bunday farqlarni keltirilgan chizmadan ham payqab olish mumkin (15.6-rasm).



15.6-rasm. **Dunyo mamlakatlarida YaIM ishlatilishi**

Xulosalar

1. Milliy iqtisodiyot muayyan mamlakat chegarasi doirasidagi iqtisodiy faoliyat bo'lib, milliy resurslar va an'analarga tayanadi, milliy manfaatlarga xizmat qiladi. Milliy mustaqillikning moddiy asosi hisoblanadi, mazmunan makroiqtisodiyotni tashkil etadi.

2. Makroiqtisodiy oborot (aylanma harakat) bir-biri tomon harakat qiluvchi tovarlar, xizmatlar va pul oqimi bo'lib, bu real va pul sektori oralig'ida kechadi, bunda xonadonlar, firmalar va davlat ishtirok etadi. Uning natijasida real YaIM yaratiladi, taqsimlanadi va ishlatiladi. YaIM muayyan paytda yaratilgan jamiki tovar va xizmatlarning bozor qiymati bo'ladi.

3. YaIMning ko'payishi iqtisodiy o'sishni bildiradi. Bunga resurslar miqdori, ularning sifati va texnologiya darajasi ta'sir etadi. Uning omillari jismoniy va insoniy kapital, texnologiya usullari, investitsiyalar, ta'lim darajasi, iqtisodiyotni naqadar erkinligi darajasi, iqtisodiyotning ochiqligi, xalqaro bozor konyunkturasi (holati) va demografik vaziyatdir. Bular iqtisodiy o'sishga turli va hatto qarama-qarshi yo'nalishda ta'sir etadi.

4. Iqtisodiy o'sishning 3 turi mavjud, bular resurstalab, resurstejam va aralash usullardir. Birinchi holda o'sish resurslarni ko'paytirish hisobidan, ikkinchi holda ularni tejab ishlatish hisobidan, uchinchi holda o'sish ham resurslarni ko'paytirish, ham ularni tejash natijasida yuz beradi. Hozirgi iqtisodiyotga aralash usul xos, lekin usullardan birining ustuvorligi mavjud bo'ladi.

5. Iqtisodiy o'sishning samarasi uning pirovard natijasidir. Uning samaradorligi esa mazkur natijaning xarajatlar bilan qiyoslanishidir, bu nima sarflab, nimaga erishilganligini bildiradi. Bu

samaradorlikni aniqlash uchun yalpi ichki mahsulot o'simi xarajatlar o'simiga nisbatlanadi. Bu bilan xarajat birligiga olingan natija ma'lum bo'ladi. Bu natija ko'paysa samaradorlik oshgan bo'ladi, u kamaysa aksi yuz beradi. Samaradorlikning ijtimoiy jihati – bu farovonlikning oshishidir.

6. Yalpi ichki mahsulot pirovard natijada xususiy iste'mol va davlat iste'moliga yuboriladi va yalpi jamg'armani hosil qiladi. Jamg'armani xonadonlar, firmalar va davlat hosil qiladi. Bu qismlarning nisbati milliy iqtisodiyotning taraqqiyot darajasiga bog'liq bo'ladi.

Tayanch tushunchalar

Milliy iqtisodiyot; makroiqtisodiy oborot; iqtisodiyotning real sektori; iqtisodiyotning pul sektori; yalpi ichki mahsulot (YaIM); nominal YaIM; real YaIM; iqtisodiy o'sish; iqtisodiy o'sish omillari; iqtisodiy o'sish turlari; iqtisodiy o'sish samaradorligi; xususiy iste'mol; davlat iste'moli; yalpi jamg'arma.

XVI bob. IQTISODIY BEQARORLIK

16.1. Umumiqtisodiy muvozanatlar

Iqtisodiyot bir maromda rivojlanishi uchun uning turli tomonlari o'rtasida muvofiqlik bo'lishi talab qilinadi va buni ular o'rtasidagi uzviy aloqalarning mavjudligi taqozo etadi. Muvofiqlik **muvozanat,** deb yuritiladi, uning sifatli va miqdoriy jihatlari mavjud. Sifat jihatidan muvozanat iqtisodiyot turli jihatlarining hamohang, bir-biriga mos bo'lishini bildiradi. Miqdoriy jihatdan qaralganda muvozanatning ma'lum hisob-kitobi bor, ko'rsatkichlari mavjud. Shularga qarab iqtisodiyotda muvozanat holati saqlangan yoki buzilgan, deb aytish mumkin. Muvozanatlar ikki darajali bo'ladi. Birinchisi, quyi yoki mikro daraja, ya'ni firmalar va xonadonlar faoliyatiga xos muvozanatlar. Ikkinchisi, yuqori yoki makro darajadagi muvozanatlar, bu milliy iqtisodiyotga xos bo'ladi. Mana shular umumiqtisodiy muvozanat bo'ladi. Firma faoliyati turli jabhalarini o'zaro qanday bog'lanishini oldingi boblarda ko'rib chiqqan edik. Bu bobda umumiqtisodiy muvozanatlarni tahlil etamiz. Ulardan asosiylari – bu jami talab va jami taklif muvozanati, tovar va pul muvozanati, daromadlar va xarajatlar muvozanati va nihoyat iste'mol va jamg'arish o'rtasidagi muvozanatlar. Ulardan har birini ko'rib chiqamiz.

Jami talab va taklif muvozanati. Individual talablar birlashib bozor talabini hosil qilsa, turli bozorlardagi talablar majmuasi jami talabni yuzaga keltiradiki, bu butun jamiyat a'zolarining talabidir. Bunga javoban jami taklif yuzaga keladiki, bu barcha tovar ishlab chiqaruvchilarning barcha bozorlarga chiqargan tovar va xizmatlarining summasidir. Uning tarkibiga tashqaridan import etilgan tovarlar taklifi ham kiradi.

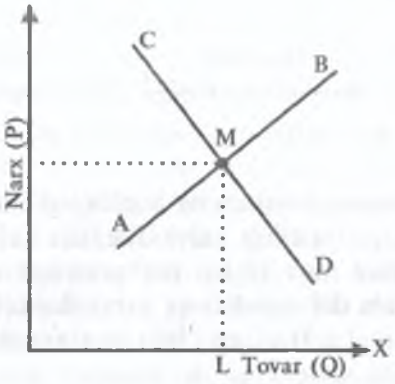
Jami talab – bu barcha iste'molchilar (xonadonlar, firmalar va davlat idoralari)ning muayyan narx bo'lganda qanday miqdorda va turdagi tovar hamda xizmatlarni sotib olabilishi demakdir.

Jami taklif – mamlakatdagi barcha firmalar va individual tadbirkorlar muayyan narx bilan bozorga qanday hajmda tovar hamda xizmatlarni yetkazib berishi demakdir.

Bizga ma'lumki, talab va taklifning hajmi tovarlar, xizmatlar miqdori va ularning narxiga bog'liq. Ularning hajmini pul-qiymat shaklida ifodalaganda bu tovarlar miqdorining ulardan har biri narxining ko'paytmasiga teng bo'ladi. Aytaylik barcha iste'molchilar 3 guruh tovarga talab bildiradi. Bular oziq-ovqat, kiyim-kechak va turli xizmatlardan iborat. Oziq-ovqat 10 mlrd birlik talab qilinadi,

ulardan har birining narxi 5 dollar, kiyim-kechak 1 mlrd dona talab qilinadi, uning har birining narxi 12 dollar, hammasi bo'lib 2 mlrd birlikka teng xizmat kerak uning bittasining narxi 3 dollar. Aytilganlarni jamlasak (10 mlrd x 5 doll)+(1 mlrd x 12 doll)+(2 mlrd x 3 doll), jami talab 68 mlrd dollarga tengligini ko'ramiz (50+12+6=68).

Muvozanat hosil bo'lganda barcha firmalar va yakka tadbirkorlar 68 mlrd dollarlik tovar va xizmatlarni bozorga taklif etadi. Bunda $T_b=T_f$, ya'ni 68=68 hosil bo'ladi. Bunday tenglik yuzaga kelishi uchun tovarlar narxi ham ishlab chiqaruvchilarga, ham iste'molchilarga ma'qul bo'lishi zarur. Demak, jami talab va taklif muvozanati muayyan narx bo'lgandagina yuzaga keladi. Muvozanat holatini chizmada ifodalasak, u quyidagi ko'rinishga ega (16.1-rasm).



16.1-rasm. **Jami talab va taklif muvozanati**

Chizmaga binoan jami talab CD chizig'i, jami taklif AB chizig'i bilan M nuqtada kesishgan, chunki narx P bo'lganda L miqdorda tovar taklif etilgan. CD=AB bo'lganidan muvozanat yuzaga kelgan, ya'ni taklif etilgan (L) miqdordagi tovarning narxi (P) bozor uchun ma'qul bo'lganidan talab qondirilgan, demak, hamma tovarlar sotilib ketgan. Barcha firmalar va individual tadbirkorlar xarajatlarini qoplab foyda olishgan, natijada ishlab chiqarishni davom ettirishgan. Bu bilan iqtisodiyot o'sgan.

Jami talab va taklif muvozanati ham statik emas, balki dinamik bo'ladi, ya'ni ular o'zgarib turgan holatda muvozanatlashadi, chunki iqtisodiyot rivojlanib boradi. Agar hozir $T_b=T_f$, 120=120 bo'lsa, keyinchalik bu 128=128, so'ngra esa 132,5=132,5 bo'ladi. Demak, har xil iqtisodiy darajada turlicha muvozanat yuzaga keladi.

Daromadlar va xarajatlar muvozanati. Bu muayyan vaqtda (masalan, bir yilda) ishlab topilgan daromadlar va xarajatlarning bir-biriga muvofiq bo'lishini bildiradi. Ma'lumki, jamiyatning daromadi – bu YaIMning qiymati bo'lib pulda ifodalanadi. Bu daromadlar to'la sarflanib, ularga kerakli tovarlar ayirboshlanadi, natijada iqtisodiyot barcha ishtirokchilarining ehtiyoji qondiriladi. Daromadlar – xarajatlar muvozanati ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi muvozanatni bildiradi. Ishlab chiqarish natijasida daromadlar olinsa, ular xarajat qilingach iste'mol qondiriladi. Aytilgan muvozanatni rasmda ifodalasak, u quyidagi ko'rinishda bo'ladi (16.2-rasm).



16.2-rasm. **Daromadlar va xarajatlarning muvozanat holati**

Ko'rsatilgan muvozanatlarning bog'liqligi makroiqtisodiy oborotda real va pul sektorining mavjudligidan kelib chiqadi. Ishlab chiqarish va iste'mol muvofiqligi real sektorga xos bo'lsa, shunga binoan pul sektorida daromadlar va xarajatlar tengligi kelib chiqadi. Biz bilamizki, real sektordagi tovar va xizmatlarning pul-qiymat shakli bo'lib, bu pul sektoridagi daromadlar va xarajatlarning qarama-qarshi oqimini keltirib chiqaradi. Ma'lumki, daromadlar iqtisodiyot barcha ishtirokchilari ixtiyoriga kelgan pul tushumi bo'lib, bu YaIM qiymatiga teng bo'ladi. Daromadlar xarajat qilinganda iqtisodiyot subyektlarining iste'moli, chunonchi xususiy va davlat iste'moli qondiriladi, yalpi jamg'arma hosil qilinadi, tovarlar eksporti yuz beradi. Biroq iste'molni qondirish uchun tovarlar import ham qilinadi. Eksport va importning farqi YaIMning qanday ishlatilishini bildiradi. Aytilgan mulohazalarni chizmada tasvirlasak, u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi (16.3-rasm).

Rasmda tasvirlangan muvozanat tovar-pul munosabatlari sharoitida daromadlar va xarajatlarning tengligini bildiradi.

Iste'mol va jamg'arish muvozanati. Jamiyatning iste'moli u qancha ishlab chiqarganligi bilan belgilanadi. Biroq YaIMning hammasi iste'mol qilinishi mumkin emas, albatta uning bir qismi jamg'arilishi kerak, aks holda iqtisodiyot rivojlanmaydi. Biz bi-

lamizki, iqtisodiy o‘sishning muhim omili bu investitsiyadir, uning asosiy manbayi esa jamg‘arishdir. Iste’mol va jamg‘arish muvozanati ularning miqdoran **tengligi** emas, balki ularning **optimal** nisbatda bo‘lishini bildiradi.



16.3-rasm. **YaIM ishlatilishidagi muvozanat**

Bu yerdagi optimallik shundan iboratki, u bir vaqtning o‘zida iqtisodiy o‘sish va farovonlikni ta’minlashi zarur. Gap shundaki, YaIM miqdori muayyan bo‘lganidan iste’molning ko‘payishi jamg‘arishni qisqartiradi va aksincha jamg‘arishning ortishi iste’molni qisqartiradi. Faraz qilaylik, YaIM 400 mlrd dollarga teng. Agar iste’molga undan 350 mlrd ketsa, jamg‘arishga 50 mlrd dollar qoladi. Bordiyu jamg‘arishga 70 mlrd ketsa, iste’molga 330 mlrd dollar qo¬ladi. YaIM miqdori chegaralanganligidan iste’mol va jamg‘arish optimal nisbatda bo‘lishi kerakki, bu iqtisodiyotning o‘sishiga qarab xalq farovonligi oshib borishining ta’minlanishi deganidir. Bu nisbat ham dinam: ., ya’ni o‘zgaruvchan bo‘ladi. Masalan, rivojlangan mamlakatlarda .(X asr o‘rtalarida YaIMning 75 %i iste’mol qililsa, 25 foizi jamg‘arilgan. XXI asr boshiga kelib YaIM ning 15–20 foizi jamg‘arilsa, uning 80–85 foizi iste’molga yuboriladi. Iqtisodiyot qanchalik rivojlangan bo‘lsa, shunchalik YaIMda iste’mol hissasi katta bo‘lgani holda, jamg‘arish hissasi kichik bo‘ladi, chunki iqtisodiy salohiyat qudratli bo‘lganidan YaIMning nisbatan kam qismi jamg‘arilgani bilan uning miqdori katta bo‘ladi, bu holda iqtisodiyot bir maromda o‘sa oladi. Iqtisodiyot zaif joyda YaIM ning o‘sishi jamg‘arishni ko‘p talab qiladi. Biroq xorij investitsiyalari ko‘p kiritilsa, mamlakatning o‘zida jamg‘arish qisqarib, iste’mol ko‘payishi mumkin. Shu sababli, hozir iqtisodiy salohiyati turlicha mamlakatlarda iste’mol va jamg‘arish nisbati farqlanadi.

Tovar va pul muvozanati. Iqtisodiyotda jami tovarlar narxining miqdori va pul miqdori o'rtasida muvofiqlik bo'lganda tovar-pul muvozanati hosil bo'ladi. Bu muvozanat ishlab chiqarish darajasiga mos ravishdagi pul muomalada bo'lishini bildiradi. Iqtisodiyot pul bilan to'yingan bo'lishi zarurki, bu pulning keragicha bo'lishini, uni kam yoki ortiqcha bo'lmasligini bildiradi. Pul ko'payib ketsa, u qadrsizlanadi, pul kamayib ketsa, oldi-sotdi ishlari o'z vaqtida amalga oshmay qoladi. Tovar-pul muvozanati shuni bildiradiki, muomaladagi pul miqdorini (M_r) pulning aylanish tezligiga (V) ko'paytmasi har bir tovar narxining (P) uning miqdoriga (Q) ko'paytmasiga teng bo'lishi talab qilinadi. Bu iqtisodiyotda $M_r*V=P*Q$ zarurligini bildiradi. Shunday bo'lganda pul qadrining barqarorligi ta'minlanadi, pulga ishonch saqlanib, uni ishlab topishga intilish mavjud bo'ladi. Buning natijasida iqtisodiy faollik yuzaga keladi. Aytilgan muvozanat buzilib pul ko'payib ketsa, ya'ni $M_r*V>P*Q$ holati kelib chiqsa inflatsiya yuz beradi va bu iqtisodiyotga putur yetkazadi. Muvozanatning buzilishi pul yetishmay qolganda, ya'ni $M_r*V<P*Q$ bo'lganda ham yuz beradi. Bunda bozor aloqalarining pul bilan ta'minlanishi past bo'ladi, tovarlar vaqtida sotilmay qoladi, binobarin resurslarni xarid etib, ishlab chiqarishni davom ettirish qiyinlashadi. Shu bois, tovar-pul muvozanatini saqlab turish zaruratga aylanadi.

16.2. Iqtisodiyotning siklli o'sishi

Muvozanatlar iqtisodiy rivojlanishning shart-sharoiti hisoblansa-da ular har doim ham mavjud bo'lavermaydi. Ular buzilib va tiklanib turadi. Ular buzilgan paytda iqtisodiy beqarorlik paydo bo'lsa, ular tiklangan chog'da iqtisodiyot barqaror o'sadi. Iqtisodiy beqarorlikning iqtisodiy krizis — inqiroz, moliyaviy tanglik, ishsizlikni me'yoridan ortib ketishi, aholi turmush darajasining pasayib ketishi, uning noroziligining ortishi kabi alomatlari mavjud. Muvozanatlarning saqlanib turishini iqtisodiyotga xos **tendensiya**, ya'ni **moyillik**, deb aytish mumkin, chunki ular abadiy saqlanmaydi, vaqti-vaqti bilan buzilib ham turadi. Muvozanatlarning buzilib va tiklanib turishiday holat bozor iqtisodiyoti uchun xos bo'ladi, chunki bu uning ichki tabiatidan kelib chiqadi. Biz bilamizki, xususiy mulkchilik iqtisodiyot ishtirokchilarini bir-biridan ajratadi, bozor esa ularni bir-biriga bog'lab turadi.

Ajralish tarqoqlikni, tarqoqlik esa noaniqlikni yuzaga keltiradi. Bizga ma'lumki, bozordan asimmetrik axborot kelganda u bozordagi haqiqiy holatni aks ettirmaydi, lekin unga binoan ishlash yuz

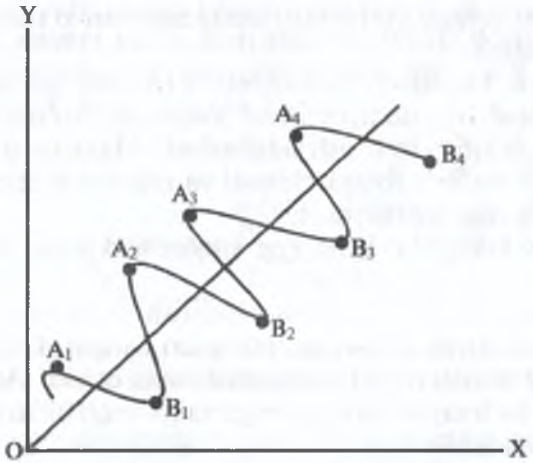
berganda muvozanatlar buziladi. Bozor tizimida ma'lum darajada iqtisodiy noaniqlik, binobarin tartibsizlik mavjudligidan har doim ham muvozanatlar saqlanib turavermaydi. Ularning vaqti-vaqti bilan buzilib turishi bozor mexanizmida nosozlik paydo bo'lib, u layoqatsizlik bo'lib turishi natijasidir.

Jami talab va taklif muvozanati yetakchi bo'lganidan uning buzilishi boshqa umumiqtisodiy muvozanatlarni ham izidan chiqaradi. Bozor iqtisodiyoti katta afzalliklarga ega, biroq u ideal tarzdagi mukammal iqtisodiyot emas, uning o'z nuqsonlari ham bor. Bular jumlasiga yuqorida aytgan tarqoqlik, noaniqlik va muvozanatlarning buzilib turishi, iqtisodiy tanglikning vaqti-vaqti bilan paydo bo'lishi kiradi. Shu sababli bozor iqdisodiyoti tabiatan siklli iqtisodiyotdir.

Bozor iqtisodiyotining siklli bo'lishi uning bir ko'tarilib, bir pasayib turish orqali rivojlanib borishi, ya'ni uning o'sishining to'lqinsimon shaklda bo'lishidir.

Buni biz amaliyotda kuzatamiz, falon mamlakat iqtisodiyoti shuncha foizga o'sdi, falon mamlakatniki esa shuncha foizga kamaydi, degan xabarni eshitamiz. Yoki bo'lmasa falon mamlakatda krizis holati yuz berdi, lekin iqtisodiyotda jonlanish kuzatilmoqda, degan gapni axborot vositalari bizga yetkazib turadi.

Iqtisodiyotdagi harakat suvdagi to'lqinning bir ko'tarilib, bir pasayib turishiga qiyoslanadi. Darhaqiqat iqtisodiyot o'sadi, lekin bu ko'tarilish, pasayish, so'ngra yana ko'tarilish shaklida bo'ladi. Buni chizmada kuzatsak ham bo'ladi (16.4-rasm).



16.4-rasm. **Iqtisodiyotning to'lqinsimon harakati**

Chizmadan shuni ko'rish mumkinki, iqtisodiyot o'sib boradi. Biroq u to'lqinlanib turadi. A_1 A_2, A_3, A_4 nuqtalarida iqtisodiyot ko'tarilgan. B_1, B_2, B_3, B_4 nuqtalarida u pasaygan.

Demak, ma'lum davr mobaynida iqtisodiyotdagi tebranma harakat kuzatiladi.

Iqtisodiyotning tebranib turishi fluktluatsiya deyiladi.

Fluktluatsiyaning asosiy sababi jami talab va taklifning muvozanat holatiga kirishi va undan chiqib turishidir. Muvozanatlar saqlanganda iqtisodiyot ko'tariladi, ular buzilganda esa pasayadi. Iqtisodiyotning bunday notekis harakati bozor tizimining nuqsonidir. Bozor mexanizmi ideal ishlamaydi, albatta. U yaxshi ishlagan paytda, ya'ni layoqatli bo'lganda talabga binoan resurslar oqilona taqsimlanadi, kerakli tovarlar ishlab chiqiladi, shu sababli ular bir maromda sotilib turadi, natijada iqtisodiyot o'sib boradi. Biroq shunday vaziyat ham bo'lib turadiki, bozor mexanizmi layoqatsiz bo'lib qoladi, ya'ni u resurslarni kerakli sohalarga taqsimlashni to'la ta'minlay olmaydi. Bozor to'la hisobga olinmaganidan talabi qisqargan tovarlar ham chiqariladi. Ularning bozori kasod bo'lib, yaxshi foyda keltiruvchi narxlarda sotilmaydi. Tovarlar zaxiralari me'yoridan oshib ketadi. Tovarlarni ishlab chiqarishga ketgan pul ular jismida qotib qoladi. Tovar sotish qisqarganidan sarflangan pul vaqtida qaytib kelmaydi, natijada kapital oboroti (aylanma harakati) sekinlashadi.

Bozor mexanizmi goh uzluksiz yaxshi ishlab, goh layoqatsiz bo'lib qolganidan iqtisodiyot gurkirab o'sishi bilan uning tang ahvolga tushib qolishi ham yuz beradi. Mana shu uning siklli o'sishidir. Bu iqtisodiyotni turli bosqichlardan o'tishini bildiradi. Bular quyidagicha:

1-bosqich. **Yuksalish.** Bu jonlanish va bumni (gurkirab o'sishni) o'z ichiga oladi. Iqtisodiyot avval jonlanadi, so'ngra u gurkirab o'sadi. Dastlab iqtisodiy o'sish jadallashadi. Masalan, u yiliga 1–2 % o'ssa, so'ngra bu 3–4 foizga chiqadi va nihoyat u cho'qqiga chiqqanda 6–8 % o'sa boshlaydi.

Iqtisodiyotning ko'tarilib eng yuqori bosqichga chiqishi *bum*, deyiladi.

Bum holatida YaIM ishlab chiqarish muttasil oshib boradi, bandlik ortadi, foyda ko'payadi, pul qadri barqarorlashadi, firmalar va aholi jamg'armasi o'sadi, turmush darajasi oshadi. Ammo bunday holat abadiy bo'lmaydi, uning o'rniga vaqti-vaqti bilan tanglik holati ham kelib turadi.

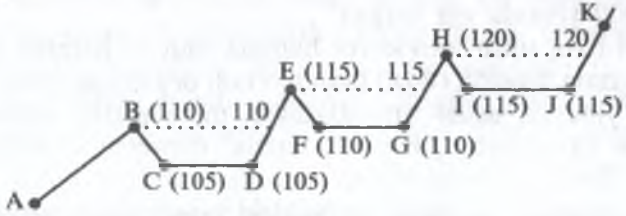
2-bosqich. **Retsessiya.** Bu krizis va depressiya (turg'unlik) dan iborat. Bozorda jami taklif talabdan oshib ketadi, ya'ni bozorga

chiqarilgan tovarlar u yerda turib qoladi. Krizis paytida tovarlarning sotilishi qisqaradi. Bu ishlab chiqarishning qisqarishiga olib keladi, ishchilar bo'shatilib yuboriladi, foyda kamayganidan investitsion faollik so'na boradi. Ishlab chiqarish qisqarganidan taklif ham qisqarib talabga yaqinlashadi. Biroq iqtisodiyot turg'un holatda, ya'ni bir yerda turib qoladi. Buni **depressiya** holati, deb yuritishadi. Bu paytda ishlab chiqarish na o'sadi, na pasayadi.

Krizis va depressiya birgalikda retsessiya, deb ataladi.

Retsessiya iqtisodiyotdagi tanglik holatini bildiradi. Tanglikning eng og'ir shakli **stagnatsiya** bo'ladi. Stagnatsiya yuz berganda tanglik uzoq davom etadi, iqtisodiyot o'zini tezda o'nglab ololmaydi, ommaviy ishsizlik yuz beradi, aholining turmush darajasi pasayib ketadi. Stagnatsiya qanchalik kuchli bo'lsa, undan chiqish shunchalik mushkul ishga aylanadi. Tanglik oqibatida ko'pchilik iqtisodiy talofotga duch keladi. Firmalar foydadan ayriladilar, ishchi va xizmatchilarning ish haqi pasayib ketadi, davlat budjetiga tushum ham qisqaradi. Tanglik ma'lum vaqtgacha davom etadi, uning uzun yoki qisqa bo'lishi tanglikning naqadar chuqur bo'lishiga, bozor mexanizmining layoqatligining tiklanishiga va davlatning tanglikdan chiqish choralarining samaradorligiga bog'liq bo'ladi.

Siklning qanday kechishini anglash uchun bir misolga e'tibor qaratamiz. Aytaylik muayyan mamlakatda bumdan so'ng krizis boshlanib, ishlab chiqarish qisqarib ketdi. Turg'unlik – depressiv holati yuz berganda ishlab chiqarish qisqarganicha qolib, unda o'zgarish bo'lmaydi. Jonlanish boshlanganda u avval 0,5–1,0 %ga, keyin 2–3 %ga o'sadi, nihoyat yuksalish boshlanib, u 5–6 %ga o'sa boshlaydi, bum yuzaga keladi. Iqtisodiyotning jadal ko'tarilishi ma'lum vaqt davom etadi, jami talab va taklif muvozanati buzilgach, yana qaytadan iqtisodiyotning pasayishi kelib chiqadi. Bu quyidagi ko'rinishda bo'ladi (16.5-rasm).



16.5-rasm.

Rasmda iqtisodiyotning A nuqtadan K nuqtaga qadar 100 birlikdan 120 birlikka qadar o'sganini ko'ramiz. Biroq, bu notekis borgan, avval iqtisodiyot AB chizig'ida o'sgan, so'ngra BC chizig'ida

qisqargan, CD oralig'ida, shu holatda bir oz saqlangan. Keyinchalik u yana DE oralig'ida o'sgan. Ammo pasayish qaytalanib u qisqargan (EF), shu holat yana saqlangan (FG). Keyin esa u yana o'sgan (GH), nihoyat qisqargan (HI). Ma'lum vaqt bu holat saqlanib (IJ), so'ng yana iqtisodiyot o'sa boshlagan (JK). Rasmga ko'ra, iqtisodiyotning ko'tarilishi, pasayishi va turg'unligi va yana ko'tarilishi takrorlangan. Biroq iqtisodiyot boshlang'ich holiga sira ham qaytmagan, aksincha u o'sgan (120>100). Hatto bir krizis holatidagi ishlab chiqarish darajasi oldingi krizisdagidan yuqori bo'lgan (C<F, F<I). Chizmadagi uzilgan chiziqlar shuni ko'rsatadiki, depressiyadan keyingi jonlanish tufayli ishlab chiqarish dastlab krizisdan oldingi darajaga chiqib oladi. So'ngra undan oshib ketadi, shundan boshlab iqtisodiy o'sish bo'ladi, deb aytish mumkin.

Sikl tahlil etilganda iqtisodiyot qanday holatda ekanligini **faol ishchanlik indeksi** ko'rsatib beradi. Bu indeks buyurtmalar miqdori, mahsulot miqdori, uning sotilishi, eksport va import, narxlar holati, moddiy resurslar zaxirasi, bandlik ko'rsatkichlari asosida aniqlanadi, uning qiymati 0-100 ballgacha bo'ladi. Agar indeks 50 dan past bo'lsa, iqtisodiyot tanglikda, deb baholanadi, bordi-yu bu 50 dan ortiq bo'lsa iqtisodiy jonlanish bo'ladi, agar u 80 dan ortib ketsa bum mavjud bo'ladi. Ishlab chiqarishning ayrim sohalaridagi holatni sub(hosila) indekslar baholaydi. Bular diffuziya indeksi, deb ham yuritiladi.

Bozor iqtisodiyoti tabiatiga siklli o'sish xos. Shu sababli birinchi krizis 1825-yilda kuzatilgan bo'lsa, eng so'nggisi 2008-yilda boshlandi. Eng kuchli krizis 1901-, 1929–1933-, 2008–2009-yillari yuz bergan. 1929-1933-yillardagi krizis eng dahshatli bo'lib, katta talofotlarga va fojiali hodisalarga olib kelgan. Ishlab chiqarish AQSh da 25 %ga qisqargan, ishsizlik 35 %ga chiqib ketgan. Bu tarixda buyuk depressiya nomini olgan. Ikkinchi buyuk depressiya 2008–2009-yillarda yuz bergan.

Siklli rivojlanish iqtisodiyot hamma vaqt va hamma yerda aytilgan hamma bosqich (faza) lardan o'tadi degan gap emas. XX asrning 60 yillariga qadar sanoatlashgan mamlakatlar iqtisodiyoti 4 bosqichni (jonlanish, yuksalish, krizis, depressiya) boshdan kechirgan. Biroq shundan so'ng siklning o'zini va uning bosqichlarining qisqarishi va hatto navbatdagi bosqichning tushib qolishi yuz bergan. Iqtisodiyot turg'unlik holatini chetda qoldirib krizisdan yuksalishga o'tib ketgan, krizis davri qisqargan, krizislar yengil kechgan. Dahshatli krizislar keyingi 70 yilda takrorlanmadi. Biroq, 2008–2009-yillarda qaytadan paydo bo'ldi. Ilgarilari krizislar ko'pchilik mamlakatlarda bir vaqtda yuz berib xalqaro mazmunga

ega bo‘lsa, keyingi paytda krizislar ayrim mamlakatlarda uchraydigan bo‘ldi. Biroq 2008-yil global (xalqaro) krizis takrorlandi. Iqtisodiyotdagi tanglikning kam uchrashi, uning qisqa vaqtda bo‘lishi va yengil kechishi davlatning faol antisiklik chora-tadbirlari tufayli yuz bergan. Davlat tanglik kezlarida o‘z buyurtmalarini ko‘paytirgan, eksportga sharoit yaratib bergan, soliqlarni tushirgan, bandlikni, binobarin daromadni oshirish va shu orqali jami talabni ko‘paytirish choralarini qo‘llagan. Biroq bu tadbirlar kamlik qilib, chuqur krizis yuzaga keldi (2008-yil).

Iqtisodiyotdagi to‘lqinsimon harakat ma’lum vaqtda yuz bergani uchun uni davriy hodisa, deb aytish mumkin. Ammo sikl davrining uzun-qisqaligi o‘zgarib turadi. XIX asrda o‘rtacha sikl 8–12 yil davom etgan, XX asrning birinchi yarmida bu davr 6–8 yilga kelib qolgan. XX asrning 80-yillaridan e’tiboran bu davrning cho‘zilishi kuzatilmadi. Rivojlangan mamlakatlarda keyingi 25 yil davomida (1980–2005-yillar) chuqur tanglik bo‘lmay, bu yengil kechdi, o‘xtin-o‘xtin ishlab chiqarishning o‘sish sur’atlarining pasayishi, ayrim paytda depressiv holat kuzatiladi. Eng so‘nggi davriy krizis 2001–2002-yillarda faqat Yaponiyada kuzatildi. Bu yerda YaIM 2001-yili 0,6 %, 2002-yili 0,7 %ga qisqardi. Buning sababi, jami taklifning talabdan oshib ketishi bo‘ldi, chunki Yaponiya ichki bozori to‘yinib ko‘pgina uzoq muddatda ishlatiladigan tovarlarga talab qisqardi, tashqi bozorda esa o‘rinbosar tovarlar ko‘payib, Yaponiya tovarlariga talab kamaydi. 2008–2010-yillardagi krizis kuchli bo‘lib, ishlab chiqarish dunyoning yetakchi mamlakatlarida jiddiy qisqardi.

Bozorga o‘tish davridagi iqtisodiy tanglikni tom ma’nodagi sikllik krizis deb bo‘lmaydi, chunki uning sabablari boshqacha. O‘tish davri mamlakatlaridagi 90-yillarda yuz bergan chuqur tanglik bozor iqtisodiyotining mahsuli emas, albatta. Bu rejali tizim inqirozining davomidir. Rejalashtirish mexanizmi ish bermay qolgan sharoitda bozor mexanizmi shakllanib ulgurmaganidan o‘tish davri iqtisodiyoti arosatda qoladi. Iqtisodiy stimullar izdan chiqib, iqtisodiyot pasaya boradi. Bu yerda pasayish talab hisobidan emas, balki taklif hisobidan bo‘ladi. Taklifning qisqarishi resurslarning yetishmasligi natijasi bo‘ladi, chunki yagona resurs bozori tarqab ketadi, mamlakatlar o‘rtasidagi xo‘jalik aloqalari izdan chiqadi.

Natijada, ishlab chiqarish qisqaradi, ishsizlik kuchayadi, aholining turmushi og‘irlashadi. O‘tish davriga xos tanglik MDH mamlakatlarida yaqqol kuzatildi. Biroq tanglikning chuqurligi va davomiyligi har xil kechdi. O‘zbekistonda u nisbatan yengil bo‘ldi.

16.3. Sikl turlari

Iqtisodiy sikllar kelib chiqish sabablari, asl belgilari, oqibatlari va davomiyligiga qarab 3 turga bo'linadi. Bular: katta, o'rta va kichik sikllardir.

Katta sikllar. Bular iqtisodiyot taraqqiyotida uzoq davom etadigan davr bo'lib, odatda 50–60 yilga cho'ziladi. Iqtisodiyotdagi tub burilishning yuz berishi bilan tavsiflanadi. Katta sikl fan-texnikadagi buyuk kashfiyotlarning ishlab chiqarishga joriy etilishi natijasida mutlaqo yangi texnologiyalarning kiritilishi bilan ajralib turadi. Ishlab chiqarishning yangi istiqbolli sohalari yuzaga keladi, ular texnologik yangilanadi, bu esa mehnat unumdorligini yangi bosqichga olib chiqadi. XX asr ikki katta siklni boshidan kechirdi. Birinchi sikl XIX asrning oxiridan XX asrning o'rtalariga qadar davr bo'lib, bu ichki yonuv dvigatellari, elektr energiyasi, elektr dvigatellari, yangi yuksak unumli mashinalarning paydo bo'lishi bilan ajralib turadi. Ikkinchi sikl XX asrning o'rtalarida boshlangan bo'lib, u hozir ham davom etadi. Bu davr atom energetikasi, kompyuterlar, sun'iy kimyoviy materiallar, robotlar, avtomatlashgan mashinalar tizimi, kosmik sanoat paydo bo'lishi bilan tavsiflanadi. Bularning hammasi iqtisodiyotdagi yangi burilish davrini ochgan, chunki mehnat unumdorligini mislsiz darajaga olib chiqqan, ishlab chiqarishni tubdan yangilab yuborgan.

Hozir kutilayotgan yana bir katta sikl – bu boshqariladigan termoyadro energetikasi, mini-elektronika, nanotexnologiya va gen-injeneriyasi yutuqlarining ishlab chiqarishga kirib borishi bilan tavsiflanadi. Ishlab chiqarish modernizatsiyalashadi, u innovatsion tus oladi, mehnat unumdorligining jadal oshib borishi kutiladi. Yangi sikl robototexnikani hamma sohalarda, hatto uy xo'jaligida keng qo'llanishi bilan ajralib turadi.

O'rta sikllar. Bu katta sikllar mobaynida bir necha bor takrorlanib turuvchi sikllar hisoblanadi. Bu sikl o'rtacha vaqt davomida (ilgari 8–12 yil, hozir 6–8 yilda) bo'ladi. Katta sikl davriga xos bo'lgan texnologiya takomillashib turganidan u ishlab chiqarishda ommaviy tarzda yangilanadi, ularni eski, kam unumlisi yangi, unumi yuqorisi bilan almashtiriladi. Bu ishlab chiqarishni kengaytirib tovar taklifini oshiradi. Taklif haddan tashqari ko'payib ketganda u talabdan oshib ketadi. Muvozanat buzilib, krizis holati kelib chiqadi.

Kichik – konyunktura sikllari. Bu qisqa vaqtda (3–4 yilda) takrorlanuvchi sikllar bo'lib, bozor konyunkturasining (holatining) juz'iy o'zgarishi bilan izohlanadi. Talab elastik bo'lganidan u tez

o‘zgarib turadi. Chiqarilgan tovarlarning tarkibi, narxi va sifati talabga javob bermay qolgan kezlarda ularning sotilishi qisqaradi. Natijada, ortiqcha taklif yuzaga kelib, bozor muvozanati buziladi. Bu qisqa muddatli iqtisodiy to‘lqinlarni hosil qiladi. Iqtisod avval ko‘tarilsa, keyin pasayadi, so‘ngra yana ko‘tariladi.

16.4. Iqtisodiy beqarorlikdan chiqish

Iqtisodiy beqarorlik muqarrar bo‘lsada, davriydir, ya’ni u bir yuzaga kelsa, bir yo‘qolib turadi. Tanglik va iqtisodiy o‘sish o‘rin almashib turganidan beqarorlikdan chiqish yuz beradi. Retsessiya ma’lum vaqtdan so‘ng to‘xtaydi, iqtisodiyot depressiv holatidan chiqib yana jonlanadi. Xo‘sh, bu qanday yuz beradi? Bozor mexanizmining o‘zi iqtisodiyotni beqarorlikdan chiqishiga sharoit hozirlaydi. Taklif ortib ketganligidan, unga nisbatan talab qisqaradi, natijada narxlar tusha boshlaydi, narx vositasida talab va taklif muvozanatlashadi. Yangi muvozanat narxlari oldingisidan past bo‘lib, tovarlarning sotilishiga imkon beradi. Tovarlar zaxirasi qisqaradi, ularni sotishdan kelgan pulni qaytadan ishlab chiqarishga sarflash mumkin bo‘ladi. Tovarlar sotilib turganidan pulni qarzga ko‘tarib ishlab chiqarishga qo‘yiladi. Yangidan qo‘yilgan pul texnologiya yangiliklarini kiritishga yuboriladi, natijada xarajatlar tushib foyda ko‘paya boradi. Foyda topish ishlab chiqarishni kengaytirishga stimul beradi. Ishlab chiqarishning kengayib borishi bandlikni va shunga ko‘ra daromadlarni, binobarin xarid qobiliyatini oshiradi. Bu yerda biz oldin ko‘rib o‘tgan **daromad samarasi** ish beradi, ya’ni daromadning ortishi talabni elastik qilib tovarlar sotilishini ko‘paytiradi. Talab oshganidan narxlar ham ko‘tariladi, bunga javoban elastik taklif hosil bo‘ladi, chunki tovar sotishdan kelgan foyda ko‘payadi.

Agar iqt sodiyot depressiyaga kirganda past narxlar asosida talab va taklif muvozanatlashsa, iqtisodiyot yuksalayotganda yuqorilashgan narxlar zamirida bozor muvozanati yuzaga keladi. Demak, bozor mexanizmining o‘zi talab-taklif muvozanatini tiklab, iqtisodiyotning yuksalishiga yo‘l ochadi. Bu bilan bozorning layoqatligi namoyon bo‘ladi. Beqarorlikdan chiqishning sharti firmalarning **selektiv** saralanishi hisoblanadi, ya’ni tanglik sharoitida zaif firmalar yopiladi, baquvvat, yashovchan firmalar jon saqlab qoladi, iqtisodiyot ular qo‘liga o‘tib yuksalish yuz beradi. Krizis iqtisodiyot uchun faqat tushkunlik emas, balki uni zaif firmalardan xolis bo‘lib, sog‘lomlashib olishi hamdir, bu esa iqtisodiy o‘sishga qaytadan imkon yaratishni bildiradi. Demak, krizis, birinchidan, talofot

keltirsa, ikkinchidan, iqtisodiyotning yangilanishini talab qiladi, bu bilan uning kelajagiga ijobiy ta'sir etadi.

Tarixiy tajriba shuni ko'rsatadiki, beqarorlikdan chiqib ketishni faqat bozor mexanizmining o'ziga tashlab qo'yilsa, tanglik cho'zilib ketadi, bundan jamiyat ko'rgan talofot katta bo'ladi. Shu sababli davlat iqtisodiyotga faol aralashadi, uni barqarorlashtirishga o'z hissasini qo'shadi. Masalan, 1901-yilgi krizis chog'ida davlat iqtisodiyotga unchalik aralashmay turganidan, undan chiqib ketish ancha cho'zilib ketgan. 1929—1933-yilgi krizis eng dahshatli bo'lishiga qaramay undan chiqish yengil kechgan, chunki davlat iqtisodiyotga faol aralashgan. 1975-yilgi krizisdan chiqish bundan ham yengil bo'lgan, chunki davlat tanglikdan tez chiqish uchun hamma choralarni ko'rgan. Davlat iqtisodiyotga faol aralashgan joyda retsessiya qisqa vaqtda bo'ladi, depressiya yuz bermay iqtisodiyot krizis holatidan jonlanishga o'tib ketadi.

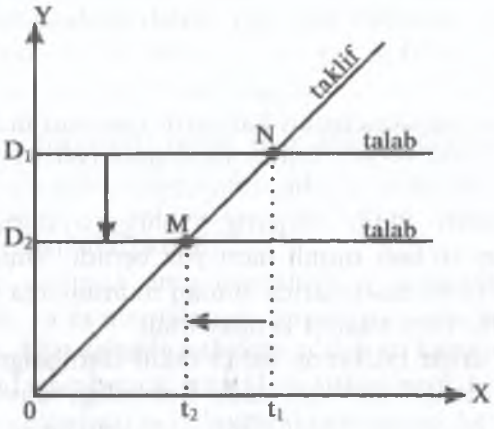
Davlatning krizisga qarshi siyosati ikki yo'nalishda olib boriladi. Birinchisi, siklning oldini olish, tanglik yuz berganda ham uning yengil bo'lishini ta'minlash. Ikkinchisi, yuz bergan tanglik holatidan kam talofot bilan va tezda chiqib ketishni ta'minlash.

Davlat tanglikning oldini olish uchun g'oyat qizib ketgan iqtisodiyotni sovutish choralarini qo'llaydi. Iqtisodiyot qizib ketganda ishlab chiqarish haddan ziyod tez o'sib taklif jadal ko'payadi. Natijada taklifning tezda talabdan oshib ketishi xavfi tug'iladi, firmalar foyda ketidan quvib tovarlarni ko'plab chiqarib bozorga tashlaydilar. Bu jami talab-taklif muvozanatining buzilishiga, binobarin tanglikka olib kelishi mumkin. Buni tushunish uchun erkin misol olamiz. Muayyan mamlakatda iqtisodiyot yiliga 4 % o'ssa, bozorga 500 mlrd dollarlik tovar chiqariladi, talab ham 500 mlrd dollar bo'lganidan taklifga tenglashgan bo'ladi. Agar iqtisodiyot yiliga 6 % o'ssa, taklif 750 mlrd dollarga teng bo'ladi, ya'ni 250 mlrd dollarga ortadi, talab esa faqat 150 mlrd dollarga ortadi. Bunda 100 mlrd dollarlik tovarning mavjud narxda sotilmasligi vujudga kelishi mumkin, chunki 750>650 hosil bo'ladi. Shunday paytda davlat ishlab chiqarish o'sishini sekinlashtirish chorasini ko'radi. Davlat ishlab chiqarishni ma'muriy taqiqlash yo'lidan bormaydi, albatta. U iqtisodiy choralarni qo'llaydi. Bunda davlat firmalarga beradigan buyurtmalarini qisqartiradi, firmalarga eksport kvotasi (me'yori)ni qisqartiradi. Muhimi, davlat soliqlarni oshiradi. Bu firmalar foydasini qisqartirib, ishlab chiqarishga investitsiya qilishni cheklab qo'yadi.

Shuningdek, davlat qimmat pullarni-kreditni hosil qiladi. Davlat firmalarga o'z obligatsiyalarini sotib, ulardan qarz oladi. Fir-

malar qo'lidagi pul davlat ko'targan qarz so'mmasiga qisqaradi, bu ham ularning investitsiya imkoniyatini toraytiradi. Davlat banklar qo'lidagi qarzga beriladigan pulni qisqartiradi. Bank qarzga berishi mumkin bo'lgan pul taklifining qisqarishi unga talabni oshiradi, natijada bank foizi oshadi, bu esa pulning qimmatlashuvini bildiradi. Pul qimmatlashgan taqdirda uni firmalar kamroq miqdorda qarzga oladi va ishlab chiqarishga qo'yadi. Buning natijasida taklif qisqaradi, uning talabdan oshib ketishi orqaga suriladi.

Davlat ishtirokida taklifning qisqarib talabga moslashuvini chizmada ifoda etsak, u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi (16.6-rasm).



16.6-rasm. **Talab-taklif muvozanatining o'zgarishi**

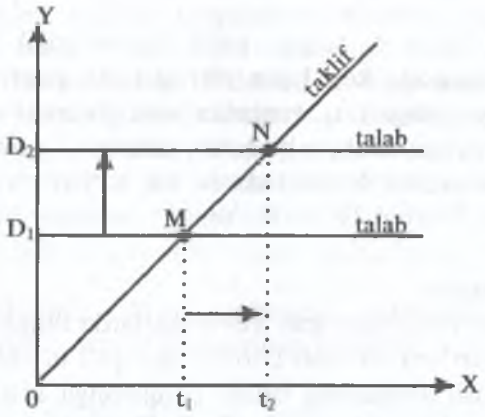
Chizmaga ko'ra, t_1 vaqtga kelib iqtisod qizib ketgan. Talab va taklif N nuqtasida kesishgan. Biroq talab pasayib, D_1 nuqtadan D_2 nuqtaga tushgan. t_1, vaqtidan boshlab taklif davlat ta'sirida qisqargan, t_2 vaqtiga kelib, u qisqarib, talabga yetguncha pasaygan. Agar ilgari muvozanat N nuqtada bo'lsa, so'ngra M nuqta tomon harakat qilgan. Talabni D_1 va D_2 oralig'ida qisqarishiga qarab taklif t_1 va t_2 davr oralig'ida qisqargan. Shu paytda iqtisodiyotning sovitilishi yuz bergan.

Iqtisodiyoti tez o'sayotgan mamlakatlarda tanglik xatariga yo'l bermaslik uchun uni sovitish choralariga qo'l uriladi. Iqtisodiyotning qizib ketish alomatlari ishlab chiqarishga nisbatan tovarlarning sekinroq sotilishida ifoda etiladi. Shuni inobatga olib ishlab chiqarishning o'sishini biroz susaytirish choralari ko'riladi.

Jami talabga davlatning ta'siri bir necha yo'nalishda boradi. Davlat eng avval o'z buyurtmalarini ko'paytiradi, ya'ni bozordagi o'z talabini kengaytiradi. Davlat buyurtmalari firmalar uchun kafolatlangan bozor bo'lib, ular uchun g'oyat qulay hisoblanadi.

Davlat arzon pullar siyosatini qo'llaganda u o'z obligatsiyalarini firmalardan sotib olib ular ixtiyoridagi pullarni ko'paytiradi. Bu bilan firmalar xaridi ko'paytiriladi. Firmalarning resurslarga talabini oshirish uchun davlat banklar firmalarga qarz qilib beradigan pulni ko'paytiradi. Banklar puli ko'payganidan uni qarzga olib ishlatish narxi (foiz) kamayadi. Firmalar qarzni ko'proq olib, ishlab chiqarishga yuboriladigan pulni ko'paytiradilar, bu bilan bandlik tabiiy ravishda oshadi. Bandlikning oshishi aholi pul daromadlarini ko'paytiradi, bu bilan ham jami talab o'sib, u taklifga tenglashadi. Davlat bandlikni: jamoat ishlarini, ya'ni obodonchilik ishlarini, yangi qurilishni, chunonchi hamma uchun zarur yo'llar, suv kanallari, sport maydonchalari kabilarni qurishni tashkil etadi. Bu ishlarda aholi band bo'lib, uning xarid qobiliyati, binobarin talabi ham oshadi. Davlatning talabni oshirishga ta'siri aholidan o'z korxonalari aksiyalari, oldin chiqarilgan obligatsiyalarini sotib olish, ularning foizini to'lash orqali ham yuz beradi. Shuningdek, davlat o'zining ijtimoiy dasturlariga binoan muhtojlarga yordam pulini ko'paytiradi. Bu ham talabni kengaytiradi.

Davlat ta'sirida talabning oshib taklif darajasiga chiqishi ishlab chiqarishni tanglikdan xoli etadi. Bozordagi muvozanatning talabni oshirish hisobidan tiklanishini quyidagicha tasvirlash mumkin (16.7-rasm).



16.7-rasm. **Talabning siljishi va unga taklifning moslashuvi**

Talabning davlat ta'sirida ortishi taklifni o'ziga chorlab muvozanat hosil qilganda talabning D_1, dan D_2 tomon ko'tarilishi yuz beradi. Bunga bog'liq holda taklif t_1, dan t_2 tomon siljiydi. Ular muvozanatlashganda D_1, va D_2 oralig'i t_1, va t_2 oralig'iga teng bo'ladi. Siljishlar natijasida muvozanat dastlab M nuqtada bo'lsa, so'ngra N nuqtaga ko'chadi.

Talabni oshirish orqali davlat iqtisodiyotni qizdiradi, bu talab pasayib tanglik holati paydo bo'lganda yoki iqtisodiyotda lanjlik yuz berganda qo'llaniladi.

Talabning ortishi qulay konyunktura hosil qiladi. Aksincha, taklif ortib ketib konyunkturada noqulaylik kutilganda iqtisodiyot taklifni qisqartirish orqali sovitiladi. Xullas, iqtisodiyot goh sovitilib, goh qizdirilib turishi tanglikning oldini oladi.

Xulosalar

1. Bozor iqtisodiyoti ravon rivojlanishi uchun makroiqtisodiy muvozanatlar ta'minlanishi shart, bular jumlasiga jami talab va taklif, daromadlar va xarajatlar, iste'mol va jamg'arish, nihoyat tovar-pul muvozanatlari kiradi.

2. Bozor tizimida muvozanatlarning saqlanishi tendensiya tarzida bo'ladi, ya'ni ular tiklanib, buzilib va qayta tiklanib turishga moyil bo'ladi. Shu sababli iqtisodiy o'sish to'lqinsimon, tebranma harakat shaklida yuz beradi, bu siklli o'sishni hosil qiladi. Iqtisodiyot ko'tarilganda yuksalish, u pasayganda retsessiya holati paydo bo'ladi. Retsessiya tanglik bo'lib, krizis (pasayish) va depressiya (turg'unlik)ni o'z ichiga oladi. Tanglikning eng og'ir ko'rinishi stagnatsiya hisoblanadi.

3. Iqtisodiyotda to'lqinsimon harakat yuz beradigan davr siklni tashkil etadi. Siklli o'sishning sababi bozor kuchlari layoqatsiz bo'lib qolganda makroiqtisodiy muvozanatlarning vaqti-vaqti bilan buzilib turishi, ular layoqatli bo'lganda qaytadan tiklanishidir. Iqtisodiyotda katta, o'rta va kichik sikllar bo'ladi.

4. Iqtisodiyot beqarorlikdan o'z kuchi bilan chiqa oladi. Bozor mexanizmi narx vositasida talab va taklifni tenglashtirib, ishlab chiqarishni tanglikdan chiqarib, uni o'sish yo'liga bura oladi. Biroq bu o'z holiga qo'yilsa, uzoq vaqtda yuz berishi mumkin. Iqtisodiyotni tanglikdan tez chiqarish uchun bunga davlat aralashishi kerak bo'ladi. Tanglikning oldini olish uchun davlat iqtisodiyotni sovitadi. Tanglik yuz berganda bundan chiqish uchun davlat iqtisodiyotni

qizitadi. Bunga davlat qo'lidagi vositalar bilan jami talab va takliflarga ta'sir etish orqali erishadi.

Tayanch tushunchalar

Makroiqtisodiy muvozanatlar; siklli iqtisodiy o'sish; fluktluatsiya; yuksalish; depressiya; retsessiya; stagnatsiya; katta sikllar; o'rta sikllar; kichik konyunktura sikllari; selektiv saralanish; bozor kuchlari; iqtisodiyotni sovitish; iqtisodiyotni qizdirish.

XVII bob. IQTISODIY XAVFSIZLIK

17.1. Iqtisodiy xavf-xatarlar

Bozor iqtisodiyoti harakatlanish yo'lida turli xavf-xatarlarga duch keladi, natijada qoqilishlar, yana harakatni davom ettirish yuz beradi. Xavf-xatar iqtisodiy risklarning ko'rinishi hisoblanadi. Risklarni esa bozorning obyektiv sharoiti paydo qilar ekan xavf-xatar ham shunday yuzaga keladi. Xavf-xatarga iqtisodiyot vaqti-vaqti bilan duch keladi. Lekin har safar uning miqyosi, ko'rinishi va iqtisodiyotga ta'siri turlicha bo'ladi. Xavf-xatar iqtisodiy tahdidni yuzaga keltiradi.

Iqtisodiy tahdid — bu xavf-xatarni iqtisodiyotga salbiy ta'sir etishidir.

Tahdid iqtisodiyotga raxna solib xavfsizlik muammosini yuzaga chiqaradi (17.1-rasm).



17.1-rasm.

Xavf-xatarlar xarakteri jihatidan obyektiv va subyektiv bo'ladi. Obyektiv — bu iqtisodiy va tabiiy shart-sharoit hosil qilgan xavf-xatardir. Subyektivi iqtisodiy siyosatda yo'l qo'yilgan xatolar yuzaga keltiradigan xavf-xatarlardir.

Xavf-xatarlarning sababi iqtisodiy, tabiiy-demografik va ijtimoiy-siyosiydir. Bular orasida iqtisodiy sabablar birlamchidir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan sari unga dastlab xos bo'lgan tarqoqlik, stixiyalilik, alohidalashuv, o'z manfaatini ustun qo'yish kabilar cheklanadi. Biroq ular yo'qolib ketmaydi, bozor mexanizmi har doim ham bir maromda ishlab turmaydi, unga xos bo'lgan layoqatlilik doimiy emas, chunki vaqti — vaqti bilan u layoqatsiz ham bo'lib turadi. Bozor kuchlari nolayoqatsizlik holatiga tushganda iqtisodiyotda nomutanosiblik, uning mexanizmlaridagi nosozlik yuzaga kelib bu xavf-xatarga sabab bo'ladi.

Korrupsiya ham iqtisodiyotning xavf-xatar manbayidir. Bu poraxo'rlik munosabati bo'lib, davlat nomidan xizmat ko'rsatish chog'ida o'z mansabini suiiste'mol qiluvchi amaldorlar bilan shu xizmatdan foydalanuvchi firmalar, tashkilotlar va ayrim fuqarolar o'rtasida yuz beradi. Bunda porani berish va uni olish yuz beradi. Korrupsiya bozor qoidalariga binoan xizmatlarni ixtiyoriy ravishda oldi-sotdi qilish emas, balki ularni ko'rsatish uchun g'ayriqonuniy

haq olishdir. Davlat ko'rsatgan xizmatlar uchun pora berish bozor qonunlariga binoan yuz bermaydi. Pora xizmat uchun beriladigan ustama to'lovdir, chunki birlamchi va qonuniy to'lovni davlat o'z xizmatchisiga ish haqi shaklida to'laydi. Korrupsion daromad xarom daromad bo'lib, bu daromadlardagi tengsizlikni kuchaytirib yuboradi. Korrupsiyaning xatarli jihati shundaki, bu kishilarda norozilik uyg'otib jamiyatdagi ijtimoiy muvozanatga raxna soladi. Bu birinchidan, ikkinchidan korrupsiya daromadlarni poraxo'rlar qo'lida to'planishiga olib keladi. Natijada, o'z sohibi ishlab topgan daromadning poraga aylangan qismi yashirin ravishda jamg'ariladi. Poraxo'rlar qo'lidagi yashirin pul investitsiya uchun ham xizmat qilmaydi. Bu aholi qo'lidagi pul qoldig'ini ko'paytiradi, bu bilan pul muomalasiga tahdid soladi.

Demografik vaziyatni o'zgarishi ham xavf-xatarni sababchisidir. Aholini tez o'sishi natijasida ortiqcha ish kuchi hosil bo'lib, bandlik masalasi keskinlashadi, ishsizlarni oz bo'lsa-da tirikchiligini ta'minlash davlat budjetiga og'ir yuk bo'ladi, uning iqtisodiy xarajatlarini qisqartirib ijtimoiy xarajatlarini oshirishga to'g'ri keladi. Aholini oziq-ovqat ishlab chiqarishga nisbatan tez o'sishi aholi ta'minotida katta qiyinchiliklar tug'diradi. Aholi sekin o'sgan yoki u o'smagan sharoitda ish kuchi defitsiti paydo bo'lib, bu moddiy kapital va inson kapitali o'rtasidagi nomutanosiblikni hosil qilib iqtisodiyotga putur yetkazadi.

Xavf-xatarni ijtimoiy beqarorlik ham hosil qiladi. Ijtimoiy munosabatlardagi keskinlik, ish tashlash, namoyishlar, qonunga itoat etmaslik kabi hodisalarni yuzaga keltiradiki bu iqtisodiyotni izdan chiqarishi mumkin. Bunga misol qilib 2012-yil Gretsiya, Ispaniyadagi ommaviy ish tashlar iqtisodiyotga keltirgan zararlarni ko'rsatish mumkin.

Iqtisodiy xavf-xatarni siyosiy beqarorlik, hokimiyat bilan oppozitsiyaning uzluksiz kurashi, hatto fuqarolar urushini kelib chiqishi, siyosiy konfrontatsiyani (siyosiy qarshi turishni) haddan oshib ketishi ham iqtisodiyotni izdan chiqaradi. Masalan, kuchli siyosiy konfrontatsiya Gruziya iqtisodiyotini qo'shnilar iqtisodiyotidan orqada qolishiga olib keldi, shunday voqea Ukrainada ham yuz berdi.

Xavf-xatarning tabiiy va texnogen sabablari ham bor. Iqtisodiyotga xizmat qiluvchi tabiiy resurslarni oxirlab qolishi, ularni qaytadan tiklash yoki chetdan keltirish katta sarflarni talab qiladiki, bu iqtisodiyotga katta yuk bo'lib tushadi. Tabiiy va texnogen falokatlar (zilzila, suv toshqini, qurg'oqchilik, o't ketishlar, texnik avariyalar) ham iqtisodiyotga zarar keltiradi. 2012-yil AQShning

sharqiy qirg'oqlarida bo'lgan to'fon va suv toshqini keltirgan talofot. Rossiyadagi Sayon-Shushen gidrostansiyasidagi 2010-yil katta avariya va 2012-yilgi Yaponiyadagi «Fukusimo» atom elektrostansiyasidagi avariya ham qimmatga tushdi.

Tahdid sabablari ichki va tashqi bo'ladi. Ichki sabab bu muayyan mamlakatning o'ziga xos sharoitda bozor kuchlarining yaxshi natija bermasligi, davlat iqtisodiy siyosati samarasining pastligi hisoblanadi. Buni tasdig'i sifatida iqtisodiy krizislarni takrorlanib turishini ko'rsatish mumkin.

Tashqi sabablar chetdan kirib keladigan xavf-xatarni paydo qiladi. Tashqi iqtisodiy aloqalar mexanizmini ham ma'lum vaqtdan keyin sharoit o'zgarishi munosabati bilan yaxshi natija bermay qo'yadi. Bu eksport, import, ish kuchi va kapitalning xalqaro miqyosdagi taqsimlanishida uzilishlarni keltirib chiqaradi, natijada milliy iqtisodiyotlar tashqi xatarga to'qnash keladi. Kapitalni chetga chiqib ketishi eksportdagi qiyinchilik, iqtisodiyotni tang ahvolga soladi.

Milliy iqtisodiyotlar integratsiya jarayoniga kirishib tobora globallashib boradi. Ular bir-biri bilan chambarchas bog'lanib qolganidan xatarlar bir mamlakatdan boshqasiga ko'chib umumiy xavf-xatar tusini oladi.

17.2. Iqtisodiy xavfsizlik va uning turlari

Iqtisodiy xavf-xatarlar iqtisodiyotga tahdid o'tkazar ekan, bulardan saqlanib xavfsizlikni ta'minlash zarur, chunki bu iqtisodiy o'sishning muhim shartidir.

Iqtisodiy xavfsizlik – bu milliy iqtisodiyotni ichki va tashqi tahdidlarga do: ı berib, ulardan himoyalangan bo'lishi, o'z salohiyatini saqlab qolib rivojlanishga moyil bo'lishi uni yashovchan bo'lib destabilizatsiya (beqarorlik) bo'lganda o'z qaddini rostlay olilishi kabilarni anglatadi.

Iqtisodiyot tizimli bo'lganidan uning xavfsizligining turli yo'nalishlari bor.

Ishlab chiqarish xavfsizligi – Bu iqtisodiy xavfsizlikni birlamchi asosi hisoblanadi, chunki ishlab chiqarishdagi xavfsizlik boshqa sohalardagi xavf-xatarni oldini oladi.

Ishlab chiqarish xavfsizligi-bu tovar va xizmatlarni yaratish jarayonini muntazam va cheklovlarsiz bir me'yorda o'sib borishiga sharoit mavjudligini bildiradi.

Ishlab chiqarish xavfsizligi ta'minlanganda iqtisodiy barqarorlik mavjud bo'ladi, ya'ni milliy iqtisodiyot bir maromda rivojlanib

haq olishdir. Davlat ko'rsatgan xizmatlar uchun pora berish bozor qonunlariga binoan yuz bermaydi. Pora xizmat uchun beriladigan ustama to'lovdir, chunki birlamchi va qonuniy to'lovni davlat o'z xizmatchisiga ish haqi shaklida to'laydi. Korrupsion daromad xarom daromad bo'lib, bu daromadlardagi tengsizlikni kuchaytirib yuboradi. Korrupsiyaning xatarli jihati shundaki, bu kishilarda norozilik uyg'otib jamiyatdagi ijtimoiy muvozanatga raxna soladi. Bu birinchidan, ikkinchidan korrupsiya daromadlarni poraxo'rlar qo'lida to'planishiga olib keladi. Natijada, o'z sohibi ishlab topgan daromadning poraga aylangan qismi yashirin ravishda jamg'ariladi. Poraxo'rlar qo'lidagi yashirin pul investitsiya uchun ham xizmat qilmaydi. Bu aholi qo'lidagi pul qoldig'ini ko'paytiradi, bu bilan pul muomalasiga tahdid soladi.

Demografik vaziyatni o'zgarishi ham xavf-xatarni sababchisidir. Aholini tez o'sishi natijasida ortiqcha ish kuchi hosil bo'lib, bandlik masalasi keskinlashadi, ishsizlarni oz bo'lsa-da tirikchiligini ta'minlash davlat budjetiga og'ir yuk bo'ladi, uning iqtisodiy xarajatlarini qisqartirib ijtimoiy xarajatlarini oshirishga to'g'ri keladi. Aholini oziq-ovqat ishlab chiqarishga nisbatan tez o'sishi aholi ta'minotida katta qiyinchiliklar tug'diradi. Aholi sekin o'sgan yoki u o'smagan sharoitda ish kuchi defitsiti paydo bo'lib, bu moddiy kapital va inson kapitali o'rtasidagi nomutanosiblikni hosil qilib iqtisodiyotga putur yetkazadi.

Xavf-xatarni ijtimoiy beqarorlik ham hosil qiladi. Ijtimoiy munosabatlardagi keskinlik, ish tashlash, namoyishlar, qonunga itoat etmaslik kabi hodisalarni yuzaga keltiradiki bu iqtisodiyotni izdan chiqarishi mumkin. Bunga misol qilib 2012-yil Gretsiya, Ispaniyadagi ommaviy ish tashlar iqtisodiyotga keltirgan zararlarni ko'rsatish mumkin.

Iqtisodiy xavf-xatarni siyosiy beqarorlik, hokimiyat bilan oppozitsiyaning uzluksiz kurashi, hatto fuqarolar urushini kelib chiqishi, siyosiy konfrontatsiyani (siyosiy qarshi turishni) haddan oshib ketishi ham iqtisodiyotni izdan chiqaradi. Masalan, kuchli siyosiy konfrontatsiya Gruziya iqtisodiyotini qo'shnilar iqtisodiyotidan orqada qolishiga olib keldi, shunday voqea Ukrainada ham yuz berdi.

Xavf-xatarning tabiiy va texnogen sabablari ham bor. Iqtisodiyotga xizmat qiluvchi tabiiy resurslarni oxirlab qolishi, ularni qaytadan tiklash yoki chetdan keltirish katta sarflarni talab qiladiki, bu iqtisodiyotga katta yuk bo'lib tushadi. Tabiiy va texnogen falokatlar (zilzila, suv toshqini, qurg'oqchilik, o't ketishlar, texnik avariyalar) ham iqtisodiyotga zarar keltiradi. 2012-yil AQShning

sharqiy qirg'oqlarida bo'lgan to'fon va suv toshqini keltirgan talofot. Rossiyadagi Sayon-Shushen gidrostansiyasidagi 2010-yil katta avariya va 2012-yilgi Yaponiyadagi «Fukusimo» atom elektrostansiyasidagi avariya ham qimmatga tushdi.

Tahdid sabablari ichki va tashqi bo'ladi. Ichki sabab bu muayyan mamlakatning o'ziga xos sharoitda bozor kuchlarining yaxshi natija bermasligi, davlat iqtisodiy siyosati samarasining pastligi hisoblanadi. Buni tasdig'i sifatida iqtisodiy krizislarni takrorlanib turishini ko'rsatish mumkin.

Tashqi sabablar chetdan kirib keladigan xavf-xatarni paydo qiladi. Tashqi iqtisodiy aloqalar mexanizmini ham ma'lum vaqtdan keyin sharoit o'zgarishi munosabati bilan yaxshi natija bermay qo'yadi. Bu eksport, import, ish kuchi va kapitalning xalqaro miqyosdagi taqsimlanishida uzilishlarni keltirib chiqaradi, natijada milliy iqtisodiyotlar tashqi xatarga to'qnash keladi. Kapitalni chetga chiqib ketishi eksportdagi qiyinchilik, iqtisodiyotni tang ahvolga soladi.

Milliy iqtisodiyotlar integratsiya jarayoniga kirishib tobora globallashib boradi. Ular bir-biri bilan chambarchas bog'lanib qolganidan xatarlar bir mamlakatdan boshqasiga ko'chib umumiy xavf-xatar tusini oladi.

17.2. Iqtisodiy xavfsizlik va uning turlari

Iqtisodiy xavf-xatarlar iqtisodiyotga tahdid o'tkazar ekan, bulardan saqlanib xavfsizlikni ta'minlash zarur, chunki bu iqtisodiy o'sishning muhim shartidir.

Iqtisodiy xavfsizlik – bu milliy iqtisodiyotni ichki va tashqi tahdidlarga dosh berib, ulardan himoyalangan bo'lishi, o'z salohiyatini saqlab qolib rivojlanishga moyil bo'lishi uni yashovchan bo'lib destabilizatsiya (beqarorlik) bo'lganda o'z qaddini rostlay olilishi kabilarni anglatadi.

Iqtisodiyot tizimli bo'lganidan uning xavfsizligining turli yo'nalishlari bor.

Ishlab chiqarish xavfsizligi – Bu iqtisodiy xavfsizlikni birlamchi asosi hisoblanadi, chunki ishlab chiqarishdagi xavfsizlik boshqa sohalardagi xavf-xatarni oldini oladi.

Ishlab chiqarish xavfsizligi-bu tovar va xizmatlarni yaratish jarayonini muntazam va cheklovlarsiz bir me'yorda o'sib borishiga sharoit mavjudligini bildiradi.

Ishlab chiqarish xavfsizligi ta'minlanganda iqtisodiy barqarorlik mavjud bo'ladi, ya'ni milliy iqtisodiyot bir maromda rivojlanib

boradi. Bunda ishlab chiqarish qobiliyati saqlangan holda YaIMning jon boshiga hisoblangan hajmi ortib boradi. Bundan tashqari xavfsizlik ishlab chiqarishning texnologik darajasi va milliy iqtisodiyotdagi mehnat unumdorligi, ishlab chiqarishni innovatsiyalarga moyilligi, ishlab chiqarish tarkibiy tuzilishini bozor talabiga mosligi, iqtisodiyotni tanglik paydo bo'lganda undan kichik talofotlar bilan chiqish, ya'ni uni jon boshiga saqlay bilishi kabilarni bildiradi.

Moliyaviy xavfsizlik iqtisodiy xavfsizlikning muhim tomonidir. Moliyaviy xavfsizlik ta'minlangan yerda moliyaviy barqarorlik hukm suradi. Shunday bo'lganda iqtisodiyotning real sektori bilan moliyaviy sektorlari bir-biriga mos ravishda faoliyat yuritadi.

Moliyaviy xavfsizlik iqtisodiyotning ichki va tashqi subyektlari o'rtasidagi pul oqimini barqaror borishi uchun sharoit hozirligini bildiradi.

Xavfsizlik bu davlat budjeti defitsitsiz bo'lishi, defitsit yuzaga kelganda uni kichik bo'lishi, milliy pul qadr – qiymatini barqaror bo'lishi, banklar kapitalining yetarli bo'lishi, mamlakatdagi oltin-valuta zaxiralarini (buni xalqaro zaxiralar, deb ham yuritishadi) yetarli bo'lishi moliya bozorini bir maromda ishlab turishini bildiradi.

Pul oqimi bu iqtisodiyot uchun ozuqadir, uni to'xtovsiz borishi iqtisodiy o'sishning muhim sharti hisoblanadi, chunki busiz tovar va xizmatlarni o'z vaqtida ayriboshlanishi yuz bermaydi. **Monetar xavfsizlik,** ya'ni pul muomalasining xavfsizligi alohida o'rin tutadi. Bu muomaladagi pul miqdorini iqtisodiyot ko'lamiga mos bo'lishini talab qiladi, chunki pul yetishmay qolsa iqtisodiy oborot sustlashadi. Bordiyu pul ko'payib ketsa inflatsiya xavfi tug'iladi. Shu sababli iqtisodiyotni monetizatsiya (pul bilan ta'minlanish) darajasi yetarli bo'lishi talab qilinadi, shunga qarab pul miqdori ko'paytiriladi yoki kamaytiriladi. Milliy valuta (pul) mamlakat doirasidagi yagona to'lov vositasi bo'ladi, chetdan keladigan moliyaviy tajovuz yo'lini to'suvchi chegara yaratadi, chunki o'zga pul mamlakat ichki bozorida o'tmaydi. Shu sababli milliy pulni mustahkamlash xavfsizlikka xizmat qiladi. Umumiy pul bor joyda (masalan, yevrozonada) milliy xavfsizlikka erishish uchun umumiy pul – yevroni mustahkamlash kerak bo'ladi, chunki bu pul nafaqat umumiy bozorda, balki milliy bozorda ham yagona to'lov vositasi funksiyasini bajaradi.

Energetika xavfsizligi. Milliy iqtisodiyot barqaror o'sib borishi uchun uning hamma sohalari uzluksiz va yetarli miqdorda energiya bilan ta'minlanishi kerak bo'ladi. Sarflanadigan energiya turlari ham

talabga javob berishi zarur. Energiya xavfsizligi ta'minlanmasa iqtisodiyot izdan chiqadi.

Energetika xavfsizligi – bu mamlakatdagi barcha energiya iste'molchilarini energoresurslar bilan yetarli miqdorda va ularga og'irlik qilmaydigan narxlarda uzluksiz ta'minlanib turishlarini bildiradi.

Iqtisodiyot sanoatlashgan sari, aholi turmush madaniyati o'sgan sari ishlab chiqarishda va kundalik aholi turmushida energiya, talabmand mashina, uskuna va asboblar ko'p qo'llaniladi. Iqtisodiyotda uzluksiz energiya ta'minotiga erishish uchun o'z energoresurslaridan to'liq foydalanish, ular yetishmagan taqdirda importini muntazam bo'lishiga erishish kerak bo'ladi. Xavfsizlik energiya ta'minotida kollaps (to'xtab qolish) bo'lishiga yo'l qo'yilmaslikni bildiradi, chunki bu iqtisodiy kollapsga olib kelishi mumkin.

Energetika xavfsizligi quyidagi yo'llar bilan ta'minlanadi:

1. Energiya yaratish va uni uzatishning eng samarali usullarini qo'llash.

2. Energoresurslar manbalarini diversifikatsiyalash, ya'ni yangi manbalarini ishlatib energiya iste'moli bir manbaga bog'liq bo'lishiga yo'l qo'ymaslik.

3. Ekologik toza energoresurslarni keng qo'llash, bu bilan energiya iste'moli ekologik zararsiz bo'ladi.

4. Energiya iste'molida tejamkorlikka erishish. Nafaqat ishlab chiqarish, balki uy turmushida ham energiya sarfi kam bo'lgan mashina, asbob va uskunalarni ishlatilishi.

5. Yerosti tiklanmaydigan energo resurslar tugallanib borganidan doimo tiklanib turadigan energoresurslardan keng foydalanish kerak bo'ladi. Shu o'rinda bioenergiya (o'simliklarni chirish energiyasi), shamol va quyosh yerosti suvlari hamda dengiz to'lqinlari energiyadan foydalanish energetika xavfsizligi uchun istiqbolli sanaladi.

6. Energiya iste'molini bir maromda va uzluksiz borishiga erishish uchun turli davlatlarning energiya ta'minoti tizimi bir-biriga ulanadi, ya'ni davlatlararo energiya ta'minotiga o'tiladi. Bu bilan energiya ta'minoti kanda qilmay amalga oshiriladi. Energiya resurslarini oldindan kelishilgan narxlarga binoan yetkazib beriladi, bular energiya iste'molchilariga ham ma'qul bo'ladi.

Oziq-ovqat xavfsizligi. Buni oziq-ovqat resurslarini cheklangan bo'lishi va ularni aholi iste'molini qondirishga yetishmay qolishi talab qiladi. Mutlaq etishmovchilik kelib chiqqanda umuman oziq-ovqat, uning sifatidan qat'iy nazar yetishmay qolib, ochlik xavfi tug'iladi. Oziq-ovqatni nisbiy yetishmovchiligi sifatli (go'sht-yog', sut-qatiq, meva-sabzavot) mahsulotlarni aholi iste'moli uchun oz-

ligini bildiradi. Bu yerda qorin to‘q bo‘ladi, lekin bu yuzaki to‘qlik bo‘lib, sifatsiz mahsulotlar hisobidan paydo bo‘ladi, shu sababli sifatli mahsulotlarga muhtojlik mavjud bo‘ladi.

Oziq-ovqat xavfsizligi – bu kishilarni miqdoran yetarli va sifati jihatidan qoniqarli oziq-ovqat bilan uzluksiz ta’minlanib turishidir.

Xavfsizlik bo‘lishi uchun quyidagilar talab qilinadi:

1. Mamlakatning imkoni boricha o‘zini-o‘zi ta’minlab, importga kamroq qaram bo‘lishi.

2. Ovqatlanish beradigan kuch-quvvat sog‘lom yashash uchun yetarli bo‘lishi, bir kunlik oziq-ovqat eng kamida 2600 kalloriya, ko‘p bo‘lganda 3500 kalloriya berishi.

3. Oziq-ovqat sifatli bo‘lib, uning tarkibida oqsil, yog‘, vitaminlar va mineral moddalarga boy mahsulotlar yetarli bo‘lishi.

4. Asosiy oziq-ovqat mahsulotlarining narxi ko‘pchilik aholi uchun og‘irlik qilmasligi.

5. Aholining oziq-ovqat uchun sarfi uning iste’mol xarajatlarining yarmidan oshmasligi.

6. Yig‘ilgan oziq-ovqat zaxiralari aholi ta’minotida jiddiy uzilishlarga yo‘l bermasligi.

Xavfsizlikni ta’minlash uchun oziq-ovqat ishlab chiqarishni aholi sonini o‘sishiga nisbatan jadalroq o‘sishiga erishish zarurki, bu ekin maydonlarini kengaytirish, hosildorlikni oshirish (genetik modifikatsiyalashgan mahsulotlarni ko‘paytirib bo‘lsa ham) talab qiladi. Qishloq xo‘jaligiga katta investitsiyalar yuborish, agrar islohotlarni chuqurlashtirish, fermerlarni qo‘llab-quvvatlab, ularga boshqa yerdagilardan kam bo‘lmagan daromad topishga imkon berish kerak bo‘ladi.

Hozir (2012-yil) dunyo aholisi 7 mlrd bo‘lsa, 2050-yilga borib 10 mlrd nafarga yetadi. Bu Osiyo va Afrika hisobidan bo‘ladi, shu bois u yerda oziq-ovqat taqchilligi kuchayishi mumkin. Hozirning o‘zidayoq, bu yerda ochlik kuzatiladi. Masalan, 2012-yili yer yuzidagi och qolgan kishilar soni 1,2 mlrd nafarga yetdi. Bu oziq-ovqat xavfsizligini jiddiy qiladi, chunki ochlikdan yiliga 35 ming kishi o‘ladi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligi

Xavfsizlikni tashqi jihati ham bor, chunki milliy iqtisodiyotlar bir-biriga bog‘liq bo‘lib qoladi. Ulardan har birining xavfsizligi boshqasining xavfsizligiga borib taqaladi. Bu ayniqsa, eksporti katta mamlakatlarda yaqqol kuzatiladi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligi – bu mazkur aloqalarni muntazamligi va milliy manfaatlarga mos bo‘lishini bildiradi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligi eksport va import uzluksiz ravishda hamda manfaatli bo'lishini, chetdan kapitalni kirib kelishi iqtisodiy o'sishni ta'minlashi, kapitalni chiqib ketishi zararli bo'lmasligi, tashqi savdoda eksportning katta bo'lishi mamlakat valuta zaxiralarining saqlanishi yoki o'sib borishini ta'minlaydi.

Ijtimoiy xavfsizlik. Bu milliy xavfsizlikni muhim jihati hisoblanadi, chunki bunga iqtisodiy barqarorlik bog'liq bo'ladi. Ijtimoiy muvozanat buzilib, aholining turli qatlamlari o'rtasida to'qnashuvlar bo'lib, to's-to'polon yuz berganda iqtisodiyot katta zarar ko'radi. Shu bois, ijtimoiy barqarorlik katta ahamiyatga ega.

Ijtimoiy xavfsizlik aholining turli ijtimoiy guruhlari o'rtasida o'zaro murosa va tinch-totuvlik munosabatining qaror topishi va ijtimoiy muvozanatning mavjudligini bildiradi.

Xavfsizlik aholi turli toifalari o'rtasidagi partnyorlik (sherikchilik) munosabatlari qonun yo'li bilan o'rnatilganda qaror topadi. Ijtimoiy barqarorlik yuzaga kelishi uchun barcha toifadagi aholi manfaatlari uyg'unlashuvi, ular zidlik holatiga kelganda o'z vaqtida bartaraf etilishi kerak bo'ladi. Buning uchun kambag'al aholining ko'payib ketib me'yoridan ortishiga yo'l bermaslik talab qilinadi. Bozor kuchlari aholining tabaqalashuviga olib keladi, shu sababli davlat buni oldini oladi.

Kambag'allarni yanada kambag'allashuvi sharoitida boylarni yanada boyib ketishiga yo'l qo'ymaslik choralarini davlat qo'llashi kerak bo'ladi. Davlat boylarga katta soliq solib, bundan tushgan pulni kambag'allarga yordam sifatida tarqatadi, nochorlarni bepul ovqatlantirish, kiyintirish, bepul davolash va turarjoy bilan ta'minlashga sarflaydi. Kambag'allarga turli xayr-ehson fondlari ham yordam qo'lini cho'zadi. Xullas, ijtimoiy xavf-xatarni oldini olish va bartaraf etish uchun davlatdan faol ijtimoiy siyosat yurgizish talab qilinadi.

17.3. Xavfsizlikning me'yoriy chegaralari

Iqtisodiy xavfsizlik hamma yerda bir qolipga tushadigan hodisa emas. Turli mamlakatlarda iqtisodiy xavf-xatarning manbaalari, namoyon bo'lish shakli, ayrim xavf-xatarning ustuvorligi, ularni kamaytirish imkoniyatlari farqlanadi. Shu sababli xavfsizlikni miqdoriy me'yorlari hamma uchun bir xil bo'lolmaydi. Ammo ko'pchilik mamlakatlar uchun umumiy bo'lgan me'yorlar ham borki, ular ayrim mamlakatlar uchun mo'ljal vazifasini bajaradi.

1. Yalpi ichki mahsulotning o'sishi aholi o'sishidan tezroq borishi kerak, chunki bu jon boshiga yaratilgan mahsulot va xiz-

matlarni ortib borishini ta'minlab xalq farovonligini va kelajakdagi iqtisodiy o'sishni kafolatlaydi.

2. Davlat budjetining defitsiti YaIM qiymatining 3 – 4 % dan oshmasligi lozim, chunki shunday bo'lganda xarajatlarni tejash hisobidan kelajakdagi defitsitni kamaytirish va davlat qarzini oshib borishiga yo'l berilmaydi.

3. YaIM yaratishga ketgan energiya sarfi uning qiymatining 5 – 6 %dan oshmasligi kerak, aks holda energiya qaramligi kelib chiqadi. Energoresurslar yetishmagan holda ular importi uchun yetarli pul zaxiralari hosil qilinishi zarur.

4. Davlatning tashqi qarzi YaIM qiymatining 60 %dan ortmasligi talab qilinadi, chunki qarz bundan ortib ketsa, mamlakat bankrot holiga tushadi, uni kredit reytingi (qarzni to'lay olish qobiliyati) pasayib, unga ishonch yo'qoladi.

5. Oziq-ovqat mahsulotlari importi ularni mamlakatdagi iste'moliga nisbatan 30–50 %dan oshmasligi zarur, aks holda chetga qaramlik paydo bo'ladi. Bunga yo'l bermaslik maqsadida oziq-ovqat mahsulotlari importini moliyalashtirish uchun valuta rezervlari bo'lishi lozim.

6. Mamlakatning oltin-valuta rezervlari, ya'ni xalqaro rezervlar eng kam, deganda YaIM qiymatining 10 %ga teng bo'lishi talab qilinadi. Shunday bo'lganda chetdan olingan qarzni to'lash va minimal darajada eng zarur tovar va xizmatlar importi haqini to'lash mumkin bo'ladi.

7. Mamlakatdagi ishsizlik darajasi, ya'ni ishsizlarni mehnatga layoqatli aholi tarkibidagi hissasi 6 – 8 % oshmasligi kerak. Shunday bo'lganda ishsizlarni nafaqa bilan ta'minlash og'irlik qilmaydi, ishsizlar uchun yangi ish o'rinlarini yaratish uchun g'oyat katta xarajat talab etilmaydi. Eng muhimi ishsizlar soni me'yoridan ortib ketsa ijtimoiy ziddiyat kuchayib jamiyatdagi ijtimoiy muvozanat buziladi.

8. Aholi tabaqalari o'rtasidagi tengsizlik kuchaymasligi uchun kambag'allar aholining 10–12 %dan oshmasligi, jamiyat daromadining boylar qo'lida to'planishi uning 36–40 %dan oshmasligi zarur bo'ladi. Bunday me'yor ijtimoiy xavfsizlik uchun ham talab qilinadi.

Keltirilgan me'yorlar ularga hamma yerda to'la-to'kis amal qilinadi degan gap emas. Ularga bir yerda erishilsa, boshqa yerda erishilmaydi. Ammo, ular xavfsizlik mezoni sifatida qaraladi hamma uni ta'minlashga intilishi zarur.

Xavfsizlik muammosini yuzaga keltiruvchi xatarlarning manbayi va ta'sir kuchi turlichadir. Ular xavfsizlikning ayrim turlariga

har xil darajada ta'sir etadi. Masalan, oziq-ovqat xavfsizligiga tabiiy sharoit ta'sir etsa moliyaviy yoki ijtimoiy xavfsizlik bunga aloqador bo'lmaydi.

Turli xavfsizliklarning yakuniy natijasi umumiy xavfsizlik bo'lganidan buni aniqlashdan oldin har bir turdagi xavfsizlikning miqdoriy o'lchami aniqlanadi.

Turli xavfsizliklarning ko'rsatkichlariga tayanib, umumiy xavfsizlik indeksi aniqlanadi va bu xavfsizlik darajasi monitoringini o'tkazish va uni kamaytirish yoki bartaraf etish choralarini amalga oshirishga xizmat qiladi.

17.4. Iqtisodiy xavfsizlikning ta'minlanishi

Iqtisodiy xavfsizlik mamlakatning iqtisodiy salohiyati, dunyo iqtisodiyotida tutgan o'rni, tabiiy, moddiy va insoniy resurslar bilan ta'minlanishi, ilmiy-texnologik salohiyati, iqtisodiyotni tartiblab turuvchi mexanizmlarni naqadar yaxshi ishlashiga qarab turli darajada ta'minlanadi. Odatda iqtisodi yuksak mamlakatlarda bu to'la ta'minlansa, iqtisodi o'rtacha mamlakatlarda bunga qisman erishiladi, iqtisodi zaif mamlakatlar bunga g'oyat kam erishadilar yoki mutlaqo erisholmaydilar.

Xavfsizlikni ta'minlashning asosiy sharti bu milliy iqtisodiyotning raqobatlashuv qobiliyatini oshirish hisoblanadi. Bu raqobat kurashiga bardosh berish, unda yutib chiqishni, iqtisodiy o'sishga hissa qo'shilishini bildiradi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi bu eksportga chiqqan tovarlar va xizmatlarning tashqi bozor talabiga sifati va narxi jihatidan javob bera olishi, u yerdagi o'z segmenti o'rnini saqlab qola olishidir.

Raqobatbardoshlik bu tovar bozoridagi raqobatga chiday olishni o'zi emas, balki bellashuvda ustunlikka ega bo'lishidir. Buning uchun mamlakat ichidagi tovar eksportiga qodir firmalar innovatsion ishlab chiqarish bazasida tovarlar diversifikatsiyasi uzluksizligini ta'minlagan holda mehnat unumdorligini to'xtovsiz oshirib borishlari, tovarlarga ketgan xarajatlarni pasaytirishlari va eng muhimi tashqi bozorga sifatli va narxi jihatidan ma'qul bo'lgan tovarlarni taklif qilishlari lozim. Chet eldagi raqobatbardoshlik ichki bozordagi raqobat ko'lami va shiddatiga bog'liqdir. Mamlakat ichida nechog'liq erkin va sog'lom raqobat kuchli bo'lsa, shunchalik eksport qiluvchi firmalar xorij raqobatiga chidamli bo'ladilar. Ammo, tashqi bozordagi raqobatda ishtirok etish hammaga emas, balki g'oliblarni g'olibi bo'lgan elitar firmalarga nasib etadi. Raqobat-

bardoshlik qobiliyati eng avval ichki bozorda shakllanganidan, shu yerning o'zida iqtisodiy erkinlik ko'lami katta bo'lishi talab qilinadi, ya'ni mamlakat ichida liberalizm tamoyillari qanchalik kuchli bo'lsa, shunchalik chet eldagi raqobatga tayyorgarlik ham kuchli bo'ladi. Ammo, tashqi munosabatlarda ham liberalizmga yo'l berilishi lozim. Milliy bozordagi raqobat kurashida davlat ishtirok etmaydi, biroq milliy firmalarning xalqaro raqobatdagi ishtirokiga qulay sharoit yaratib, milliy manfaatlarni himoya qiladi. Davlat eksportchilarga litsenziyalar beradi, ularni soliq yengilliklari bilan siylaydi, eksportning bojxona to'lovlarini qisqartiradi, eksportni rasmiylashtirishni oson qiladi, eksportchilarga dotatsiya va subsidiyalar ajratadi. Davlat raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan strategik dasturlarni ishlab chiqadi, ularni amalga oshirishni ta'minlaydi. Buning uchun raqobatbardoshlik monitoringi o'tkaziladi. Bunda raqobatbardoshlik darajasi aniqlanadi. Agar u yuqori bo'lsa, uni saqlab qolish, agar u past bo'lsa oshirib borish chora – tadbirlari belgilanadi. Xullas, raqobatbardoshlikni faqat bozorning o'zi emas, balki davlat siyosati ham shakllantiradi.

Xavfsizlikni ta'minlash ishlab chiqarishni texnologik darajasini innovatsiya asosida oshirib borish, mehnat unumdorligini iqtisodiy o'sishning asosiy omiliga aylantirishni talab qiladi. Zamonaviy ishlab chiqarish serkapital ekan, xavfsizlikni ta'minlash uchun katta investitsiyalar jalb etilishi kerak bo'ladi, bunga birinchidan milliy investitsiyalarni ko'paytirish, ikkinchidan xorijiy investitsiyalarni jalb etish orqali erishiladi, bu ayniqsa iqtisodi zaif mamlakatlarning xavfsizligi uchun muhimdir. Investitsiyalar hisobidan modernizatsiya yuz beradi, eng yangi texnologiyalar ishlab chiqarishga kiritilib, bu resurslarni tejovchi iqtisodiy o'sishga qaratiladi. Ammo modernizatsiya ishlab chiqarishning diversifikatsiyasini ham ta'minlaydi, bunda eski ishlab chiqarish o'rniga yangisi keladi, tovarlar tarkibi ham jiddiy yangilanadi, g'oyat xilma-xil, nafliligi baland, o'rinbosarlik xususiyati kuchli, ekologik toza tovarlar yaratiladi. Diversifikatsiya milliy iqtisodiyotni jadal o'zgaruvchi bozor talabiga moslashtirib uning barqaror o'sishini ta'minlaydi.

Moliya sektorining real sektorga mos ravishda rivojlanishi, moliyaviy aktivlarni (aksiya, obligatsiya, sertifikat va h.k.) muomalaga me'yorida chiqarilishi, ular oborotini nazoratga olinishi moliya bozoridagi chayqovchilikni cheklash, kreditni me'yorida berilishi moliyaviy tahdidlarni cheklab, ulardan moliya sektorini himoya qiladi.

Yoqilg'i-energetika xavfsizligini ta'minlash uchun mamlakatdagi ichki energiya resurslarining barcha manbalari ishga solinadi,

yetishmagan bir energiya turi boshqasi bilan qoplanadi. Energoresurslarni uzatishdagi tabiiy-texnikaviy yo'qotishlar qisqartiriladi, ishlab chiqarishning energiya sig'imi qisqartiriladi, ya'ni YaIM birligini yaratish uchun ketadigan energiya sarfi kamaytiriladi. Buning uchun energiya tejovchi texnologiyalar joriy etiladi. Uy turmushida energiyani tejovchi asboblar qo'llaniladi. Ichki energoresurslar (gaz, neft, ko'mir, elektroenergiya) yetishmaganda, ularni import qilinishi kafolatlanadi. Masalan, shimoliy va janubiy gaz oqimlari, deb atalgan gaz quvurlari orqali gazni Rossiyadan Yevropaga yetkazib berilishi u yerdagi energetika xavfsizligini ta'minlaydi.

Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash uchun eng avval ichki ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foydalaniladi. Bunga ekin maydonlarini kengaytirish, ekinlar hosildorligi va uy hayvonlari mahsuldorligini oshirish bilan erishiladi. Shu o'rinda genetik modifikatsiyalashgan (genlarni chatishtirish orqali olingan) mahsulotlarni ko'paytirish oziq-ovqat tanqis mamlakatlar uchun katta ahamiyatga ega, chunki bu usul hosildorlik va mahsuldorlikni oshiradi. Oziq-ovqat ishlab chiqarish salohiyati har xil davalatlar, masalan, Braziliya, Argentina, Gollandiya oziq-ovqatni eksport qila oladi. Ayni vaqtda Italiya, Yaponiya va Janubiy Koreya, uni katta miqdorda import qilib, ehtiyojini 60—70 % qondiradi, qolgani esa o'zi ishlab chiqarishiga to'g'ri keladi. O'zini-o'zi boqa olmaydigan mamlakatlar ham borki (Osiyo va Afrika) ular chet elning oziq-ovqat yordami bilan kun ko'radi, chunki oziq-ovqat ishlab chiqarish aholining o'sishiga nisbatan sust boradi. Dunyoda jon boshiga hisoblangan ekin maydoni qisqarishga moyil bo'ladi. Bu kelajakda oziq-ovqat ta'minotini mushkullashtiradi va bu dunyo hamjamiyatini tashvishlantiradi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligi ularga muntazam tus berish va ularni kengaytirish orqali ta'minlanadi. Ularni tartib va qoidalari hamma uchun manfaatli bo'ladi. Shu o'rinda Xalqaro savdo tashkiloti katta ahamiyatga ega, chunki bu yerda davlatlararo savdo-sotiqning yagona va umumiy qoidalari amal qiladi, unga a'zo bo'lgan mamlakatlar (2012-yilda 130 ta mamlakat) tashqi savdosi kafolatlanadi. Tashqi aloqalar xavfsizligi iqtisodiyotning boshqalar uchun ochiqligini ma'lum chegarada bo'lishini bildiradi, chunki ochiqlik chetdan xatarni ham keltiradi va bu chegarani milliy manfaatlar belgilaydi. Iqtisodiy chegara vazifasini milliy pul, milliy bank tizimi va yagona bojxona tizimi bajaradi. Eksport, import, kapitalni kirib kelishi va chiqib ketishi, ish kuchi emigratsiyasi va migratsiyasi tartiblari belgilab qo'yiladiki, bu xavfsizlikni ta'minlaydi.

Iqtisodiy xavfsizlikka erishishning 2 usuli mavjud. Birinchisi bozor usuli, ya'ni bozor mexanizmini qo'llash. Bu usul milliy firmalar va kompaniyalarning raqobatbardoshligiga tayanadi. Ammo, buning uchun mamlakat ichida erkin raqobat muhiti bo'lishi lozim, chunki ichki raqobatda kuchli firmalar saralanadiki, ular tashqi raqobatga ham chidamli bo'ladilar. Buning uchun iqtisodiyotning liberallik darajasi yetarli bo'lishi lozim. Liberal (erkin) iqtisodiyot insonning tashabbusi va faolligiga tayanadi, chunki shu yo'l bilan uning manfaati yuzaga chiqadi. Uning asosida korporativ – guruhiy manfaat tashkil topadi, bu esa foydani ko'paytirishni mo'ljallaydi. Shu mo'ljalga yetishgandagina korporativ manfaatlar milliy manfaatlar bilan sig'ishadi. Firmalar mamlakat iqtisodiy xavfsizligiga o'z maqsadi jihatidan yondashadilar. Shu bois, bozor mexanizmining faqat o'zi xavfsizlikni ta'minlay olmaydi, unga asos bo'lgan layoqatsizlik xatarlarni qayta-qayta yaratib turadi, ularni yaratish va bartaraf eta olish har doim ham bir vaqtda yuz bermaydi. Ikkinchi usul – davlat usulidir. Firmalardan farqliroq davlat umummilliy manfaatlarni homiysi bo'ladi. Shu vajdan u makroiqtisodiy xavfsizlikni ta'minlashda yetakchi kuch bo'ladi, ayniqsa, bu bozor kuchlari layoqatsiz bo'lib qolganda yaqqol seziladi.

Davlat uzoq muddatga mo'ljallangan strategik siyosatni belgilaydi, xavfsizlikka bag'ishlangan maxsus dasturlarni ishlab chiqadi, ular xavf-xatarning manbalari va turlariga qarab qisqartirib borish yoki tugatish choralari belgilanadi. Davlat dasturlarida ishlab chiqarishdagi nomutanosibliklarga yo'l bermaslik choralari belgilanadi. Davlat ishlab chiqarishning moddiy hajmi, uning pul – qiymat shakli o'rtasidagi mutanosiblikni tiklash chorasini ko'radi. Davlat real sektorning o'sishini rag'batlantirgan holda moliya sektorini nazoratga olib, u yerdagi spekulyativ operatsiyalarni cheklaydi. Davlat dasturlari ishlab chiqarishning tarkibiy yangilanishi yo'llarini belgilaydi. Eski va yangi tarmoqlar, ishlab chiqarish va servis o'rtasidagi, ishlab chiqarish va sotsial infratuzilma o'rtasidagi, ishlab chiqarish, transport va energetikani bir – biriga mos rivojlantirish choralari davlat dasturlarida ko'rsatiladi.

Xavfsizlikni ta'minlash yo'lida davlat antikorrupsion siyosatga amal qiladi, bunda korrupsiyani yo'q qilish, buni iloji bo'lmaganda, uni xavfsiz darajaga tushirish choralari qo'llaniladi. Siyosiy oppozitsiyaga yo'l beriladi, bu bilan siyosiy muxolif kuchlar bir-birini nazorat qilib, ular vakillarini davlat ishlarida poraxo'rlik qilishiga to'sqinlik yaratadi. Poraxo'rlik qattiq jazolanadi. Masalan, Xitoyda 2012-yil 73 ming mansabdor kishilar poraxo'rlik uchun javobgarlikka tortildi. Davlat kishilarni mansabdorlarga qaramligini

qisqartirish uchun iqtisodiy erkinlikni kengaytirib, turli ruxsat berishlarni qisqartirdi. Qonunchilik yo'li bilan amaldorlarga sovg'a-salom berish taqiqlanadi, amaldorlar va ular yaqin qarindoshlarining daromadi va xarajati deklaratsiya qilinadi. Bunda ularni qanday summada ekanligi va qayerdan kelishi aniqlanadi, davlat amaldorlariga chet elda ko'chmas mulk sotib olish, chetga kapital qo'yish, chet el banklarida hisob varag'i ochish, u yerda qimmatli qog'ozlar sotib olish man etildi. Amaldorlarga biznes bilan shug'ullanish taqiqlanadi. Bu choralar korrupsiyani hech bo'lmaganda me'yoriy chegarada tutib turish imkonini beradi.

Davlatning strategik ijtimoiy siyosati daromad – sarfdagi tengsizlikni kuchaytirishga yo'l bermay, barchaning farovonligini oshirishga qaratiladi. Bu bilan xavfsizlik yaratuvchi ijtimoiy konflikt va to'qnashuvlarga yo'l berilmaydi. Xullas, davlatning faol ishtirokisiz xavfsizlikni ta'minlab bo'lmaydi, chunki buning uchun bozor mexanizmini o'zi yetarli emas.

Globalizatsiya sharoitida xavf-xatarlar umumiy tus oladi, chunki milliy iqtisodiyotlar bir-biriga bog'lanib qolganidan, xavf-xatarlar milliy doiradan chiqib, baynalminal tus oladi. Ular bir mamlakatdan boshqasiga o'tib turadi. Shu bois, xavfsizlikni ta'minlash mamlakatlarning hamkorligini talab qiladi. Shu yo'lda umumiy loyihalar ishlab chiqiladi va moliyalashtiriladi, iqtisodiyotga salbiy ta'sir etuvchi ekologiya muammolari birgalikda hal etiladi. Xavfsizlik uchun turli mamlakatlar ittifoqi doirasida birgalikda kurashiladi. Masalan, 2012-yil yevrozona mamlakatlari (umumiy pul – yevro muomala qiluvchi) Gretsiya, Portugaliya va Ispaniyaga moliyaviy tanglikdan chiqishi uchun katta miqdorda qarz berdi. Xavfsizlikni ta'minlashda dunyodagi yagona axborotlar tizimi internet ham xizmat qiladi. 2012-yil yer yuzida 2 mlrd kishi internetdan foydalandi, bu dunyo aholisining 28,5 %ni tashkil etadi. Bu xavf-xatardan o'z vaqtida voqif bo'lib xavfsizlik choralarini ko'rish imkonini beradi. Xullas, tahdidlar umumiy tus olganidan xavfsizlikka birgalikda erishish mumkin bo'lib qoladi.

Milliy iqtisodiyotlarning xavfsizligi turli darajada ta'minlanadi, buni sababi quyidagicha:

1. Mamlakatlarning kuch-kudrati bir xil emas, iqtisodiyoti kuchli, o'rtacha va kuchsiz mamlakatlar borki, ular tahdidlarga har xil darajada dosh bera oladilar.

2. Iqtisodiy xavf-xatarlarning mamlakatlardagi tahdid darajasi bir xil emas. Bir yerda energetika tahdidi ustuvor bo'lsa, boshqa yerda oziq-ovqat tahdidi, yana boshqa bir yerda moliyaviy tahdid ustuvor bo'ladi.

3. Tahdidlarga qarshi turib xavfsizlikni ta'minlovchi mexanizmlar ham turli mamlakatlarda har xil ishlaydi. Bozor munosabatlari rivojlangan yerda, ularga xos bo'lgan mexanizmlar iqtisodiyotdagi nosozliklar va uzilishlarni bartaraf etishga qodir bo'lsa, bozor tizimiga yangidan o'tgan mamlakatlarda bu mexanizmlar yetarlicha ishlamaydi. Shu bois, xavfsizlikni ta'minlashda davlat ancha faol bo'ladi. Xavfsizlikni ta'minlanishi uni abadul – abad qaror topishi emas. Xatarlar bir paydo bo'lsa, bir qisqarib yoki yo'qolib turadi. Shu bois, xavfsizlik masalasi qayta va qayta yuzaga keladi, chunki iqtisodiyotga siklli rivojlanish va riskli holat xosdir.

Xavfsizlikni ta'minlanishi bu tahdidlarni me'yoriy darajaga kelishiki, bu ularni iqtisodiyotni tahlikaga solib, uni izdan chiqarmaydi. Xavfsizlik umuman ta'minlangan holda ham xavf-xatar bo'ladi, lekin uning ta'siri kuchli bo'lmaydi. Tahdidlar har xil bo'lgani singari ulardan holi bo'lish ham bir xil emas albatta. Bir yerda xavfsizlik to'la bo'lsa, boshqa yerda qisman va yana boshqa yerda unga umuman erishilmasligi mumkin.

Xulosalar

1. Bozor iqtisodiyoti riskli bo'lganidan bu yerda xavf-xatarlar paydo bo'ladiki, bular iqtisodiyotga tahdid soladi va xavfsizlik muommosini keltirib chiqaradi. Iqtisodiy xavf-xatarlarning asosiy sababi bozor iqtisodiyotida bo'lib turadigan nolayoqatlik bo'lib, bu bozor mexanizmining vaqti kelganda yaxshi ish bermasligi, korrupsiyani mavjudligidir. Uning demografik sababi aholining g'oyat tez ko'payishi natijasida resurslarning yetishmay qolishidir. Xavf-xatarni jamiyatda bo'lib turadigan ijtimoiy va siyosiy beqarorlik, shuningdek, tabiiy va texnogen falokatlar ham yuzaga keltiradi.

2. Iqtisodiy xavfsizlik-bu milliy iqtisodiyotni tahdidlarga dosh berib ulardan himoyalanishidir. U ishlab chiqarish, moliyaviy, energetika, oziq-ovqat va tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligini o'z ichiga oladi. Iqtisodiyotga aloqador bo'lgan ijtimoiy xavfsizlik ham bor, bu turli toifaga mansub kishilar manfaati uyg'unlashib, ular o'rtasidagi inoqlik, sherikchilik va hamkorlik munosabatlarini ham yuzaga keltiradi.

3. Xavfsizlik ma'lum chegaralarda bo'ladiki, bu iqtisodiyotda yuz beradigan salbiy hodisalarni bir me'yordan chiqib ketmasligini bildiradi. Bu me'yorlar iqtisodiyot va aholining naqadar o'sishi, texnologiya, oziq-ovqat, energoresurslar importiga qaramlik darajasi, ishsizlik va inflatsiya darajasi, davlatning tashqi qarzi, oltin-valuta zaxiralari, davlat budjeti defitsiti yalpi ichki mahsulot

qiymatining qanday qismini tashkil etishi, kambag‘allarni aholining qanday qismini tashkil etishi, daromadlarning qanday qismi boylar qo‘lida to‘planishi kabi chegaralar bilan belgilanadi. Bu me’yorlar xavfsizlikni ta’minlashdagi mo‘ljal sifatida xizmat qiladi.

4. Xavfsizlikni ta’minlashda bozor kuchlarining o‘zi va davlat ishtirok etadi. Uning asosiy sharti milliy iqtisodiyotni raqobatbardosh bo‘lishiki, bu mamlakat ichidagi raqobat muhitini naqadar bo‘lishiga bog‘liqdir. Xavfsizlikni ta’minlashga bozor kuchlarining o‘zi yetarli bo‘lmaganidan, bunda davlat faol ishtirok ishtirok etadi, uning dasturlarida xavfsizlikni ta’minlash choralari belgilanadi. Davlat bozor mexanizmiga yo‘l ochish uchun uni rivojlantirishga qaratilgan islohotlarni o‘tkazadi. Bozor hamda davlatning ishtirokida ishlab chiqarish modernizatsiyalanadi va diversifikatsiyalashadi, yangi texnologiya, energetika, oziq-ovqat resurslari ishga tushiriladi, yetishmagan resurslar importi kafolatli qilinadi.

5. Tahdidlarni umumiy tus olishi va chetdan kirib kelishi xavfsizlikni ta’minlashda davlatlar hamkorligini talab qiladi, bunga tashqi iqtisodiy aloqalarni tartiblab hamma uchun manfaatli qilish orqali erishiladi. Biroq tahdidlar manbayi va ularni ta’sir kuchi va nihoyat, ularni himoyalanish imkoniyati turlicha bo‘lganidan mamlakatlar xavfsizligi turlicha ta’minlanadi.

Tayanch tushunchalar

Iqtisodiy xavf-xatar, iqtisodiy tahdid, iqtisodiy xavfsizlik, ishlab chiqarish xavfsizligi, moliyaviy xavfsizlik, energetika xavfsizligi, oziq-ovqat xavfsizligi, tashqi iqtisodiy aloqalar xavfsizligi, ijtimoiy xavfsizlik, xavfsizlik chegaralari va me’yorlari, milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi, ishlab chiqarish modernizatsiyasi va diversifikatsiyasi.

XVIII bob. PUL TIZIMI

18.1. Pulning mohiyati va iqtisodiyot uchun ahamiyati

Makroiqtisodiy oborotda tovar va xizmatlar harakatiga qarama-qarshi ravishda pul harakati yuz berishini oldingi bobda ko'rib chiqqan edik. Endi mana shu pul oqimini tahlil etamiz. Iqtisodiyotning pul tizimiga pulning o'zi, pul emissiyasi (uni muomalaga chiqarish), pulning shakllari, valuta rejimi (milliy pulni boshqa pulga almashtirish tartibi), pul bilan shug'ullanuvchi moliya institutlari (banklar va bankdan boshqa tashkilotlar) va nihoyat davlatning pul borasidagi (monetar) siyosati kiradi. Pul bozor iqtisodiyotining tani-yu joni hisoblanadi, chunki u pul bilan tirik. Pul bozor munosabatlarining asosiy vositasi, uning yordamida barcha iqtisodiy aloqalar amalga oshiriladi.

Pul — bozor aloqalarining hammabop va universal iqtisodiy vositasidir.

Biz bilamizki, bozor ishtirokchilarining hammasi puldan foydalanadilar. Xonadonlar resurslarni sotganda, firmalar tovar sotganda, davlat soliq undirganda pul oladi. Shu pulga xonadonlar bozordan iste'mol tovarlari sotib oladi, firmalar resurslar oladi, davlat esa ham resurslar, ham iste'mol tovarlarini xarid qiladi. Pul soliqlar, badal va qarz kabi majburiyatlarni to'lash uchun ham kerak. Xullas, pulsiz hech bir ish bitmaydi, hech kimning hojati chiqmaydi. Pul moliyaviy aktivlardan biri, boshqasi esa aksiya, obligatsiya va sertifikatlardir. Biroq pul shunday aktivki, unga to'lov vositasi sifatida hamma vaqt xohlagan tovar va xizmatlarni sotib olish mumkin, boshqa aktivlar vositasida esa bu ishni bajarib bo'lmaydi. Buning uchun aktivlarni oldin pulga sotish kerak. Masalan, «O'zneftgaz» kompaniyasining aksiyasiga, u qanchalik qadrli bo'lmasin, bozorda hech kim tovar sotmaydi, pulga esa albatta sotadi. Hozirchalik hech kim pulga o'xshatib ishlangan obligatsiyalarga ham tovar sotganicha yo'q.

Pulning bozor iqtisodiyoti uchun beqiyos ahamiyati uning funksiyalarida namoyon bo'ladi. Pul 3 ta asosiy funksiyani bajaradi:

1. **Hisob-kitob** va iqtisodiy o'lchov funksiyasi. Iqtisodiy faoliyatning 2 xil o'lchami bo'ladi. Biri moddiy o'lcham bo'lsa, ikkinchisi pul-qiymat o'lchami. Mahsulot va xizmatlar turi millionlab bo'lganidan ularni moddiy jihatdan bir o'lchamga keltirib, ularni taqqoslab bo'lmaydi. Bu vazifani faqat pul bajarishi mumkin. Pulning hammabopligi shundaki, undan foydalanmaydigan iqtisodiy

subyekt umuman bo‘lmaydi. Pul universal vosita bo‘lganidan, u har qanday iqtisodiy faoliyatning xarajati va natijasini aniqlaydi. Xullas, pul qiymat o‘lchovi vazifasini o‘taydi. Qiymatni o‘lchash degani, ketgan sarf-xarajatlarni, yaratilgan tovar va xizmatlar miqdori va sifatining bozor narxida ifodalanishini bildiradi. Narx esa, biz bilamizki, tovar va xizmatlar xarid etilgan chog‘da to‘lanadigan puldir. Demak, pul qiymatni narx yordamida o‘lchaydi.

«PUL – PULLIGINI QILADI»



– Siz menga ko‘p yaxshilik qildingiz, sizga qanday minnatdorchilik bildirishni ham bilmayman.

– Pul bor joyda bunaqa bema’ni savolni bermaydilar.

2. **Muomala vositasi funksiyasi.** Pul bu funksiyani bajarganda oldi-sotdiga xizmat qiladi. Sotuvchi tovarini pulga almashtiradi, bunda biz bilamizki, **T-P** operatsiyasi yuzaga keladi. Xaridor esa o‘z pulini tovarga ayirboshlaydi, bunda **P-T** operatsiyasi yuzaga keladi. Pul universal to‘lov vositasi sifatida hamma yerda qabul qilinadi, chunki pulga almashtirilmaydigan tovar umuman bo‘lmaydi. Pulni tovarga ayirboshlanishi bir lahzali ish emas, bu to‘xtovsiz davom etadi. Shu sababli pul qo‘ldan qo‘lga o‘tib doimo harakatda bo‘ladi. **Pul insoniyatning buyuk kashfiyotlaridan biridir.** Bu bilan ayirboshlashda ulkan qulaylik paydo bo‘lgan, ayirboshlash sarf-xarajatlari mislsiz darajada qisqargan. Masalan, barter chog‘ida bir mahsulotga boshqa kerakli mahsulotni darhol topib almashtirish amrimahol ish bo‘ladi. Faraz qilaylik, agar dehqon sigirini motosiklga almashtirmoqchi bo‘lsa, motosikl egasiga sigir kerak bo‘lmaydi, unga uy kerak uy egasiga esa motosikl emas, balki muz-

latkich kerak. Shu taxlitda dehqon motosikl egasiga kerakli tovarni topib, unga sigirini almashtirguncha ko‘p ovora bo‘ladi, talay vaqt sarflaydi. Pul bor joyda bunday uzoq ovoragarchilik bo‘lmaydi. Sigir darhol pulga sotilib, pulga motosikl olinadi. Pulning borligi tufayli ikki tovar egasining ishi bir zumda bitadi. Pul tovar ayirboshlashni jadallashtirganidan iqtisodiy o‘sishga katta hissa qo‘shadi, chunki ayirboshlash vaqtini tejaydi.

3. **Jamg‘arish vositasi.** Pul bu funksiyani bajarganda boylik to‘plashga xizmat qiladi. Bunda pulning hozirgi kungi xarid qobiliyati kelajakka ko‘chiriladi, u to‘planib boradi va bo‘lg‘usidagi xarid ishiga xizmat qiladi. **Boylik — bu jamlangan barcha aktivlardir.** Moddiy aktiv — bu jamg‘arilish xususiyatiga ega bo‘lgan va uzoq saqlanadigan moddiy shakldagi narsalardir. Bular jumlasiga yer, yerosti boyliklari, o‘rmonlar, zavod, fabrikalar, fermer xo‘jaliklari, binolar, inshootlar, transport vositalari, oltin, kumush, platina, javohirlar va boshqalar kiradi. Moliyaviy aktiv — bu pul va pulga tenglashtirilgan qimmatli qog‘ozlar, ya’ni aksiya, obligatsiya va sertifikatlardir. Aytilgan barcha aktivlar jamg‘arilish xususiyatiga ega. Demak, pul boylikning yagona shakli emas, chunki uning boshqa shakllari ham bor. Biroq pul jamg‘arish, boylik to‘plashning eng qulay usuli, chunki u eng yuksak likvidli aktiv hisoblanadi.

Pulning likvidligi uning muomala vositasi sifatida hamma narsaga tez va hech bir to‘siqsiz ayirboshlanishidir.

Puldan boshqa likvidli aktivlar ham bor, lekin ular likvidlik jihatidan pulga tenglasha olmaydi. Masalan, pul hech bir xarajatsiz xohlagan paytda xohlagan narsaga ayirboshlanishi mumkin.

Bino, javohir yoki transport vositasi boshqa narsaga ayirboshlanishi uchun u sotilishi kerak, bu ko‘p vaqt va xarajatni talab qiladi.

Pul jamg‘arish vositasi bo‘lishi uchun uning **qadri barqaror** bo‘lishi kerak. Pul qadrsizlanganda, unga kelajakda kam tovar berishadi. Shu sababli qadrsizlanayotgan pulning jamg‘arilishi boylikning qisman yo‘qotib borilishini bildiradi. Shunday sharoitda pul o‘rniga boshqa aktivlarni jamg‘arish qulay bo‘lib qoladi.

18.2. Pulning qadr-qiymati

Pulning qadr-qiymati — bu pul birligining xarid qurbidir.

Pulning qadr-qiymati unga bozorda nima berilishi bilan belgilanadi. Qadri baland pullar kuchli pullar hisoblanadi. Qadri past pulni odamlar po‘choq yoki puch pullar, deb ataydilar. Ammo bular

ham iqtisodiyotda o‘z funksiyasini bajaradi, biroq iqtisodiy oborot uchun ular miqdori ko‘p bo‘lishi kerak.

Pul birligining qadri qanday bo‘lishidan qat’iy nazar uning barqaror saqlanishi ahamiyatlidir, chunki u pasayib borgan sharoitda pulga ishonch yo‘qoladi. Pulning qadri turli mamlakatlarda farqlanadi. Shu sababli, muayyan tovarni sotib olish uchun har xil miqdorda pul berish kerak. Masalan, 1 kg non uchun Angliyada 0,6 funt sterling berilsa, Rossiyada 20 rubl, Italiyada 2500 lira, Fransiyada 4 frank to‘lash kerak bo‘ladi. Pul qadri baland yerda u yaxshi ish beradi, qadri past yerda yomon ishlaydi, deb o‘ylash kerak emas. Qadri eng yuqori pul bu Quvayt dinoridir. Bir dinor Angliya funtidan, AQSh dollaridan, Yapon iyenasidan, Italiya lirasidan ham kuchli. Lekin bundan AQSh yoki Yaponiya iqtisodiyoti Quvayt iqtisodiyotidan kuchsiz, degan xulosa kelib chiqmaydi. Eng muhimi mavjud pul birligi qadrining saqlanib qolishi yoki uning sekin pasayishidir.

Pul birligining qadri pulning umumiy miqdoriga teskari mutanosiblikda bo‘ladi.

Hozirgi davrda deyarli hamma yerda pul birligi qadrining pasayishi kuzatiladi, ammo kishilar pulni ko‘p topganidan, bu ularning turmush darajasini pasaytirmaydi, balki buni oshiradi. Masalan, o‘tgan asr 60-yillarida bir dollarga AQShda 0,5 kg mol go‘shti olish mumkin bo‘lgan, 2000-yillar boshiga kelib shu pulga 125 g go‘sht bergan. Biroq oldin o‘rtacha ish haqi 600 dollar bo‘lsa so‘ngra 3600 dollarga tenglashgan. Demak, pul qadri 4 marta kamaygani holda ish haqi 6 marta oshgan va kishilarning farovonligi ham oshgan. Pul qadrining yuqori yoki past bo‘lishi muomala uchun zarur pul miqdorini o‘zgartiradi, xolos. Biroq arzonchilik bo‘lganda pul qadri yuqori bo‘ladi, qimmatchilik yuz bersa, pul qadri kamayadi. Muayyan mamlakatdagi pul qadrini uning miqdori o‘zgarmagan taqdirda turli omillar belgilaydi. Eng avval buni pulning moddiy ta’minlanishi, ya’ni pul ortida turgan tovarlarning miqdori va sifati belgilaydi. Tovar va xizmatlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, shunchalik ularni pulga ko‘proq xarid etiladi. Demak, pul qadri ishlab chiqarishga bog‘liq bo‘ladi. Qayerda ishlab chiqarish kuchli bo‘lsa, shu yerda pul qadri barqaror bo‘ladi. Bundan tashqari pul qadri mamlakatning oltin va valuta zaxiralari bilan ham ta’minlanadi, bular markaziy banklarda saqlanadi. Oltin zaxirasi 2 yo‘l bilan hosil qilinadi. Imkon bo‘lganda oltin ishlab chiqarilib, u yombi shaklida jamg‘ariladi. Buning iloji bo‘lmagan yerda oltin sotib olinib, xazina hosil qilinadi. Ilgarilari oltin pul bo‘lgan, ya’ni oltin tangalar yasalib, unga chetdan tovar keltirilgan. Hozir muomalada oltin pullar

o‘rniga qog‘oz pullar yuradi. Biroq oltin yuksak likvidli tovar hisoblanadi. Uni chet elda xohlagan vaqtda sotib, uning puliga tovar xarid etib mamlakatga keltirish va shu hisobidan milliy pulni moddiy jihatdan ta’minlash mumkin. Pul qadrini ta’minlashda chet el valutasi zaxiralarini hosil qilish ko‘proq qo‘llaniladi. Ko‘pchilik mamlakatlardagi valuta zaxiralari eng kamida 3 oylik importni ta’minlaydigan miqdorda hosil qilinadi. 2005-yil boshlarida zaxiralari eng ko‘p mamlakatlar Yaponiya (824,3 mlrd doll), Xitoy (610 mlrd doll), Tayvan (241,8 mlrd doll), Janubiy Koreya (199 mlrd doll), Rossiya (128,3 mlrd doll), Gonkong (123,6 mlrd doll), Hindiston (123,4 mlrd doll) bo‘ldi.

Valuta zaxiralari hisobidan chet eldan tovarlar import qilinib ichki bozorga tashlanadi, bu bilan pul qadri ta’minlanadi. Bu usul ayniqsa, o‘zini-o‘zi oziq-ovqat bilan ta’minlay olmagan mamlakatlarda keng qo‘llaniladi. Masalan, Yaponiya va Italiyada oziq-ovqat iste’molining 2/3 qismi import hisobidan qondiriladi va chetdan xomashyo ko‘p miqdorda sotib olinadi, shu sababli bu yerda pul qadrini ta’minlash uchun chet el valutasi ko‘p talab qilinadi. Zaxiradagi oltin yoki valutaning nisbati turlicha bo‘ladi. Oltin zaxiralari AQSh, Fransiya va Rossiya kabi mamlakatlarda ko‘p bo‘ladi. Aksincha, Gonkongda oltin o‘rniga valuta zaxirasi hosil qilinadi. Bu yerda jon boshiga hisoblangan valuta zaxirasi dunyodagi eng katta zaxira hisoblanadi, milliy pul qadri faqat valuta zaxirasi bilan ta’minlanadi. Iqtisodiyot uchun muhim narsa pul qadrining o‘zini yuqori yoki past bo‘lishi emas, balki uning barqarorligidir. Barqaror pulga ishonch ko‘p bo‘ladi, uni ishlab topish va jamg‘arishga intilish kuchayadi. Mana shuning uchun jamiyat pul qadrini ta’minlab turishdan manfaatdor bo‘ladi.

18.3. Pul turlari

Dunyoda nechta mamlakat bo‘lsa, shuncha milliy pullar (valutalar) bor. Ularning nomida o‘xshashlik bo‘lsa-da, ular farqlanadi. AQSh, Kanada, Avstraliya, Gonkong pullari dollar nomi bilan yuritiladi, lekin bular hamma jihatidan farqlanadi.

Milliy pul — bu muayyan mamlakatda muomalada yuruvchi va tanho to‘lov vositasi, deb qabul qilingan puldir.

Milliy pullar turlicha bo‘ladi. Ulardan biri tovar shaklidagi puldir. Shunday tovarlar borki, ularning ichki qadr-qiymati bo‘ladi, ya’ni ular mehnat sarflab ishlab chiqariladi, lekin boshqa tovarlarga ayirboshlanish xususiyatiga ega bo‘ladi. Bunday pulga misol qilib oltinni olish mumkin. Uning ichki qadr-qiymati bor, u qazib va

eritib olinadi, katta xarajat talab qiladi, u sanoatda ishlatiladi, undan zargarlik buyumlari, elektronika uchun butlovchi qismlar tayyorlanadi. Garchi hozir oltin tanga pullar ishlatilmasa-da, oltin yuksak likvidli tovar sifatida **tovar puli** bo'lishi mumkin. Iqtisodiyotda shunday vaziyat ham bo'ladiki, bironta tovar pul vazifasini o'taydi, ya'ni unga boshqa tovarlar olish mumkin bo'lganidan, uni pul o'rniga qabul qiladilar. Masalan, Rossiyada 1991–1994 yillar sigaretlar pul vazifasini o'tagan, ya'ni chekmaydiganlar ham uni pul, deb qabul qilishgan, chunki unga boshqa tovar olish mumkin bo'lgan. O'sha kezlarda Navoiy viloyatining Tomdi tumanidagi chorvadorlar xususiy mashinalarda uzoq yerga borib kelish uchun kira haqiga pul o'rnida bir bosh qo'y berishgan.

Hozirgi iqtisodiyotda tovar shaklidagi pul qo'llanilmaydi deyish mumkin. Ularning o'rniga qog'oz pullar ishlatiladi. Qog'oz pullar **dekretlangan**, ya'ni davlat tomonidan pul, deb e'lon qilingan maxsus belgilari bor qog'ozlardir. Qog'oz pullar davlat tomonidan muayyan mamlakatdagi yagona to'lov vositasi sifatida kiritiladi va bu haqda pulning o'ziga yozib qo'yiladi. Qog'oz pullar kupyura shakliga ega, ular har xil qiymatli bo'lib chiqariladi. Masalan, O'zbekiston milliy puli so'mni olsak u 10, 25, 50, 100, 200, 500, 1000 va 5000 so'mlik kupyuralar shaklida chiqariladi. Milliy pullar tangalar shaklida ham zarb etiladi. Ular yirik va mayda pullarga ajratiladi. Yirik pul qog'oz shaklida, mayda pul tanga va chaqa shaklida bo'ladi.

Milliy pul quyidagi xususiyatlarga ega bo'ladi: u mamlakatdagi yagona to'lov vositasi hisoblanadi, u himoya belgilariga ega (bu belgi 12 tagacha bo'ladi), uni qalbakilashtirish qiyin bo'ladi. Milliy pulning o'z ko'rinishi bor, uni boshqa puldan farqlantirib tanib olish mumkin. Masalan, biz O'zbekiston so'mini AQSh dollari, Yaponiya iyenasi yoki Qozog'iston tangasidan osongina farqlantirib, darhol tanib olamiz. Milliy pul chidamli bo'lib, uzoq davrda to'zimasdan xizmat qila oladi. Milliy pul yirik yoki mayda bo'lsa-da pul birligi, xarid qobiliyati bir xil hisoblanadi. Bitta ming so'mlik 2 ta besh yuz so'mlik yoki 5 ta ikki yuz so'mlik pulning qadri bir xil bo'ladi. Shu sababli yirik pulni maydalab olish yoki mayda pulni yirik qilib olish hech bir qiyinchilik tug'dirmaydi.

Pul o'z shakli jihatidan qog'oz, tanga va chaqa pullardan tashkil topsa, muomala qilish jihatidan naqd va naqd bo'lmagan pullarga ajratiladi.

Naqd pullar – bu aniq moddiy shakldagi qog'oz va tanga pullar bo'lib, ular qo'ldan qo'lga o'tib yuradi. Bu eng ko'p tarqalgan to'lov vositasidir. Biroq oldi-berdi aloqalariga naqd **bo'lmagan pullar** ham

xizmat qiladi. Bu pul aniq moddiy shaklga ega emas, u hayoliy pul, ya'ni uning bor-yo'qligini qo'l bilan ushlab va ko'z bilan ko'rib bo'lmaydi, balki xayolan tasavvur etiladi. Naqd bo'lmagan pul bu bankdagi ayrim fuqarolar (jismoniy shaxslar), firmalar yoki davlat tashkilotlari (yuridik shaxslar) nomiga yozilgan puldir. Naqd bo'lmagan pul bankda turgani uchun u egasiga foiz keltirgan holda o'sib boradi. U bankdan bankka ko'chib oborot qilganidan, uning muomala qilish xarajati oz bo'ladi, uni saqlash xavfli bo'lmaydi. Naqd bo'lmagan pullar bankning joriy va muhlatli depozitlarida turadi, u ham to'lovlarda qo'llaniladi. To'lov yuz berganda pul bir hisob varaqdan boshqasiga o'tkaziladi yoki chek yozib beriladi, chek esa to'lovga qabul qilinadi. Masalan, fuqaroning bankda 5000 ming so'm puli bo'lsa, 2000 ming so'mlik chek olib, shu chekka magazindan televizor sotib olishi mumkin, chunki chek naqd pul o'rniga qabul qilinadi.

Aholi naqd pul yoki chekdan tashqari plastik kartochkalardan ham foydalanadi. Biroq ularning o'zini pul deb bo'lmaydi. Ular pul borligini tasdiqlovchi vositadir. Asl pul kartochkaning o'zi emas, balki borligi unda qayd etilgan, lekin bankdagi pul egasining hisobvarag'ida yozilgan puldir.

Pul qanday shaklda bo'lishidan qat'iy nazar iqtisodiyotda har xil xizmat qiladi. Shu jihatdan aktiv (faol) va passiv (faol bo'lmagan) pullar mavjud. **Aktiv pul** bu amalda harakatda bo'lgan, ya'ni iqtisodiyotdagi oldi-berdi munosabatlarida to'lov vositasi sifatida ishlab turgan puldir. **Passiv pul** bu iqtisodiy oborotda ishtirok etmay turgan puldir, u jamg'arma, pul rezervlari va kassa qoldiqlaridan iborat puldir. U odatda muhlatli depozitlar va bank omonatlarida saqlangan pul bo'lib, vaqtinchalik egasi tomonidan ishlatilmay turadi. Barcha pul turlari iqtisodiyotda pul massasini tashkil etadi.

Pul massasi muayyan mamlakatda, muayyan paytda muomalada yuruvchi barcha pul turlarining miqdoridir.

Pul massasi uning agregatlaridan iborat bo'ladi. Pul agregati – bu pulning likvidligi jihatidan turli guruhlarga ajralishidir. Eng oldingi agregatga likvidligi yuqori pullar kiritiladi. Masalan, AQShda birinchi agregatga (uni M_1 deb belgilaydilar) naqd pul, yo'l cheklari, xohlagan paytda bankdan olinishi mumkin bo'lgan, lekin maxsus hisobvaraqda turuvchi pullar, chek vositasida olinishi mumkin bo'lgan boshqa pullar kiritiladi. Eng so'nggi agregatlar likvidligi pastroq pullardan iborat bo'ladi.

Milliy pullardan tashqari jahon pullari ham bo'ladi, bu xalqaro miqyosda, ya'ni mamlakatlararo iqtisodiy aloqalarga xizmat qiluvchi puldir. Ilgarilari jahon puli vazifasini oltin quymalari, ya'ni yom-

bilari tashkil etgan. O'tgan asrning 30-yillaridan boshlab oltin pullar muomaladan chiqib ketgach, oltin jahon puli vazifasini bajarmay qo'ygan. Hozir maxsus chiqarilgan jahon puli yo'q. Bu pul vazifasini qadri barqaror, ya'ni qattiq valutalar tashkil etadi. Bular AQSh dollari, Angliya funt sterlingi, Yaponiya iyenasi va nihoyat Yevropa Ittifoqining yevrosidir. Yevro yevrozonaga kirgan mamlakatlarning umumiy pulidir. U shu mamlakatlarning hammasida cheklovlarsiz qabul qilinadigan yagona to'lov vositasi bo'lib, 2002-yildan e'tiboran muomalaga kiritilgan.

18.4. Pul muomalasi

Pul muomalasi – bu pulning qo'ldan qo'lga o'tib, doimo aylanma harakatda bo'lishidir.

Pul banklardan chiqib firmalar, davlat idoralari va nodavlat tashkilotlari kassasiga kelib tushadi. Bu yerdan pul ishlovchilar va nafaqaho'rlar qo'liga o'tadi. Ular tovar va xizmatlarni tirikchilik uchun xarid etgach, davlat va nodavlat tashkilotlar resurs yoki iste'mol tovarni olgach, pul yana qayta bankka keladi. Tovarlar xarididan ortib qolgan pul bankka omonatlar sifatida qo'yiladi. Pulning bunday harakati uzluksiz takrorlanib turadi. Mana shu **pul oboroti** deb yuritiladi. Bu oborot pul daromadini olish va uni xarajat qilishdan iborat bo'ladi, unda iqtisodiyotning barcha subyektlari qatnashadi.

Iqtisodiyotdagi oldi-berdi aloqalariga xizmat qilish uchun ma'lum miqdordagi pul talab qilinadi. Pul oz bo'lsa, u defitsit hosil qilib, o'zaro pul hisob-kitoblari qiyinlashadi. Pul ko'p bo'lsa uning qadri tushib ketadi, unga ishonch kamayib, pul topishga intilish susayadi, iqtisodiy faollik ham kuchsizlanadi. Shu sababli, iqtisodiyotda pul yetarli bo'lib, u yetishmay qolishi yoki oshib-toshib ketishi kabi hollar yuz bermasligi kerak.

Iqtisodiyotning pul bilan naqadar ta'minlanishi uning monetizatsiyalanish darajasi, deb yuritiladi.

Buni (M_z) aniqlash uchun pul miqdori (M_p) yalpi ichki mahsulot qiymati (M_q) bilan taqqoslanadi. Shunday amal bilan pul massasining YaIMdagi hissasi aniqlanadi. Bunda $M_z = \frac{M_p}{M_q} \times 100$ bo'ladi. Masalan, mamlakatda yaratilgan YaIM qiymati 640 mlrd dollar bo'la turib, muomaladagi pul miqdori 128 mlrd dollar bo'lsa, monetizatsiya darajasi 20 % bo'ladi, chunki $M_z = \frac{M_p}{M_q} \times 100 =$

$= \frac{128}{640} \times 100 = 20$ % kelib chiqadi. Bu pul massasi YaIM qiymatining

1/5 ga teng deganidir. Monetizatsiya darajasi turli mamlakatlarda har xil bo'ladi, chunki pulga talab bir xil emas.

Pul muomalasini boshqarib turuvchi iqtisodiy qonun borki, bu bozor iqtisodiyotining muhim qonunlaridan biridir. Bu qonun muomalada qancha pul zarur bo'lishini belgilab beradi.

Pul muomalasi qonuni shunday iqtisodiy qonundirki, unga binoan muomaladagi pul miqdori sotiladigan tovar va xizmatlar narxining umumiy summasiga to'g'ri mutanosiblikda, pul harakatining tezligiga teskari mutanosiblikda bo'ladi.

Bu qonunga binoan sotiladigan tovar va xizmatlar (Q) qanchalik ko'p bo'lsa va ulardan har birining narxi (P) qanchalik yuqori bo'lsa pul shunchalik ko'p talab qilinadi, buning aksi bo'lsa pul kam kerak bo'ladi.

Biroq, pulning miqdoriga (M_p) uning aylanish tezligi (V) ham ta'sir etadi. Shunga binoan, pul miqdori M_p Q*P ga to'g'ri mutanosib, V ga esa teskari mutanosiblikda bo'ladi. Agar muayyan mamlakatda 10 mlrd dona tovar va xizmatlar yaratilib, ulardan har birining o'rtacha narxi 160 dollar bo'lsa va pul oldi-sotdiga 8 marta xizmat qilsa, ya'ni oborot tezligi 8 bo'lsa, iqtisodiyotga hammasi bo'lib 200 mlrd pul kerak bo'ladi, chunki

$$M_p = \frac{Q \times P}{V} = \frac{10 \text{ mlrd} \times 160}{8} = 200 \text{ mlrd}$$

hosil bo'ladi.

Agar mamlakatning iqtisodiyoti kuchli bo'lib, sifatli tovarlar ko'plab yaratilsa, ularning oldi-sotdisi uchun pul ko'proq kerak bo'ladi, bordi-yu iqtisodiyot zaif bo'lib, tovarlar sifatsiz va kam yaratilsa pul kamroq talab qilinadi. Shu sababli yiliga 10 trln dollarga teng tovar va xizmatlar yaratgan mamlakatga pul ko'p kerak bo'ladi, aksincha 3,7 mlrd dollarlik tovar va xizmatlar yaratgan Gaitiga pul kamroq kerak bo'ladi.

18.5. Pulga talab va pul taklifi

Pulga talab pul miqdorini belgilaydi, shunga binoan muomalaga pul chiqarilganda tovar-pul muvozanati (M*V=Q*P) hosil bo'ladi. Pulga talab barcha tovar va xizmatlarga bo'lgan talabning hosilasidir. Xarid etishga ehtiyoj ko'p bo'lsa, pul ko'p talab qilinadi va aksincha. Pulga talabni hamma xonadonlar va firmalar, davlat va nodavlat tashkilotlari bildirsa, pul taklifi uni muomalaga chiqaruvchi Markaziy bank tomonida bo'ladi, u emissiya markazi hisoblanadi.

Pul emissiyasi – bu pulning davlat tomonidan Markaziy bank orqali muomalaga chiqarilishidir.

Pul emissiyasi unga bo'lgan talabni qondirishga qaratiladi. Pulga talabni esa quyidagi omillar yuzaga keltiradi:

1. Tovar va xizmatlarni xarid etish ehtiyoji, buni **transaksion,** ya'ni oldi-sotdi bitimlari yuzaga keltiradigan ehtiyoj, deb yuritiladi. Bunda pulga talab oldi-sotdi qilinadigan tovar va xizmatlar miqdori na ularning o'rtacha bozor narxiga bog'liq bo'ladi. Narxlar yuqori bo'lsa, pul ko'p talab qilinadi, aksincha narx past bo'lsa, kam pul bilan oldi-sotdini o'tkazish mumkin. Lekin, pulga talabni sotiladigan tovar va xizmatlar miqdori ham yuzaga keltiradi.

2. **Spekulyatsiya qilish ehtiyoji.** Bu birjalarda tovarlar va moliyaviy aktivlarni (aksiya, obligatsiya, sertifikat) olib-sotish uchun zarur bo'lgan pulga talab chaqiradi. Spekulyatsiya, ya'ni olib-sotarlik ishlari (operatsiyalari) qanchalik ko'p bo'lsa, shunchalik pul ko'p kerak bo'ladi, bordi-yu birja operatsiyalari kam bo'lsa, pul ham kam talab qilinadi.

3. Har ehtimolga qarshi **pulni qo'lda saqlab turish zarurati.** Iqtisodiyot ishtirokchilari kutilmagan to'lov ishlariga duch kelganda puldan qiynalib qolmaslik uchun unga ega bo'ladilar. Masalan, arzon tovar uchrab qolganda, uni xarid etish uchun pul kerak bo'ladi.

4. **Pulning aylanish tezligi.** Bu pulni qanday vaqtda qo'ldan qo'lga o'tib turishini bildiradi. Agar pul tez aylansa, u kam talab qilinadi va aksincha. Hisob-kitob ishlarini elektron vositalarida va avtomatik tarzda bajarilishi kam pul bilan ko'p ishlarni amalga oshirilishini bildiradi. Agar XX asr boshlarida pulni Londondan Toshkentga o'tkazib, bu yerdan tovar olish uchun 1 oy vaqt ketgan bo'lsa, XXI asr boshlarida bu operatsiyani 10 minutda bajarish mumkin bo'lib qoldi. Demak, pul operatsiyalari qanchalik tez bitsa, pul shunchalik kam talab qilinadi.

Pulga talab tez o'zgaradi. Shunga binoan pul taklifi ham o'zgaradi. Talabni hisobga olib pulni bir ozaytirib, bir ko'paytirib turadilar.

Bu ishda turli usullar qo'llaniladi:

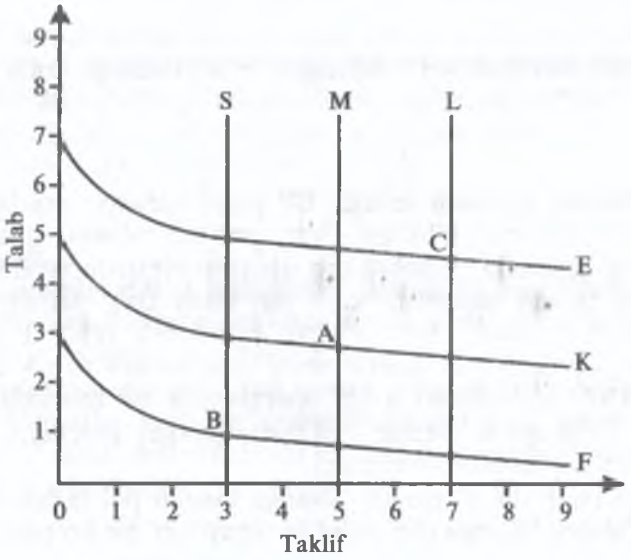
a) davlat qarz olganda pul kamayadi, qarzni to'laganda pul ko'payadi.

Muomalada 180 mlrd dollar pul bor, deb faraz qilaylik, Davlat 20 mlrd dollarlik qarz oldi, natijada muomaladagi pul 160 mlrd dollar bo'lib (180−20=160) qoladi. Bordi-yu davlat 30 mlrd dollarlik qarzni to'lasa, muomaladagi pul 190 mlrd dollar bo'lib (160+30=190) qoladi.

b) **Pul rezervlarining hosil bo'lishi.** Bunda naqd bo'lmagan pullarning bir qismi zaxiraga aylanadi. Masalan, «A» bankning 50 mlrd

dollar puli bor, u hosil qilishi zarur bo'lgan pul zaxirasi – rezervi 20 %ni tashkil etadi, ya'ni u 10 mlrd dollarni muomalaga chiqarmaydi. Natijada, uning puli shu summaga qisqarib, 40 mlrd dollarga tushib qoladi (50–10=40). Bordi-yu pul taklifini ko'paytirish kerak bo'lsa, rezerv normasi kamaytiriladi. Bizning misolimizda u 10 % keltiriladi. Natijada «A» bank taklif etadigan pul miqdori 5 mlrd dollarga ortib, jami pul taklifi 45 mlrd (40+5=45) bo'ladi. Demak, rezerv me'yorining o'zgartirilishi pul taklifini har xil qiladi.

Foiz stavkasining o'zgarishi. Foiz bu qarz narxi, u oshirilsa, qarz qimmatlashib unga talab qisqaradi, u oshsa aksi yuz beradi. Foiz kamayganda arzon pul hosil bo'lib, unga talabgor ko'payadi, natijada pul taklifi ortadi. Aksincha, foiz oshganda qimmat pul hosil bo'lib, uni olishga oshiqmaydilar. Natijada pul taklifi kamayadi. Buni anglash uchun quyidagi chizmani (18.1-rasm) tahlil etamiz.



18.1-rasm. **Pulga talab va pul taklifining o'zgarishi**

18.6. Inflatsiya

Chizmadagi E, K va F yoysimon chiziqlar pulga talabni, S, M va L tik chiziqlar pul taklifini bildiradi. Agar muayyan vaqtdagi pulga talabni K chiziq bilan, taklifni M chiziq bilan ifodalasak, ular A nuqtada kesishib, muvozanat hosil qiladi, bu aslida tovar-pul muvozanati (M*V=Q*P) bo'ladi. Vaqt o'tishi bilan pulga talab oshganda taklif ham ortib ular C nuqtada kesishgan. So'ngra talab

qisqarganda taklif ham unga moslashib, kesishuv nuqtasi B hosil bo'lgan. Demak kesishuv nuqtasi talab va taklif chiziqlarining siljishiga qarab avval o'ng tomonga, so'ngra so'l tomonga ko'chgan. Bu pulga talab va pul taklifining o'zgarishiga xos bo'ladi. Ular muvozanati iqtisodiyot uchun o'ta muhim, chunki bu bilan pul muomalasining barqarorligi ta'minlanadi.

Iqtisodiyotda inflatsiya va deflyatsiya, degan hodisalar uchrab turadi, bular ziddiy bo'ladi. **Inflatsiya** pul birligi qadrining narxlar oshib ketishi natijasida pasayishini, **deflyatsiya** aksincha narxlar tushib pul qadrining ortishini bildiradi. Biroq bunday hodisalar bir lahzali yoki mavsumiy emas, balki muqim bo'lib, uzoq vaqtda kuzatilganda inflatsiya yoki deflyatsiya bor, deb aytish mumkin. Masalan, pishiqchilik mavsumida ho'l meva narxi tushadi, so'ngra esa u oshadi. Shunga qarab deflyatsiya o'rniga inflatsiya keldi, deb aytish mumkin emas. Bunday deb aytish uchun pishiqchilik kezlari va undan so'nggi davrdagi narx-navoni bir necha yil davomida kuzatish kerak. Agar aytaylik iyul oyida 1 kg tarvuz 560 so'm, sentabr oyida 300 so'm, dekabr oyida 400 so'm bo'lsa, avval deflyatsiya, so'ng inflatsiya yuz bergan bo'lmaydi. Agar 1998-yil iyul oyida 1 kg tarvuz 120 so'm, 2012-yil shu oyda u 540 so'm bo'lsa – inflatsiya, agar tarvuz narxi shu davrda 120 so'mdan 100 so'mga tushsa – deflyatsiya, deb aytish mumkin. Biz masalani tushunish uchun bir tovar narxini misol qilib keltirdik. Aslida inflatsiya va deflyatsdiya degan hodisalar asosiy tovarlar to'plami narxining o'zgarishi bilan tavsiflanadi. Bu to'plamga turli mamlakatlarda 300 dan tortib 1000 gacha tovarlar kiritiladi. Ular narxiga qarab xulosa qilinadi. Inflatsiya hozirgi zamon iqtisodiyotiga xos narsa, chunki unga yo'liqmagan bironta mamlakat yo'q.

Inflatsiya, deganda narxlarning muhim ravishda o'sib borishi natijasida pul birligining qadrsizlanishi tushuniladi.

Inflatsiya yuz berganda hamma tovarlar narxi oshib, narxning umumiy darajasi yuqoriga ko'tariladi. Natijada, pul birligining xarid qurbi kamayadi, muayyan tovarni sotib olish uchun oldingidan ko'proq pul sarflanadi. Inflatsiya sharoitida pul keragidan ortib ketadi, ya'ni pul massasi tovar va xizmatlarga nisbatan ko'p bo'ladi.

Inflatsiya tovar-pul muvozanatining buzilganligini bildiradi, chunki $M*V=Q*P$ o'rniga $M*V>Q*P$ hosil bo'ladi. Masalan, jamiyatda sotish uchun chiqarilgan tovarlar narxi 120 mlrd dollar, pul 10 marta oborot qiladi, bunda 12 mlrd dollar pul kerak bo'ladi, amalda pul 14 mlrd dollar bo'ladi. Natijada, muomalada keragidan ortiqcha 2 mlrd dollar pul hosil bo'ladi, pul ko'pligidan talab ortib narxlar qimmatlashadi. Bizning misolda ilgari tovar-pul muvozanati

M*V=Q*P, 12*10=120, ya'ni 120=120 shaklida bo'lgan, so'ngra bu tenglik buzilib 14*10>120, ya'ni 140>120 hosil bo'lgan.

Nega shunday hodisa yuz beradi, degan savol paydo bo'ladi. Bunga javob inflatsiya sabablaridan kelib chiqadi. Bular quyidagicha:

1. Davlat o'z xarajatlarini qoplash uchun **pul emissiyasiga** qo'l uradi, ya'ni muomalaga qo'shimcha pul chiqaradi, bu pul davlat buyurtmalari haqini to'lash, budjet tashkilotlarida ish haqi to'lash orqali muomaladagi pulga kelib qo'shiladi va uning miqdorini ko'paytirib yuboradi. Oldingi misolimizni eslasak muomalada 10 mlrd dollar pul bor edi, davlat 2 mlrd dollarni emissiya qilganidan pul massasi 12 mlrd dollarni tashkil etdi. Pulning ko'payishiga javoban tovar va xizmatlar ko'payib ulgurmaydi, bizning misolimizda ular 120 mlrd dollarligicha qoladi. Ortiqcha pul tovar bilan ta'minlanmaganligidan narx oshadi. Narxlarning ortishi pulning ko'payishi hisobidan bo'lganda inflatsiyada **pul fenomeni** (hodisasi) yuzaga keladi. Emissiya tufayli inflatsiya yuz berganda **inflatsion soliq** undiriladi, ya'ni davlat o'z xarajatlarini qo'shimcha pul chiqarishi hisobidan qoplaydi. Pul ko'payib narx oshadi, aholi puli qadrsizlanadi, davlat esa bundan yutadi. Demak, aholi davlatga ko'zga ko'rinmaydigan soliq to'laydi. Agar odatdagi soliqlarni kishilar har xil to'lashsa, inflatsion soliqni hamma puli borlar bir xil to'laydi. Ularni inflatsiyadan yo'qotish ular pulidan soliq chegirishga o'xshab ketadi.

2. Ishlab chiqarishning qisqarishi. Bunda pul massasi o'zgarmaydi, lekin tovarlar **hajmi** qisqaradi. Natijada, pulning tovar bilan ta'minlanishi kamayadi, tovar defitsiti hosil bo'lib narx oshadi, pul esa qadrsizlanadi. Yana misolimizni eslasak, ilgari tovarlar 120 mlrd dollarlik bo'lsa, ishlab chiqarish qisqarganda, ular 110 mlrd dollarga tushib qoladi, pul massasi esa o'zgarmaydi, u 12 mlrd bo'lib, 10 marta oborot qiladi. Natijada 120=120 o'rniga 110<120, ya'ni 120>110 hosil bo'ladi. Tovarlar yetishmagandan narxlar oshib pul qadrsizlanadi.

3. Resurslar kamyobligidan ularga talab oshib, ularning **narxi** ko'tariladi, bu o'z navbatida xarajatlarni, binobarin narxni oshiradi. Buning natijasida, pul massasi o'zgarmagan taqdirda ham pulning qadri pasayadi. Bunday hol ayniqsa, import qilinadigan xomashyo, materiallar va yoqilg'i narxlari oshganda yuz beradi. Keyingi paytda (2000–2014-yy.) neft narxining oshib ketishi neft importiga qaram mamlakatlarda narxning oshishiga sabab bo'ldi. Resurslarning qimmatlashuvi mahsulotning birligiga ketgan ular sarfining oshishiga olib kelib, tayyor mahsulotlarning qimmatlashuviga sabab bo'ladi.

4. Valuta zaxiralarining qadrsizlanishi. Biz bilamizki, valuta zaxiralari hisobidan importni ko'paytirib, milliy pulning tovar bilan ta'minlanishini oshirish mumkin. Zaxira rolini o'tovchi valutalar qadrsizlansa, ularga chetdan olinadigan tovarlar miqdori qisqaradi, bunda importning qadrsizlanishi yuz beradi. Import qilingan tovarlar miqdori kamaygach, milliy pulning moddiy ta'minlanishi pasayadi, narxlar o'sa boshlaydi. Valuta zaxirasi xarid qurbi pasayishidan hosil bo'lgan inflatsiyani **import qilingan**, ya'ni tashqaridan kirib kelgan inflatsiya, deb atashadi, chunki zaxirani tashkil etgan valuta o'z mamlakatida inflatsiya tufayli qadrsizlanib, inflatsiyani bir mamlakatdan boshqa mamlakatga ko'chiradi. Shunday hodisa o'tgan asrning 70-yillarida yuz bergan. Rezerv (zaxira) valutasi hisoblangan AQSh dollarining kuchli inflatsiyaga duch kelishi valuta zaxirasi bor yerda importni qisqartirgan. Shu sababli bir qator Yevropa mamlakatlari zaxiralaridagi AQSh dollarini oltinga almashtirib berishni talab qilishgan.

18.7. Inflatsiya turlari

Kelib chiqish sabablariga ko'ra inflatsiya ikki turga bo'linadi:

1. **Talab inflatsiyasi.** Bunda inflatsiyani pulning ko'pligidan talabning ortishi yuzaga keltiradi, talab oshgan yerda esa narx qimmatlashadi. Talab inflatsiyasi pul emissiyasini yuzaga keltiradi.

2. **Taklif inflatsiyasi.** Bunda resurslar qimmatlashib, xarajatlar oshadi, foyda kamayib, tovarlarni ko'paytirishga intilish susayadi, natijada taklif talabga nisbatan qisqarib narx o'sadi. Talab inflatsiyasini **xarajatlar** inflatsiyasi, deb ham yuritiladi.

Davlatning narxlarga ta'sir etishi jihatidan qaralganda erkin va bostirilgan inflatsiya bo'ladi. **Erkin** inflatsiya yuz berganda narxlar o'z holicha o'sadi, davlat narx belgilashga umuman aralashmaydi. **Bostirilgan inflatsiya** bo'lganda davlat ma'muriy yo'l bilan narxlarning o'sishini chegaralab turadi. Erkin inflatsiyada bir narx ketidan boshqa narxlar ham o'sadi, natijada narxlar pariteti, ya'ni nisbati o'zgarmaydi. Masalan, bir tovar boshqasidan 2 marta arzon yoki qimmat tursa, narx oshgan sharoitda ham shunday holat saqlanadi. Agar 1 tonna metall 300 dollar, neft 150 dollar bo'lsa narx pariteti 2,0:1 bo'ladi, inflatsiya yuz berib metall 350 dollarga chiqadi, neft esa 175 dollar tursa, baribir narx pariteti 2,0:1 ligicha qoladi. Narx pariteti o'zgarmaganidan tovar ayirboshlashda zarar ko'rilmaydi, firmalar ilgaridek foyda olib ishlashda davom etadi. Hatto ular inflatsion **mukofot** hisoblangan foydaga ham ega bo'ladilar. Ma'lum davrgacha resurslar ilgarigi narxda olinib, xarajatlar

o‘smay turadi, tovar narxi esa oshadi. Natijada inflatsiya foydasi ko‘riladi. Lekin bu foyda vaqtincha bo‘ladi, chunki resurslar narxi ham oshib ulgurgach, u yo‘qolib ketadi. Masalan, resurslar eski narxi saqlanganda xarajatlar 10 mln dollar bo‘lgan, inflatsiyadan oldin tovarlar narxi 12 mln dollarni tashkil etib, 2 mln dollar (12−10=2) foyda ko‘rilgan. Tovarlar narxi oshib ular 13 mln dollar bo‘lib qoldi, lekin resurslar narxi oshib ulgurmaganidan xarajatlar 10 mln dollarligicha qoladi. Natijada 3 mln dollar (13−10=3) foyda ko‘rildi. Shundan 1 mln dollari (3−2=1) inflatsiya foydasi bo‘ladi. Ma’lum vaqtdan so‘ng resurslar narxi oshib, xarajatlar 11 mln dollarga etgach 2 mln dollar (13−11=2) foyda ko‘riladi. Natijada inflatsion foyda yo‘qoladi, chunki ilgarigi va keyingi foyda teng bo‘lib qoladi (2=2).

Davlat narxlarning o‘sishini chegaralab qo‘yganda inflatsiya sun’iy ravishda bostiriladi. Chunki narxlarning erkin o‘zgarib bir-biriga moslashib olishi qiyinlashadi, natijada narx pariteti buziladi. Bir narxning yuqori bo‘lib, boshqasining pastligicha qolishi, narx past joyda rentabellikni kamaytirib, iqtisodiy stimullarni so‘ndiradi, bu esa iqtisodiyot uchun zarardir.

Inflatsiyani uning shiddatiga, ya’ni naqadar tez yoki sekin borishiga qarab ham guruhlarga ajratiladi. Inflatsiya shiddatini uning darajasi belgilaydi.

Inflatsiya darajasi — bu narxlarning umumiy o‘sishidir.

Buni bilish uchun hozirgi narxlar oldingi narxlar bilan taqqoslanadi. Narx qanchaga oshgan bo‘lsa, shuncha inflatsiya bo‘lgan bo‘ladi. So‘nggi narxlardan (P_2) oldingi narxlarni (P_1) ayirib narx o‘simini topish va shu o‘simni oldingi narx darajasiga taqqoslab qancha inflatsiya (Y) bo‘lganini aniqlash mumkin. Bunda $Y_d = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \cdot 100\ \%$ hosil bo‘ladi. Aytaylik, ilgari umumiy narxlar 180 birlikni hosil qilsa, so‘nggi narxlar 210 birlikka qadar oshgan. Bunda inflatsiya quyidagicha bo‘ladi:

$$Y = \frac{210 - 180}{180} \times 100 = \frac{30}{180} \times 100 = \frac{300}{18} = 16{,}66\ \%.$$

Inflatsiyaning tez yoki sust borganini bilish uchun oldingi davrdagi narxlarning o‘sishi (inf_1) keyingi davrdagi o‘sish (inf_2) bilan solishtiriladi. Agar oldingi uch yilda inflatsiya 18 % bo‘lsa-yu, keyingi uch yilda u 12 % bo‘lsa, inflatsiya sur’ati pasaygan bo‘ladi, chunki 12<18.

Inflatsiyaning umumiy darajasini aniqlash uchun tovarlar narxining umumiy indeksi hisoblab chiqiladi, ya’ni asosiy tovarlar narxining ma’lum davrda necha foizga o‘zgargani aniqlanadi.

Bundan tashqari iste'mol tovarlari narxining indeksi degan ko'rsatkich ham ishlatiladi. Bunda iste'mol tovarlari va xizmatlarning narxi ma'lum davrda qanchaga o'zgargani aniqlanadi. Ammo inflatsiya darajasini narxlarning umumiy indeksi tavsiflashini yoddan chiqarib bo'lmaydi.

Inflatsiya shiddati bu narxlarning o'sish sur'atidir. Shu jihatidan 3 xil inflatsiya bo'ladi:

1. *O'rmalovchi (evida bo'ladigan) inflatsiya.* Bu narxlarning me'yorida o'sishini bildiradi, ya'ni ularning yiliga 10 %ga qadar o'sishini anglatadi.

«GIPERINFLATSIYA»



— Ser, sizni kuzatib turgan edim, yerda yotgan pulni tagiga qarab, o'zini olmay ketyapsiz?!

— Buni tushunmaydigan joyi yo'q, pulning tagida arzigulik narsa yo'qmikan, deb qaragandim, xolos.

2. *Yo'rg'alovchi inflatsiya.* Bu narxlarning biroz tez o'sib borishini bildiradi. Narxlar odatda yiliga 20–200 % o'sganda, yo'rg'alovchi inflatsiya bor, deb hisoblanadi.

3. *Giperinflatsiya* yoki *shiddat bilan yuguruvchi inflatsiya.* Bu narxlarning yiliga 1000 %dan ziyod, ya'ni 10 martadan ko'p o'sishini bildiradi. Bu o'ta xavfli inflatsiya hisoblanadi. U iqtisodiyotni izdan chiqarib, tang ahvolga solib qo'yadi. Pulga ishonch tamomila yo'qoladi, hamma puldan tezroq qutulishga intiladi, chunki u ko'z ochib yumguncha qadrsizlanadi.

Pul ishlab chiqarishdan ko'ra ko'proq olib-sotarlik ishiga, qisqa muddatda bitib ketadigan operatsiyalarga sarflanadi, hech kim pulni jamg'armaydi, chunki u ham qadrsizlanadi. Xonadonlar va firmalarni vahima bosadi. Giperinflatsiyaning yaqqol namunasi XX asrning 20-yillarida Germaniya, Polsha, Avstriya, Vengriya va shuningdek, o'sha asrning 70- va 80-yillar bo'sag'asida Nikaraguada kuzatilgan, bu yerda narxlar yiliga 330 marta o'sgan. Giperinflatsiya alomatlari O'zbekistonda 1990–1992-yillarda kuzatilgan, chunki o'sha kezlarda muomalada sho'rolar davrining rubl degan puli yurgan. Narxlar 960–1100 % atrofida oshib, pul keskin qadrsizlangan.

18.8. Inflatsiya oqibatlari

Inflatsiya oqibatlari uning nimaga olib kelishini bildiradi, bu **inflatsion kutish,** deb ham yuritadilar. Kutishning o'zi ikki xil bo'ladi. Birinchisi, oldindan nimaligi ma'lum bo'lgan narsani kutish. Bunda inflatsiya prognozlashtirilgan bo'ladi, narxlarning qanchaga ortishi oldindan taxmin etiladi, bundan xalq xabar topadi. Ikkinchisi, nima berishi oldindan ma'lum bo'lmagan inflatsiya, uning oqibatlari aniq bo'lmaydi, bular xalq uchun tasodif bo'ladi. Birinchi turdagi kutish yuz berganda xonadonlar va firmalar bunga moslashish choralarini belgilab oladilar. Ular tovarlarni yoki turli resurslarni oldindan sotib olib, ularning zaxirasini hosil qiladilar. Ikkinchi turdagi kutishda narxning ortishi noma'lum bo'lganidan unga xonadonlar va firmalar oldindan tayyorlanib bormaydilar, zaxira hosil qilmaydilar.

Inflatsiya oqibati sifatida pul qadrining pasayishidan iborat yo'qotishlarga duch keladi. Biroq buni har doim birdek baholab bo'lmaydi, chunki bu inflatsiyaning qandayligiga bog'liq. Agar giperinflatsiya iqtisodiy tanglik hosil qilsa, o'rmalovchi inflatsiya sharoitida iqtisodiy faollik yuz beradi. Gap shundaki, inflatsiya sust kechganda inflatsion foyda olish uchun firmalar ishlab chiqarishni ko'paytirishga intiladilar. Inflatsiya bir me'yorda kechganda pul taklifi ham me'yorida bo'ladi, ya'ni iqtisodiyotga qo'shimcha pul inyeksiya (ukol) qilinadi. Bu talabni oshirib bozorni kengaytiradi, natijada ishlab chiqarish o'sadi, bandlik ortib fuqarolarning pul daromadi ko'payadi. Iqtisodiyot uchun eng ma'quli inflatsiyaning bo'lmasligi, deb aytish mumkin, lekin amaliyotda bu har doim ham naf keltiravermaydi, chunki pul inyeksiyasi bo'lmaydi. Tajriba shuni ko'rsatadiki, inflatsiya evida bo'lganda pul inyeksiyasi iqtisodiy o'sishga ko'mak beradi. Shu sababli inflatsiyani faqat salbiy hodisa, deb aytib bo'lmaydi. Undagi ijobiylik va salbiylik inflatsiya sur'atiga

bog‘liqdir. Inflatsiya qanchalik sust bo‘lsa, iqtisodiy o‘sishga qulay sharoit shunchalik hosil bo‘ladi. Aksincha, inflatsiya qanchalik shiddatli bo‘lsa, shunchalik iqtisodiy qiyinchiliklar yuzaga keladi. Demak, gap inflatsiyaning o‘zida emas, balki uning darajasi va shiddatidadir.

Evida bo‘ladigan inflatsiyada yutqazish bo‘lmaydi, deb aytish mumkin, chunki narxlar o‘sgan sharoitda daromadlar ulardan tez o‘sadi. Masalan, narxlar yiliga 6 % oshsa, pul daromadlari 10 %ga oshadi. Bunda real daromad 4 % ko‘paygan bo‘ladi (10–6=4). Xuddi shuningdek, firmalar daromadi ham ortadi. Banklarda saqlanadigan pul qadri ham pasaymaydi, chunki bu pul uchun beriladigan foiz inflatsiyani hisobga olib oshiriladi. Masalan, hozir bank omonat uchun yiliga 4 % to‘lasa, inflatsiya yiliga 4 % bo‘lsa, bank shuni hisobga olib omonat uchun 8 % to‘laydi. Bu bilan inflatsion yo‘qotishdan ham qutulib qolinadi.

Inflatsiyaga moslashish **adaptatsiya,** deb yuritiladi. Yollanib ishlovchilar inflatsiyani hisobga olib ish haqini oshirishga erishadilar. Xonadonlar narxi sekin o‘sayotgan tovarlarga talab bildiradi, eng zarur tovarlarni ko‘proq xarid etadi. Aholi o‘z puliga likvidligi yuqori moddiy aktivlarni (qimmatbaho metallarni, javohirot buyumlarini, ko‘chmas mulkni va h.k.), qattiq valutani (dollar, funt-sterling, yevro) sotib oladi, pulini kafolatli daromad keltiruvchi aksiya va obligatsiyaga aylantiradi, katta foiz to‘lovchi banklarga qo‘yadi.

Firmalarning adaptatsiyalashuvi yuz berganda, ular pulni o‘zini tezda oqlovchi, ya’ni kapital oboroti tez sohalarga qo‘yadilar. Masalan, pulni 2–3 yilda oqlovchi sohalardan olib, 5–6 oy ichida pul qaytimini beradigan sohalarga qo‘yadilar. Kapitalning qadrsizlanishi uni ko‘paytirishni talab qiladi. Buning uchun firmalar qo‘shimcha aksiya chiqarib sotadilar, qarz ko‘taradilar, kapitalni kamroq sarflash uchun mashina-uskunalarni lizingga oladilar, olingan foydani kapitalni ko‘paytirish uchun investitsiya qiladilar.

Davlat ham adaptatsiya choralarini qo‘llaydi:

1. Inflatsiyani hisobga olib uchyot stavkasini (bu Markaziy bank kommersiya banklariga beradigan qarz uchun to‘lanadigan foizdir) oshiradi.

2. Daromadlarning **indeksatsiyasini** o‘tkazadi. Bunda daromadlar narxlarning o‘sishiga qarab oshiriladi. Indeksatsiya 2 xil bo‘ladi. Birinchisi **to‘la** indeksatsiya, bunda iste’mol tovarlari narxi qanchaga oshsa, aholi daromadlari ham shunchaga oshiriladi. To‘la indeksatsiyada aholi zarar ko‘rmaydi. Ikkinchisi **qisman** indeksatsiya. Bunda daromadlar narxlarning ortishiga nisbatan kamroq

darajada oshiriladi (masalan, narxlar 8 % oshsa, daromadlar 6 %ga oshadi), bundan qat'iy daromad (belgilangan ish haqi, nafaqa va stipendiya) oluvchilar zarar ko'radi.

Inflatsiya sur'ati past bo'lgan kezlarda (oyiga u 1 % atrofida bo'lsa) davlat adaptatsiya choralarini qo'llaydi. Inflatsiya sur'ati yuqori bo'lganda (oyiga 2–3 % bo'lganda) va ayniqsa giperinflatsiya yuz berganda davlat faol **antiinflatsion** siyosat o'tkazadi, bu asosan muomaladagi ortiqcha pulni olishdan, pul emissiyasini to'xtatishdan iborat bo'ladi. Iqtisodiyotda ortiqcha pul hosil bo'lganda pul massasi qisqartiriladi. Narxlar pul miqdoriga bog'liq bo'lar ekan, uning qisqarishi talabni kamaytirib, narxlarning o'sishini sekinlashtiradi va hatto narxlarning pasayishiga ham olib keladi. Ammo pul massasining qisqartirilishi me'yorida bo'lishi kerak, aks holda pul defitsiti hosil bo'lib, pul oborotida uzilishlar paydo bo'ladi, o'zaro pul to'lashlarda qiyinchilik yuzaga keladi.

Antiinflatsion siyosatning boshqa bir yo'nalishi iqtisodiyot real sektorini rag'batlantirishdan iborat bo'ladi. Bu yo'l qo'llanilganda tovar-pul muvozanati (M*V=Q*P) pul massasini qisqartirish hisobidan emas, balki tovar massasini (Q) ko'paytirish hisobidan bo'ladi, chunki bu bilan pulning tovarlar bilan ta'minlanish darajasi oshiriladi. Natijada, avval pulning qadrsizlanishi so'nib boradi, so'ngra u tamomila to'xtaydi.

Adaptiv va antiinflatsion chora-tadbirlar iqtisodiyotni sog'lomlashtirish, uning barqarorligini ta'minlash vositalaridan biri hisoblanadi.

Xulosalar

1. Pul bozor tizimining universal va eng likvidli iqtisodiy vositasi sifatida iqtisodiy o'lchov, muomala va jamg'arish funksiyalarini bajaradi. Milliy pul yagona to'lov vositasi hisoblanadi, uning qadri, ya'ni xarid qurbi mavjud. Pul birligining xarid qurbini kerakli tovarlarni ko'paytirish yo'li bilan ta'minlanadi.

2. Milliy pul muayyan mamlakatga tegishli bo'lib, shu yerda muomalada bo'ladi, uni himoyalovchi belgilari bor, bir pul boshqasidan ko'rinishi bilan farqlanadi, o'ziga xos kupyura, tanga va chaqa pullardan iborat bo'ladi, pul birligining xarid qobiliyati uni qanday shaklda bo'lishidan qat'iy nazar bir xil bo'ladi. Milliy pul naqd va naqd bo'lmagan pul shakliga ega, bu aktiv va passiv pullardan iborat, uning ma'lum massasi (miqdori) muomalada yuradi.

3. Iqtisodiyotning pul bilan ta'minlanishini uning monetizatsiya darajasi bildiradi. Bu darajaning qandayligini pul muomalasi qonuni belgilab beradiki, unga binoan muayyan vaqtda muomalada

bo‘ladigan pul miqdori jami sotiladigan tovarlar narxining summasi va pul oborotining (harakatining) tezligiga bog‘liq bo‘ladi. Qancha pul zarurligi, bu pulga talab bo‘lib, buni oldi-sotdi ko‘lami, olib-sotarlik ishlari miqyosi, har ehtimolga qarshi pulga ega bo‘lish ishtiyoqi va pulning naqadar tez qo‘ldan qo‘lga o‘tib, aylanib turishi yuzaga keltiradi. Pulga talabni hamma subyektlar bildirsa, biroq uning taklifi davlat nomidan ishlovchi Markaziy bank qo‘lida bo‘ladi.

4. Pul miqdori keragidan ortib ketganda, inflatsiya paydo bo‘-ladiki, bu narxlarning muqim oshib borishi natijasida milliy pul birligining qadrsizlanishidir. Inflatsiyaning sabablari qo‘shimcha pul emissiyasi, ishlab chiqarish qisqarib ketishi, xarajatlarning oshib ketishi, chet el valutasi zaxiralarining qadrsizlanishi kabilardan iboratdir.

5. Inflatsiya kelib chiqishi sabablariga ko‘ra talab va taklif inflatsiyasiga, qanday borishi jihatidan erkin bozor inflatsiyasi va davlat bostirib turadigan inflatsiyaga, shiddati jihatidan o‘rmalovchi, yo‘rg‘alovchi va tez yuguruvchi – giperinflatsiya ajratiladi.

6. Inflatsiya darajasini narxlarning naqadar o‘sishi belgilaydi. Inflatsiya me’yorida bo‘lganda (yiliga 10–12 %) bu iqtisodiyot uchun xavf tug‘dirmaydi, aksincha pul inyeksiya orqali iqtiso-diyotning o‘sishiga ko‘mak beradi. Iqtisodiyot ishtirokchilari me’-yoridagi inflatsiyaga moslashadilar. Davlatning moslashuv tadbirlari inflatsiyani hisobga olib foizini o‘zgartirishdan, daromadlar indek-satsiyasini o‘tkazishdan iborat bo‘ladi. Inflatsiya me’yoridagi che-garadan chiqib ketganda davlat antiinflatsion tadbirlarni qo‘llaydi.

Tayanch tushunchalar

Pul tizimi; naqd va naqd bo‘lmagan pul; aktiv va passiv pul; pul funksiyalari; pul massasi; pulning likvidligi; pul muomalasi qonuni; pul qadr-qiymati; pul emissiyasi; milliy pul; pulga talab; tovar-pul muvozanati; pul taklifi; dekretlangan pul; inflatsiya va deflyatsiya; inflatsiya darajasi; inflatsiya shiddati; inflatsion kutish; adaptatsiya; antiinflatsion siyosat .

XIX bob. MOLIYA

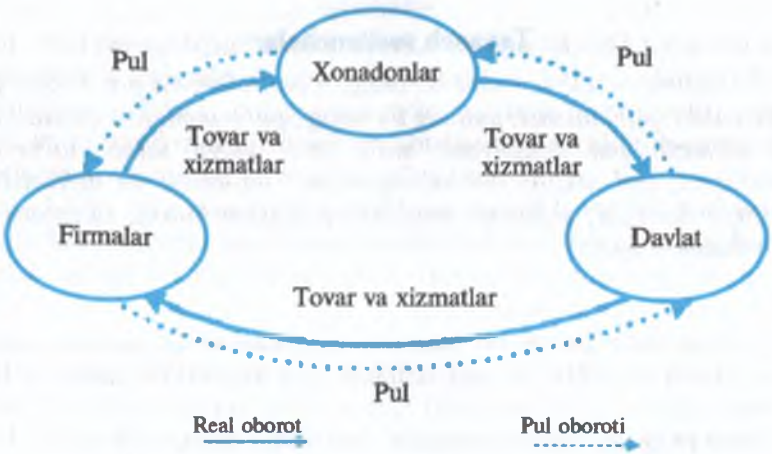
19.1. Iqtisodiyotning real va moliya sektori

Makroiqtisodiyot real va moliya sektori yaxlitligidan iborat bo'ladi. Iqtisodiyotdagi moddiy shakldagi tovarlar va nomoddiy shakldagi xizmatlarning yaratilishidan boshlab, to ular iste'mol qilinishiga qadar bo'lgan jarayon iqtisodiyotning **real** sektorida yuz beradi. Real sektor xilma-xil hayotiy ne'matlar ishlab chiqarish bo'lganidan u iqtisodiyotning asosiy sektori, tayanch nuqtasi hisoblanadi. Bu yerda yaratilgan barcha ne'matlar ayirboshlanadi, taqsimlanadi va iste'mol qilinadi.

Bozor iqtisodiyotidagi real oborotga pul xizmat qiladi, chunki pulsiz hech qanday aloqa yuz bermaydi. Biroq pul oboroti real oborotning borligi uchun mavjuddir. Pul sektori tarkiban moliya va kreditni o'z ichiga oladi.

Agar real sektorda mahsulot va xizmatlarning aylanma harakati yuz bersa, moliya sektorida shunga muvofiq ravishda pulning aylanma harakati – oboroti hosil bo'ladi.

Biz bilamizki, pulning oboroti uning bir iqtisodiy subyektdan boshqa iqtisodiy subyektga o'tib turishini bildiradi, ya'ni pul xonadonlar, firmalar va davlat idoralari o'rtasida aylanib yuradi, ya'ni pulning oldi-berdisi tashkil topadi. Real va moliya sektoridagi oborotning qandayligini quyidagi chizmadan ko'rsak bo'ladi (19.1-rasm).



19.1-rasm. **Real va pul sektorlari**

Bunda ham real, ham pul oborotida iqtisodiyot ishtirokchilarining hammasi qatnashadi. Ular bir-biriga resurslar yoki tovarlar berib, ularning pulini oladi va uni qaytadan oborotga qo'yadi.

Moliya sektori real sektorga bog'liq bo'lgani holda u nisbiy mustaqillikka ega, shu ma'noda u **avtonomdir**. Moliya sektoridagi pul resurslari talabdan ortiqcha bo'lib zaxira hosil qilishi va vaqtincha oborotga kirmay turishi ham mumkin. Pulga qo'shimcha talab paydo bo'lganda u zaxiradan chiqib oborotga kiradi va real sektorga xizmat qiladi.

Pulga talabning qondirilishi real sektordagi ishlab chiqarishni kengaytiradi, bu yerdagi oborotni tezlashtiradi, chunki qo'shimcha pul tufayli ishlab chiqarish o'sadi. Real va moliya sektorlari o'rtasida nomuvofiqlik bo'lganda inflatsiya, moliya krizisi singari ko'ngilsiz hodisalar yuz beradi.

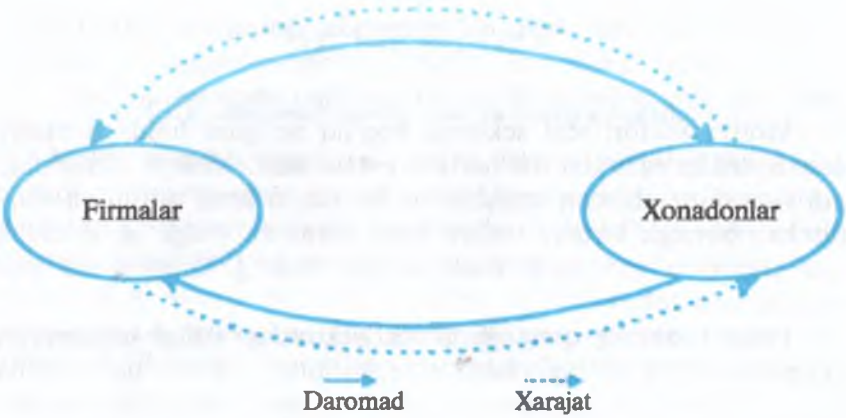
19.2. Moliya munosabatlari

Iqtisodiyot ishtirokchilari pul munosabatlariga kirishganda moliya paydo bo'ladi.

Moliya iqtisodiyot subyektlarining daromad va xarajat borasidagi iqtisodiy munosabatlaridir.

Jamiyatning daromadi – bu YaIMning pulda hisoblangan qiymatidir. Bu daromadni iqtisodiyot ishtirokchilari o'z ishining samarasiga qarab bo'lishib oladi. Har bir iqtisodiy subyekt o'z resursini qanchalik yaxshi ishlatsa, shunchalik ko'p daromad oladi. Daromad iqtisodiy subyektning ixtiyoriga kelgan tushumdan boshqa narsa emas. Bu tushumni har bir subyekt ma'lum maqsadni ko'zlab sarflaydi. Iqtisodiyotdagi daromad-xarajat aloqalarini xonadonlar va firmalar o'rtasida bo'ladi (19.2-rasm).

Ma'lumki, iqtisodiyotda bir subyektning daromad topishi boshqa subyektning xarajat qilishini bildiradi. Biz oldingi boblarda ko'rdikki, xonadonlar firmalarga o'z resursini sotganda daromad oladilar, bu esa firmalar xarajat qilishini bildiradi. Aksincha, firmalar xonadonlarga tovar va xizmatlar sotganda daromad oladi, xonadonlar esa xarajat qilishadi. Xuddi shu yo'sinda davlat ham daromad-xarajat ishida ishtirok etadi. Davlat ijtimoiy xizmatlarni ko'rsatgani uchun firmalar va xonadonlardan soliq shaklida pul oladi va bu firmalardan tovar va xizmatlar, xonadonlardan resurslar sotib olgan chog'da xarajat qilinadi.



19.2-rasm. **Daromadlar va xarajatlar oqimi**

Daromad-xarajat munosabatlari ilgari yaratilgan va to'planib, boylikka aylangan mol-mulkni sotish-olish chog'ida ham paydo bo'ladi. Xonadon yoki firma o'ziga kerak bo'lmagan mol-mulkni, masalan, binoni sotib daromad topsa, uni sarflab boshqa narsa oladi yoki pulini jamg'aradi. Xuddi shuningdek, davlat ham o'z mol-mulkini sotib daromad oladi va uni sarflaydi.

Topilgan daromad sarflanishidan oldin ma'lum maqsadni ko'zlovchi pul fondlariga ajratiladi.

Maqsadli pul fondlari moliya resursini tashkil etadi.

Moliya resurslari daromadlarni taqsimlash natijasi bo'ladi. Har bir subyekt o'z daromadini sarflashdan avval uni maqsadli fondlarga ajratadi.

Masalan, xonadon o'z daromadi hisobidan iste'mol va jamg'arish fondini, firma esa daromadi hisobidan moddiy sarflarni qoplash, ish haqi va mukofotlar, va nihoyat jamg'arish fondi hosil qiladi. Davlat ham o'z daromadini maxsus fondlarga ajratadi. Maxsus pul fondlarini tashkil etish, ularni taqsimlash va sarflash (ishlatish) yuzasidan moliya munosabatlari paydo bo'ladi.

19.3. Moliya tizimi

Jamiyatning moliyasi ma'lum tizimni hosil qiladiki, bunga moliya obyekti, moliya subyekti, moliya munosabatlari, moliya mexanizmi, moliya siyosati va nihoyat moliya institutlari kiradi. Bularning har birini alohida sharhlaymiz.

Moliya obyekti – bu moliya resursi bo'lib, turli pul fondlaridan iborat bo'ladi. Bu fondlarni barcha iqtisodiyot subyektlari o'z daromadi – tushumi hisobidan shakllantiradi, ular hisobidan xarajatlarini moliyalashtiradi.

Moliya subyekti – bu moliya munosabatlarining ishtirokchilari bo'lib, firmalar, xonadonlar, davlat va nodavlat idoralaridan iborat, bular yuridik va jismoniy shaxslar hisoblanadi.

Moliya munosabatlari – bu iqtisodiyot subyektlarining moliya resurslari xususidagi o'zaro aloqalari. Bu aloqalar YaIM va milliy boylikni taqsimlab ishlatish jarayonida yuzaga keladi.

Moliya mexanizmi – bu turli moliya vositalari bo'lib, soliq, subsidiya, subvensiya, transfert, jarima, dotatsiya, sanatsiya, moliyaviy me'yorlar va boshqalardan iborat. Bular iqtisodiy faollikni rag'batlantirish yoki iqtisodiy noshudlikni jazolash uchun qo'llaniladi. Shuningdek, ular vositasida ijtimoiy yordam amalga oshiriladi.

Moliya siyosati – bu iqtisodiyot subyektining moliyaviy resurslarni topish, ularni taqsimlash va sarflashga oid yo'l-yo'riqlari va sa'y-harakatlarining majmuasidir. O'z moliyaviy siyosatini faqat davlat emas, balki firmalar va xonadonlar ham yurgizadi va bunda subyektlar o'z manfaatidan kelib chiqadi.

Moliya institutlari – bular moliya aloqalarini amalga oshiruvchi va moliya infratuzilmasini tashkil etuvchi kompaniyalar, firmalar, banklar hamda davlat idora va tashkilotlaridan iborat.

Moliya tizimining barcha bo'g'inlari bir-birini taqozo etgan holda amal qiladi. Moliya turli darajada bo'ladi:

1. **Mikromoliya** – bu firmalar va xonadonlar, nodavlat va jamoat tashkilotlaridagi moliya, moliya tizimining boshlang'ich va asosiy bo'g'ini hisoblanadi.

2. **Makromoliya** – bu mamlakat doirasidagi va milliy iqtisodiyotga xizmat qiluvchi moliya bo'lib, bu davlat moliyasidan iborat.

3. **Megamoliya** – bu xalqaro doiradagi moliya bo'lib, davlatlararo pul munosabatlarini anglatadi.

19.4. Moliyaning funksiyalari

Moliyaning zarurligini uning iqtisodiyotda bajariladigan funksiyalari belgilab beradi. Bular asosan beshta funksiyadan iborat:

1. **Taqsimlash funksiyasi.** Moliya vositasida yaratilgan YaIMning va bozorga chiqarilib sotilgan milliy boylikning pul shaklidagi qiymati taqsimlanadi. Jami pul taqsimlanib xonadonlar, firmalar va davlatning moliya resurslarini hosil qiladi.

Taqsimlash moliya resurslarining shakllanishidan boshlab ular ishlatilguncha davom etadi. Birlamchi taqsimlashda firmalar, xonadonlar va davlat qatnashadi. Firmalar ishlab chiqarish faoliyati tufayli yaratilgan daromad 3 qismga ajratiladi. Birinchisi, firma ixtiyorida qoladi, ikkinchisi firmada ishlovchi xonadon vakillariga tegadi, uchinchisini soliq shaklida davlat oladi. Ikkinchi taqsimlash, davlat moliyasi orqali yuz beradi. Davlat ixtiyoriga kelgan pul budjet yordamida taqsimlanib, iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishga xizmat qiluvchi fondlarga yuboriladi. Uchinchi taqsimlash yuz berganda firmalar, xonadonlar va davlat o'z daromadining bir qismini nodavlat va jamoat tashkilotlariga ajratadi, bular esa turli xayriya fondlarini hosil qiladilar. To'rtinchi taqsimlashda daromadning bir qismi xayriya fondlaridan muhtoj xonadonlarga ijtimoiy yordam sifatida beriladi. Beshinchi taqsimlash pirovard bo'lib, bu xonadon moliyasida yuz beradi, natijada xonadondagi iste'mol va jamg'arish fondlariga pul ajratiladi.

2. **Rag'batlantirish funksiyasi.** Bu moliya mexanizmi vositasida iqtisodiy faollikni qo'llab-quvvatlashdan iborat. Firma doirasida ishchi va xizmatchilarni yaxshi ishlashga rag'batlantirish uchun mukofot fondlari tashkil etilib, ulardan qo'shimcha mehnat haqi to'lanadi. Korxonadagi ijtimoiy yordam fondidan bir martalik to'lovlar ajratiladi, qimmatbaho tovarlar (uy, avtomashina, mebel to'plami)ni olish uchun qarz beriladi. Iqtisodiy-ijtimoiy faollikni rag'batlantirish maqsadida davlat soliqlaridan siylov beradi, muhtojlarga moliyaviy yordam ko'rsatadi. Umumiqtisodiy ahamiyatga molik ishlar bajarilganda, o'z ixtiyoridan qat'iy nazar moliyaviy qiyinchilikka duchor bo'lgan firmalarga davlat subsidiya (qaytarilmaydigan pul – moliyaviy yordam) ajratadi. Moliya vositasida iqtisodiy jazo ham qo'llaniladi. O'z majburiyatini vaqtida bajarmaganligi uchun subyektlar jarima va penya (ustama to'lov) to'laydilar. Bu ham rag'batlantirishga xizmat qiladi.

3. **Iqtisodiy informatsiya berish funksiyasi.** Bozor tizimida pul munosabatlari ustuvor bo'lganidan moliyaviy ko'rsatkichlar birlamchi hisoblanadi, ularga qarab har bir subyektning ahvolidan xabar topib, u bilan qanday muomalada bo'lishlik aniqlanadi. Subyektning likvidligi kabi moliyaviy ko'rsatkichlar boshqa firmalar, banklar, sug'urta kompaniyalari uchun muhim mo'ljal bo'ladi, chunki shunga qarab ular firma bilan qanday munosabatda bo'lishini hal qiladi. Xonadon yalpi daromadining miqdori, uning jamg'armasi va qarzining bor yoki yo'qligini ham u bilan aloqa qiluvchilar hisobga oladilar. Davlatning moliyaviy ahvoli haqidagi axborot ham zarur.

Davlat budjetining hajmi, unda kamomadning bor-yo'qligi, davlatning ichki va tashqi qarzi, uning oltin-valuta zaxiralari haqidagi ma'lumotlarga tayanib boshqalar davlat obligatsiyalarini olish, unga chetdan turib qarz berish masalasini hal etadilar. Moliyaviy axborotga qo'yiladigan asosiy talab uning haqqoniyligidir.

Bu axborot ikki xil yo'l bilan olinadi. Birinchisi, iqtisodiyot subyektining o'zi e'lon qilgan axborot. Ikkinchisi, tashqi auditorlar (taftishchilar) va reyting agentlari o'z tahlili asosida beradigan xolisona axborot.

4. **Ijtimoiy funksiya.** Bu moliya resurslarining ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga sarflanishidir. Mazkur funksiya ikki asosiy yo'nalishda amalga oshiriladi:

1) davlat, firmalar va aholi soliq sifatida ajratgan pul hisobidan ijtimoiy sohalar, chunonchi ta'lim, sog'liqni saqlash, sport, madaniyat, ijtimoiy ta'minot, ekologiyani avaylash ishlari moliyalashtiriladi;

2) davlat, firmalar, ayrim kishilar va xayriya tashkilotlari tomonidan aholining muhtoj qatlamlariga yordam puli ajratiladi.

5. **Nazorat funksiyasi**. Moliya resurslarini ajratgan subyektlar ularning maqsadli ishlatilishini nazorat ostiga oladilar. Bu ishni davlat idoralari, firmalar, xayriya tashkilotlari va puldor kishilar amalga oshiradi. Bular moliyaviy mablag' nima uchun ajratilgan bo'lsa, shu yo'nalishda ularning samarali ishlatilishini ta'minlaydilar. Agar davlat maktab qurish uchun pul ajratgan bo'lsa, pul shu yo'lda ishlatilishini nazorat qiladi, uni boshqa yo'lda, masalan, savdo markazi qurish uchun sarflanishiga yo'l bermaydi. Xuddi shu yo'ldan firmalar ham boradi. Xayriya ajratgan puldor kishilar ham o'z pulini o'zi mo'ljallagan ishlarga sarflanishini ta'minlaydi. Agar u pulni mehribonlik uyi uchun ajratgan bo'lsa, shu pul hisobidan magazin ochishga rozi bo'lmaydi. Nazorat ishining asosiy vazifasi moliya resursining samarali ishlatilishini ta'minlash hisoblanadi.

19.5. Moliyaning turlari

Moliyaning turlanishi real sektordagi faoliyatning pul shaklidagi natijasini bildiradi. Iqtisodiyot mikro, makro va mega darajada bo'lishiga muvofiq holda moliya ham turlanadi. Bular:

Mikromoliya. Bu iqtisodiyotning quyi darajasidagi moliya bo'lib, firmalar, xonadonlar, nodavlat va jamoat tashkilotlari moliyasidan iboratdir. Mikromoliyani hosil qiluvchi korxona va tashkilotlar 2 xil bo'ladi:

1. Kommersiya asosida ishlovchilar, ya'ni o'z faoliyatidan pul topadigan, o'z xarajatini o'zi qoplaydiganlar. Bularning moliya resurslari o'z daromadi va o'zi ko'targan qarz hisobidan yuzaga keladi.

2. Nokommersiya faoliyatini yurgizadiganlar. Bular bepul yoki imtiyozli xizmat ko'rsatishadi, o'z xarajatini o'zi qoplamaydi yoki faqat qisman qoplaydi. Ularning moliya resurslari asosan o'zgalar bergan pul hisobidan shakllanadi.

Kommersiyaga tayangan korxona va tashkilotlar moliyaviy jihatdan mustaqil, ular ishlab topganini o'zi oladi, tashqaridan kelgan pulga qaram bo'lmaydi. Korxona yoki firma moliyasi **korporativ moliya,** deb yuritiladi. Korporativ moliya resurslari yaratilgan tovar va xizmatlarni, o'z mol-mulkini va aksiyasini sotishdan, oldin sotib olingan obligatsiyalarni qaytadan sotishdan kelgan pul, shu obligatsiyalarga tegadigan foiz puli, davlat bergan subsidiya, qarzga olingan pul, sug'urta kompaniyalari ko'rilgan talofotni qoplash uchun ajratgan pul va boshqa mablag'lar hisobidan shakllanadi. Bular firma uchun tushum-daromad hisoblanadi, bularni u o'z manfaati yo'lida mustaqil ishlatadi. Firma moliya resurslari hisobidan davlatga soliq to'laydi, bankka qarzini qaytaradi, qarz uchun foiz to'laydi, ish haqi va mukofotlar beradi, amortizatsiya fondiga pul ajratadi, bu pul esa kapital ta'mirlash ishlariga, eskirgan mashina-uskunalarni yangisi bilan almashtirishga sarflanadi. Firma pulini investitsiya qiladi, homiylik ishlarini amalga oshiradi. Firma zarurat bo'lsa davlat obligatsiyalarini va o'zga firmalar aksiyalarini sotib oladi, pulini chet el bankiga qo'yadi.

Nokommersiya tashkilotlari moliya resurslari tashqi va ichki manbalar hisobidan shakllanadi. Tashqi manbadan kelgan mablag'larga davlat bergan pul, aholining ko'ngilli pul ajratmalari va homiy firma va tashkilotlar bergan pul kiradi. Ichki manbadan olingan mablag'lar pulli xizmat ko'rsatishdan (masalan, turli o'qishlarni, to'garaklarni, lotareyalarini uyushtirishdan) kelgan pul hisoblanadi. Bu tashkilotlarning o'zi topgan puli xarajatlarini qoplashga yetmaydi, shu bois ular faoliyati asosan tashqaridan moliyalashtiriladi.

Jamoat tashkilotlari (kasaba tashkilotlari, siyosiy partiyalar, turli jamiyatlar, uyushmalar va h.k.) moliya resurslarining tashqi manbalari ularni qo'llab-quvvatlovchi turli firmalar, ayrim fuqarolar bergan pul, xorijiy tashkilotlar ajratgan grantlar (maxsus loyihalarni bajarish uchun ajratilgan pul)dan iborat bo'ladi. Ularning ichki moliya resurslari ular chiqargan gazeta va jurnallardan tushgan pul, qisman bo'lsa-da turli xizmatlar ko'rsatishdan kelgan pul, tashkilot a'zolarining bergan badal pulidan iborat bo'ladi. Aytilgan resurslar

jamoat tashkilotlarining nizomida ko'rsatilgan faoliyatni yurgizish uchun sarflanadi.

Mikromoliya tizimida **sug'urta** alohida o'rin tutadi. Sug'urta kompaniyalaridagi moliya resurslari kommersiya asosida tashkil topadi. Bu kompaniyalar resursi ikki manbali bo'ladi. Birinchisi, bularning o'zining puli. Ikkinchisi, sug'urtalanuvchi firmalar, tashkilotlar va fuqarolar bergan pul. Bu pul sarflanganda sug'urta ishlarini uyushtirish xarajatlari qoplanadi va sug'urtalanuvchilar ko'rgan zararni qoplash uchun sug'urta to'lovi ajratiladi.

Xonadon moliyasida juda katta resurslar jamlanadi, ko'pchilik mamlakatlarda jami daromadlarning 60–65 foizi xonadon moliyasidan o'tadi. Biz ilgari ko'rganimizdek, xonadonning moliya resursini hosil qiluvchi daromadlar ish haqi, tadbirkorlik daromadi, individual mehnat faoliyati bergan daromad, mulkdan kelgan daromad, qarz ko'tarilgan pul, tomorqadan kelgan daromad, transfertlardan keladigan pensiya, stipendiya va turli nafaqalardan iborat bo'ladi. Mazkur resurslar majburiy va ko'ngilli to'lovlar fondi, tovar va xizmatlarni xarid etish fondi va jamg'arish fondlarini hosil qilgan holda sarflanadi. Xonadon moliyasining asosiy vazifasi uning iste'moliga xizmat qilishdir.

Makromoliya. Mikromoliyadan farqliroq makromoliya umumjamiyat moliyasi hisoblanadi va davlat moliyasida ifoda etiladi, chunki faqat davlat umummilliy, ya'ni umumxalq manfaatlarini o'zida gavdalantiruvchi siyosiy institut hisoblanadi. Davlat moliyasi davlat budjeti va budjetdan tashqari pul fondlaridan iborat bo'ladi.

Davlat budjeti davlatning pul daromadlari va xarajatlarining majmuasidan iboratdir.

Davlat budjetining zarurligi ijtimoiy ne'matlarning mavjudligidan va u'arni davlat yaratishidan kelib chiqadi. Biz ilgari ko'rib chiqqanimizdek, ijtimoiy ne'matlar faqat turli xizmatlar shakliga ega, ularni hamma hech bir mustasnosiz iste'mol qiladi, ya'ni ularni iste'mol qilmaslikning iloji yo'q, bu ne'matlarni hamma baham ko'radi. Masalan, xavfsizlik huquq-tartibot, mudofaa xizmati, ta'lim va sog'liqni saqlashdan iborat umumiy xizmatlarni hamma iste'mol qiladi. Ular iste'moli umumiy bo'lar ekan, ularni moliyalashtirishda hamma qatnashadi, lekin har bir fuqaro yoki firmaning bu ishga qo'shgan hissasi uning davlat budjetiga to'lagan soliqlari shaklida bo'ladi. Biroq soliq to'lovchining budjetga bergan puli bilan uning budjet moliyalashtirgan ijtimoiy xizmatlardan foydalanishi miqdoran teng bo'lmaydi. Agar bir xonadon yiliga budjetga 200 ming so'm to'lagani holda, 180 ming so'mlik ne'matlardan foydalansa, boshqa

xonadon 180 ming so'm to'lagani holda 240 ming so'mlik ne'matlardan bahramand bo'ladi, yana bir xonadon 220 ming so'm to'laydi, 180 ming so'mlik ne'matdan naf ko'radi. Biz ko'rgan erkin misolda jami soliq to'lovlari va ne'matlar summasi teng (600=600), biroq bu tenglik ayrim xonadonga tatbiqan bo'lmagan (200>180, 180<240, 220>180). Ne'matlardan foydalanish muhtojlikni ham hisobga oladi, chunki bu yerda insonparvarlik tamoyili ham amal qiladi.

Ijtimoiy ne'matlarni davlat o'z daromadlari hisobidan yaratadi. Davlatning daromadi uning ixtiyoriga kelgan pul tushumlaridir. Bu daromad asosan 3 manbali bo'ladi:

1. Soliqlar.
2. Davlat mulkini sotishdan tushgan pul.
3. Davlat ko'targan qarz puli.

Bular budjetda jamlanib davlat pul fondini hosil qiladi.

Soliqlar – bu davlat boshqa iqtisodiyot subyektlaridan o'z foydasiga undirib oladigan majburiy pul to'lovlaridir.

Soliqlar davlat daromadining asosiy qismini tashkil etadi. Davlat iqtisodiyot subyekti bo'lar ekan, uning mol-mulki bor. Davlat o'z mol-mulkini firmalarga va fuqarolarga sotib yoki ijaraga berib bundan ham daromad ko'radi. Bu daromad davlat mulkining miqdoriga va uning narxiga bog'liq bo'ladi. Mulkning sotilishiga qarab uning davlat daromadidagi hissasi o'zgarib turadi.

Davlat o'z xarajatlarini qoplash uchun pul topish maqsadida qarz oladi. Qarz ikki xil bo'ladi:

1. **Ichki qarz.** Bu davlatning fuqarolardan va firmalardan olgan qarzi. Bu qarz davlat obligatsiyalarini chiqarib sotish shaklida bo'ladi. Obligatsiyalar sotilgan chog'da davlat qarz oladi, ular qaytadan sotib olinganda qarz qaytariladi.
2. **Tashqi qarz.** Bu davlatning xalqaro moliya tashkilotlaridan, xorijdagi yirik banklardan va chet davlatlar hukumatidan olingan qarz bo'ladi. Bu qarz ma'lum muhlatga olinib daromadga qo'shiladi, to'lash vaqti kelganda u davlatga xarajat keltiradi.

Davlat daromadlari faqat budjet daromadlari emas, balki budjetdan tashqari fondlarga kelgan pul tushumlari shaklida ham bo'ladi. Bu fondlar aniq maqsadni ko'zlagan holda shakllantiriladi.

Davlat moliyasi uning xarajatlarini ham bildiradi, bular budjet xarajatlaridan iborat. Davlat xarajatlari uning daromadiga qarab shakllanadi va quyidagi yo'nalishda boradi:

1. **Ijtimoiy soha xarajatlari.** Bular ta'lim-tarbiya, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va sport, madaniyat, atrof-muhitni muhofaza qilish, ijtimoiy yordam ko'rsatish sarflari.

2. **Investitsiya xarajatlari.** Bu davlat hisobidan ijtimoiy-madaniy obyektlarni, ishlab chiqarish infratuzilmasi va kommunikatsiya tizimini yaratish uchun pul sarflash.

3. **Milliy xavfsizlikni va ichki tartibni saqlash xarajatlari.** Bular jumlasiga mudofaa, militsiya (politsiya), xavfsizlik organlari, sud va prokuratura xarajatlari kiradi.

4. **Boshqarish xarajatlari.** Bular jumlasiga markaziy va mahalliy hokimiyat organlari ishini ta'minlash sarflari kiradi.

5. **Tashqi qarzni uzish xarajatlari.** Bu to'lash vaqti kelgan qarzning o'zini qaytarish, qarz yuzasidan beriladigan foizlarni to'lash xarajatlari. Bu xarajat qarzning miqdoriga, qaysi paytda qaytarilishiga va foizning miqdoriga qarab o'zgarib turadi va budjetda ko'rsatiladi.

Davlat xarajatlarining tarkibiy tuzilishi turli mamlakatlarda ular rivojlanishining ichki va tashqi sharoitiga qarab farqlanadi. Iqtisodi rivojlangan mamlakatlarda davlat ijtimoiy va investitsiya sarflarining hissasi katta bo'lmaydi, chunki ularning xalqi to'q bo'lganidan bir qator xizmatlarni o'zi sotib oladi va davlatni bu xizmatlarga qiladigan sarfidan xoli etadi. Bu yerda baquvvat firmalar ham ko'p bo'lganidan ular investitsiya sarfining katta qismini o'z zimmasiga oladi. Iqtisodiyoti yaxshi rivojlanmagan mamlakatlarda, aksincha, davlat xarajatlari tarkibida ijtimoiy sarflar va investitsiya salmoqli o'rin tutadi.

Davlat daromadlari va xarajatlari ikki darajada boradi:

1. **Yuqori daraja** – bu markaziy budjet darajasi.

2. **Quyi daraja** – bu hududiy va munitsipal (mahalliy) budjetlar darajasi.

Daromadlar va xarajatlarning markaziy va hududiy munitsipal budjetlar o'rtasida taqsimlanishi **budjet federalizmi**ni bildiradi va quyi budjetlarning rolini oshirib borishini taqozo etadi.

Davlat budjetining bosh tamoyili, bu uning daromadlari va xarajatlarining **balanslashgan**, ya'ni o'zaro muvofiqlashgan holda bo'lishidir. Biroq ular o'rtasidagi moslik buzilib ham turadi. Xarajatlar daromadlardan ortib ketganda **budjet defitsiti** (kamomadi) hosil bo'ladi. Bordi-yu daromadlar xarajatlardan ortib ketsa **budjet profitsiti** (ortiqchaligi) yuzaga keladi. Budjet defitsiti ko'pchilik mamlakatlarga xos bo'lganidan, uning tabiiy darajasi belgilanadi. Bu shuni bildiradiki, budjet defitsiti hajmi YaIMning 3,5 foizidan oshmasligi kerak.

Xalqaro moliya bu moliya resurslarining xalqaro miqyosda hosil bo'lishi, mamlakatlararo taqsimlanishi va ishlatilishini bildiradi. Mazkur resurslarni yirik xalqaro kompaniyalar, eng avval transmilliy

korporatsiyalar, mamlakatlararo moliya tashkilotlari, yirik banklar, boy mamlakatlarning hukumatlari tashkil etadi. Bu pul xorij investitsiyalari va moliyaviy yordam shaklida turli mamlakatlarga yuboriladi.

Moliya tizimida moliyalashtirishning turli usullari amal qiladi.

Moliyalashtirish – iqtisodiyot subyekti faoliyatining pul bilan ta'minlanishidir.

Hozirgi davrda moliyalashtirishning 3 ta asosiy usuli qo'llaniladi:

1. **O'zini-o'zi moliyalashtirish**. Bu har bir subyekt o'z xarajatini o'zi ishlab topgan va qarzga ko'targan puli hisobidan qoplashini bildiradi. Bu usul bozor iqtisodiyoti uchun asosiy hisoblanadi.

2. **Budjetdan moliyalashtirish**. Bu usul tabiatan bozor usuli emas, u davlat idoralari va tashkilotlarini budjetdan pul bilan ta'minlanishini bildiradi, ijtimoiy ne'matlarning zarurligidan kelib chiqadi. Bu usul qo'llaniladigan tashkilotlar **budjet tashkilotlari,** deb yuritiladi.

3. **Homiylar moliyalashtirishi**. Bu usul nodavlat va turli jamoat tashkilotlariga nisbatan qo'llaniladi. Bunda hukumat, firmalar yoki puldor kishilar turli firmalar va tashkilotlarga ular xarajatini qoplash uchun pul ajratadi. Moliyalashtirish usullari birgalikda ham qo'llaniladi.

19.6. Moliya bozori

Iqtisodiyot subyektlarining mablag'lari ularning moliyaviy aktivini tashkil etadi, ya'ni bu daromad keltiruvchi mablag'lar hisoblanadi. Aktivlar tarkibiga eng avval qimmatli qog'ozlar kiradi, bular moliya bozorida sotiladi.

Moliya bozori – bu moliyaviy aktivlarning oldi-sotdi qilinishi borasidagi ularni sotuvchilar bilan sotib oluvchilar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatdir.

Moliya bozorining obyekti sotiladigan aksiyalar, obligatsiyalar, sertifikatlar va pulning o'zi hisoblanadi. Uning subyekti esa firmalar, banklar, davlat, moliya institutlari va aholidan iboratdir. Bozorning bir tomonida sotuvchilar bo'lsa, boshqa tomonida xaridorlar turadi. Ular o'rtasida moliya institutlari bo'lib, ularni vositachilar bir-biri bilan bog'lab turadi. Vositachi vazifasini banklar, brokerlar firmasi, yakka brokerlar tashkil etadi. Vositachi institutlar moliya bozorining **infratuzilmasini** hosil qiladi. Ular bu yerdagi oldi-sotdi ishlariga xizmat qiladi. Bozorda mustaqil ish yurituvchi **chayqovchilar** ham

bo‘ladiki, bular qimmatli qog‘ozlar bilan olib-sotarlik qiladi. Moliya bozori ikki qismdan iborat:

1. **Fond bozori.** Bu yerda qimmatli qog‘ozlar oldi-sotdi qilinadi. Bu bozor fond birjalari va birjadan tashqari savdodan iborat.
2. **Pul bozori.** Bu yerda vaqtincha bo‘sh turgan pul vaqtincha foydalanish uchun oldi-sotdi qilinadi, milliy valutalar ayriboshlanadi. Bu bozorda banklar, kredit uyushmalari va pul topib beruvchi firmalar bo‘ladi.

Qimmatli qog‘ozlarni o‘z nomidan chiqarib sotuvga qo‘yganlar **emitent,** deb yuritiladi. Emitent sifatida turli firmalar, banklar va davlat nomidan moliya vazirliklari bozorga chiqadi. Emitentlar aksiya, obligatsiya va sertifikatlarni sotuvga qo‘yadilar. Bularni dastlabki sotilishi birlamchi bozorda yuz beradi. Bu yerda ularga obuna bo‘lish yo‘li bilan sotiladi. Ularni qaytadan sotish ikkilamchi bozorda bo‘ladi va buni fond birjalari tashkil etadi.

Aksiya – bu o‘z egasiga dividend shaklida daromad keltiruvchi qimmatli qog‘ozlarning eng ko‘p tarqalgan shaklidir.

Aksiyani sotib olganlar **investorlar** deb yuritiladi, ular aksiya chiqargan firmaga qo‘yilgan kapitalning sherikchilik qilayotgan mulkdori hisoblanadi va shu bois firma foydasining bir qismini o‘z aksiyasi miqdoriga qarab dividend shaklida oladi. Agar aksiya qo‘yilgan kapitaldagi ulushni bildirsa, ya’ni ulushbaychilik qog‘ozi bo‘lsa, obligatsiya qarz majburiyatini bildiradi. Obligatsiyani chiqarib sotgan emitent uni sotib olganlardan qarz ko‘targan hisoblanadi. Obligatsiyani emitent qaytadan sotib olganda o‘z qarzini uzgan bo‘ladi. Obligatsiya egasi foiz sifatidagi qat’iy belgilangan daromadni emitentdan oladi.

Bozorda ikki xil obligatsiyalar sotiladi. Bular **davlat** obligatsiyalari va **korporativ** (firma) obligatsiyalaridir.

Aksiya va obligatsiya daromad keltirganidan avval sotib olinadi, keyin qaytadan sotiladi. Qimatli qog‘ozlarning dastlabki sotilishi **birlamchi** fond bozorida yuz beradi. Ularning o‘z egalari tomonidan qaytadan sotilishi **ikkilamchi** fond bozorida bo‘ladi. Qimmatli qog‘ozlar ma’lum narxda oldi-sotdi qilinadi. Qog‘ozlarning o‘zida ko‘rsatilgan summa uning **nominali** deyiladi. Agar obligatsiya yoki aksiya 100 dollarlik bo‘lsa, shu uning nominali hisoblanadi. Qimmatli qog‘ozlarning bozordagi amaliy narxi nominalidan yuqori yoki past bo‘ladi. Bu muayyan qog‘ozga bo‘lgan talab va taklifga bog‘liq.

Aksiyaning sotilish narxi uning bozor kursi, deyiladi, uning belgilanishi esa birja kotirovkasi deb yuritiladi.

Aksiyaning bozor narxi uning daromadligiga bog‘liq. Aksiya qanchalik kafolatlangan va ko‘p miqdorda daromad keltirsa, uning

narxi shunchalik yuqori bo'ladi. Aksiyaning daromadliligi 2 xil. Biri uni saqlash chog'ida olingan daromad (D_1). Bu dividend summasini (d) aksiyaning sotib olingan narxiga (P) nisbatan aniqlanadi. Bu ko'rsatkich foyda normasi singari bo'lib, aksiya sarflangan qancha pul qancha daromad keltirganligi bilan aniqlanadi. Bunda: agar bitta aksiya 1600 so'mga olingan bo'lib, yiliga 80 so'mlik dividend keltirsa, uning daromadliligi quyidagicha bo'ladi: $D_1 = \frac{d}{p} \times 100$.

$D_1 = \frac{80}{1600} \times 100 = 5\ \%$.

Aksiyani saqlash bergan daromad uning sotilish chog'idagi daromadliligini belgilaydi. Agar aksiya qanchalik kafolatlangan va ko'p miqdorda dividend keltirsa yoki emitent obro'li bo'lsa uning bozor kursi, shunchalik oshib boradi. Aksiyani olish va sotish chog'idagi kursining farqi daromad yoki zarar hosil qiladi. Sotish kursi olish kursidan yuqori bo'lsa daromad olinadi, bordi-yu past bo'lsa zarar ko'riladi. Aksiyaning sotilish chog'idagi daromadliligi (D_2) aniqlanganda uning so'nggi kursi (P_2) bilan oldingi kursi (P_1) o'rtasidagi farq uning oldingi kursi bilan taqqoslanadi. Bunda $D_1 = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100$ hosil bo'ladi. Aytaylik, aksiya egasi uni har birini 1000 so'mga sotib olgan, qayta sotganda uni 1100 so'mga pulladi, bunda uning daromadliligi $D_1 = \frac{1100 - 1000}{1100} \times 100 = \frac{100}{1000} \times 100 = 10\ \%$ bo'ladi.

Moliya bozori muhim funksiyani bajarganidan iqtisodiyotga katta hissa qo'shadi. Bu funksiyaning 4 xili mavjud:

1. **Kapital hosil qilish.** Aksiyalarning sotilishi orqali kichik miqdordagi pul jamlanib, emitent qo'lida katta pulga aylanadiki, uni kapital sifatida ishlatib bo'ladi.

2. **Kapitalni demokratiyalashtirish.** Aksiyalarni sotish orqali kichik pul egasi ham qo'yilgan kapitalning sherigiga aylanadi. Kapital ko'pchilik o'rtasida tarqaladi. Masalan, AQShda aholining 40 foizi aksiyador, binobarin u hissadorlik kapitalining egasi hisoblanadi.

3. Puldan pul chiqarish orqali umumiy **farovonlikni oshirish.** Aksiya sotib olgan dividendga ega bo'ladi, uning bekor yotgan o'lik puli jonli pulga aylanib daromad keltiradi va uning farovonligiga hissa qo'shadi.

4. Moliya bozori orqali **pul kerakli sohalarga yuboriladi**. Ish yaxshi yurishmagan sohalarda aksiyalar arzonlashadi, pul bu yerdan chiqadi. Ish yaxshi ketgan sohalarda aksiya ko'p sotiladi, uning narxi

oshadi, pul shu sohaga oqib o'tadi. Bu yerdagi ishlab chiqarish kapitalning ko'payishi hisobidan o'sadi. Moliya bozori muhim funksiyalarni bajarganidan, uning rivojlanishi iqtisodiyotning rivojlanishini bildiradi.

19.7. Kreditning mohiyati

Moliya bozoriga fond bozoridan tashqari pul bozori ham kiradi. Bu yerda pulning oldi-sotdisi yuz beradi. Pul bozori kredit bozori va valuta bozoridan iborat. Kredit bozorida pul uni ishlatib turish uchun sotiladi. Valuta bozorida turli milliy valutalarning ayirboshlanishi, ya'ni oldi-sotdisi yuz beradi. Biz buni keyinroq ko'rib chiqamiz.

Kredit moliya sektorining bir qismi sifatida pul munosabatlarini anglatadi. Kredit moliyadan farqliroq har qanday pulning emas, balki vaqtinchalik bo'sh turgan pulning qarzga olib ishlatilishini anglatadi. Shu sababli, kreditlash degan tushuncha bor. Bu pulni egasi uni qarzga berishni va qarz oluvchilar uni ishlatishini bildiradi. Kredit – bu pulning egasi bilan uni haq to'lash sharti bilan qarzga olib ishlatuvchi va ular o'rtasida turgan vositachilarning iqtisodiy munosabatlaridir.

Kredit munosabatining obyekti va subyekti bo'ladi. **Kredit obyekti** – bu qarzga berilishi mumkin bo'lgan pul, ya'ni **kredit resursidir.** Bu ham moliyaviy resurs hisoblanadi.

«ZAMONAVIY SHUM BOLA»



O'qituvchi:

— Qani aytinglarchi, sizningcha, do'stlar va tanish-bilishlar bilan tez-tez uchrashib, diydor ko'rishib turish uchun nima qilmoq kerak?

Talaba:

— Menimcha, ulardan pul qarz olib, bermay yurish kerak.

Kredit subyekti – bu kredit aloqalarining ishtirokchilari bo‘lib, pulning egalaridan, qarz oluvchilardan va vositachilik qiluvchilardan iborat bo‘ladi. Pulni qarzga beruvchi **kreditor** deyiladi. Qarz oluvchi esa **ssuda oluvchi** yoki **qarz ko‘taruvchi** deyiladi. Kreditning oldi-berdisida ishtirok etuvchi vositachilar kredit institutlarida birlashadilar. Aytilgan uch subyekt kredit munosabatida qatnashadi. Kredit bevosita bo‘lganda qarz beruvchi bilan qarz oluvchi to‘g‘ridan to‘g‘ri aloqa o‘rnatadi. Bu kamdan kam uchraydi. Kredit **bilvosita** bo‘lganda qarz beruvchi bilan qarz oluvchini vositachilar bir-biri bilan bog‘laydi. Bu ko‘p hollarda uchraydi. Puli borlar va pulga muhtojlar g‘oyat ko‘p bo‘lganidan ular bir-birini mustaqil topishga qiynaladi. Ularning hojatini vositachilar chiqaradi. Vositachilik vazifasini banklar, mayda kredit tashkilotlari, pul topib beruvchi turli firmalar bajaradi.

Kredit pul munosabati bo‘lganidan bozor iqtisodiyoti uchun zarurat hisoblanadi. Pulsiz hech bir ish bitmaydi, shu sababli **pul biznesi** mavjud, bu ish bilan kredit vositachilari shug‘ullanadi. Pul bo‘sh turishi mumkin emas, u iqtisodiyotga xizmat qilishi kerak. Xullas, pul bor yerda kredit ham bo‘ladi. Moliya sektoridagi pul oqimida kredit ham ishtirok etadi. Biz yuqorida ko‘rdikki, pul oqimi daromad va xarajatlarning qarama-qarshi harakatidan iborat. Iqtisodiyot ishtirokchilari tarqoq holda va o‘z bilganicha ish tutgani uchun ularning daromadi va xarajatlari miqdoran har doim ham teng kelavermaydi. Daromadlarning kelishi va xarajatlarning yuz berishi bir vaqtda kechmaganidan bir yerda hozir sarflanmaydigan bo‘sh pul taklifi hosil bo‘lsa, boshqa yerda xarajatlar uchun u yetishmaydi, ya’ni qo‘shimcha pulga talab hosil bo‘ladi. Shunday sharoitda pulni oldi-berdi qilishga zarurat paydo bo‘ladi, buni kredit amalga oshiradi. Iqtisodiyot subyektlari qo‘lidagi bo‘sh pullar kredit resursini hosil qiladi, ular muhtojlarga qarz qilib beriladi. Biroq bo‘sh pullar o‘z-o‘zidan emas, balki pul bozoriga chiqqach o‘sha yerda kredit resursiga aylanadi. **Pul bozorining tarkibiy qismi kredit bozoridir**, biroq bu bozorga har qanday pul emas, balki qarzga beriladigan pul chiqadi. U talabgorlarga ma’lum narxda sotiladi. Pulni qarzga sotib oluvchi uni ishlatib daromad topadi. Binobarin kredit pul egasi uchun ham, qarz oluvchi uchun ham manfaatli bo‘ladi. Shuningdek, kreditdan vositachilar ham manfaat topadi, chunki o‘z ishidan daromad ko‘rishadi.

Kredit mexanizmi. Kreditning bir qator vositalari borki, ular birgalikda kredit mexanizmini tashkil etadi. Bular kredit tamoyillarida o‘z ifodasini topadi:

1. Kredit **ma'lum maqsadga** berilishi kerak, bu maqsad atroflicha asoslanishi talab qilinadi. Chunki qarz beruvchi o'z pulini oqilona ishlatilishi va o'z vaqtida ortig'i bilan qaytib kelishiga ishonch hosil qilishi kerak.

2. Kredit aniq bir **muddatga** beriladi. Shu jihatdan uzoq, o'rta va qisqa muddatli, hatto bir kunlik kreditlar bo'ladi. Kredit muddati qarz berilgan pul qancha vaqtda qaytarilishi mumkinligini hisobga oladi.

3. Kredit uchun **haq** to'lanadi, bu **foiz,** deb ataladi. Chunki bozor tizimida hech narsa tekinga berilmaydi, ya'ni xalq iborasi bilan aytganda «tekinga mushuk ham oftobga chiqmaydi». Kreditning pulli bo'lishi qarz oluvchining mas'uliyatini oshirib, qarz pulini oqilona sarflashga undaydi.

4. Kredit puli albatta **qaytarilib berilishi** shart, chunki birov haqiga xiyonat qilib bo'lmaydi. Shu sababli kredit berilganda qarz oluvchining naqadar qarzni to'lashga qobilligi hisobga olinadi.

5. Kreditning o'z vaqtida qaytarilishi iqtisodiy jihatdan **kafolatlanishi** kerak. Qarzni kafolatlash uchun uni oluvchi o'z mulkini kafolat sifatida qo'yadi yoki boshqa birov qarz kafolatini o'z zimmasiga oladi. Bu bilan qarz to'lanmagan taqdirda kafolat sifatida qo'yilgan mulkni bosib qolish mumkin bo'ladi.

Kredit mexanizmi huquqiy jihatdan mustahkamlanadi, qarz beruvchi va qarz oluvchi o'rtasida kredit bitimi tuzilib, bunda har ikki tomonning majburiyatlari qonunlashtiriladi.

Kredit mexanizmidagi vositalar orasida foiz asosiy o'rin egallaydi.

Foiz kreditning bozor narxi bo'lib, qarz pulidan vaqincha foydalanganlik uchun to'lanadigan haq sifatida namoyon bo'ladi.

Foiz kreditga berilgan pulning qiymati emas, albatta, balki undan foydalanish qiymati bo'lib, buning qancha turishini bildiradi. Foiz har doim kredit summasidan kichik bo'ladi. Agar 100 mln so'm kreditga berilsa, undan 10 mln so'm foiz sifatida undiriladi. Bunda foiz 10 %ga teng bo'ladi ($\frac{10}{100} \times 100 = 10$) ya'ni, qarz pulining 1/10 qismini tashkil etadi. Foiz boshqa tovarlar narxidan farqlanadi. Boshqa tovarlar narxi ularning bozor qiymati bo'ladi, ya'ni tovarning o'zi qancha turishini bildiradi. Foiz esa tovar – pulning o'zini emas, undan foydalanish qancha turishini bildiradi. Yuqoridagi misolni eslasak 100 mln so'm qarz pulidan foydalanish 10 mln so'm turadi. Kredit narxining o'ziga xosligi kredit bozorining xususiyatidan kelib chiqadi. Kredit bozoriga chiqqan qarz puli sotilganda uning egasi o'zgarmaydi, undan foydalanish pul egasidan

qarz olganga o‘tadi, xolos. Qarz pulining sohibi saqlanganidan u ma’lum vaqtdan so‘ng o‘z egasiga qaytariladi. Boshqa tovarlar, masalan, uy-joy, oziq-ovqat yoki kiyim-kechak sotilganda bularning egasi o‘zgaradi, bular sotuvchi mulkidan xaridor mulkiga o‘tadi. Kredit bozorida esa pul qarz beruvchi mulkidan chiqib qarz oluvchi mulkiga aylanmaydi. Shuning uchun, foiz qarz pulining qiymatidan kam bo‘lishi kerak. Kreditni ijaraga o‘xshatsa bo‘ladi, chunki bu yerda ham mulk sohibi saqlanadi, ijara haqi mulk qiymatidan kam bo‘ladi. Qarzdor bizneschi foizni hech qachon o‘z yonidan to‘lamaydi. U qarz pulini ishlatib daromad ko‘radi va uning bir qismini foiz sifatida to‘laydi. Agar foiz daromaddan ko‘p bo‘lsa hech qachon kredit olinmaydi, chunki bu zarar keltiradi. Qarz pulini biznesda ishlatishdan olingan foydaning bir qismi qarz olganning **tadbirkorlik daromadiga** aylansa, ikkinchi qismi **pul egasiga foiz** bo‘lib tegadi.

Kreditning arzon yoki qimmatligini foiz darajasi belgilaydi. Bu foiz to‘lovi qarz pulining qanday qismiga tengligini, ya’ni undagi hissasini bildiradi, uni **foiz stavkasi,** deb ham yuritiladi. Foiz stavkasiga qarab pul egasiga qanday miqdorda qarz haqi to‘lash zarurligi aniqlanadi. Bu quyidagicha hisoblanadi:

$$G = \frac{Kr \cdot G_s}{100}.$$

Bunda G – foiz miqdori, Kr – kredit summasi, G_s – foiz stavkasi. Agar bankning kredit stavkasi 12 foizli, berilgan kredit summasi 20 mln so‘m bo‘lsa, to‘lanadigan foiz miqdori quyidagicha bo‘ladi:

Foizni to‘lash uchun qarz pulini ishlatishdan topilgan foyda normasi (F_n) foiz stavkasidan yuqori bo‘lishi kerak. Shu sababli kreditni samarali ishlatib ko‘p foyda olish talab qilinadi. Yuqoridagi misolga qaytsak 20 mln so‘m kredit ishlatilganda foyda normasi 20 % bo‘lishi kerak, ya’ni 4 mln so‘mlik foyda ko‘rish zarur. Demak, qarz olgan subyekt topgan foyda 4 mln so‘m bo‘lganidan u 2,4 mln so‘mdan iborat foizni to‘lay olgan. Qolgan 1,6 mln so‘m esa uning o‘ziga tekkan.

Foiz darajasi narx singari o‘zgaruvchan bo‘ladi. Buni unga ta’sir etuvchi omillar yuzaga keltiradiki, bular quyidagilardan iborat:

1. **Kredit bozorida talab va taklif nisbati.** Talab oshib ketsa foiz ko‘tariladi, taklif ortib ketsa u pasayadi.

2. **Kreditning naflilig‘i.** Agar qarz pulini ishlatishdan foyda ko‘p topilsa kreditni yuqori stavka bilan ham olishadi. Aksi yuz bersa foiz stavkasi pasayadi.

3. **Qarzni to'lash muddati va sharti.** Agar qarz uzoq muddatga berilsa va uni sekin-asta maydalab qaytarilsa foiz ko'p bo'ladi. Bordi-yu qarzni qisqa vaqtda va bir yo'la qaytarish talab qilinsa foiz past bo'ladi.

4. **Qarzning qanday** pul **bilan berilishi.** Agar kredit qadri barqaror va qattiq valutada berilsa foiz yuqori bo'ladi. Bordi-yu u qadri barqaror bo'lmagan va boshqa valutaga erkin almashmaydigan pulda berilsa foiz kam belgilanadi.

5. **Qarzga beriladigan pulni** muqobil ishlatish **imkoniyati**. Pulni qarzga bergandan ko'ra boshqacha ishlatish qulay bo'lsa pul egasi foiz stavkasini ko'p talab qiladi va aksincha.

6. **Kredit riski.** Kredit riski (qarzni qaytarib olish xatari) qanchalik yuqori bo'lsa, shunchalik foiz baland bo'ladi va aksincha.

7. **Inflatsiya darajasi.** Agar inflatsiya yuqori bo'lsa shu hisobidan foiz ham ortadi. Bordi-yu real foiz 12 % bo'lsa va kutiladigan inflatsiya 6 % bo'lsa, shunga qarab foiz 18 % qilib belgilanadi.

19.8. Kreditning turlanishi

Kredit nima bilan, qanday maqsadlarda, kim tomonidan berilishiga qarab farqlanadi. Kreditning asosiy shakli uning **pul bilan** berilishi. Biroq **tovar krediti** ham qo'llaniladi. Bu o'z navbatida kommersiya krediti va lizingdan iborat bo'ladi.

Kommersiya krediti yuz berganda tovarlar naqdga emas, balki nasiyaga sotiladi, ya'ni qarzga beriladi. Tovarni qarzga oluvchi qarzdorlik guvohnomasi — vekselni tovar sotuvchiga beradi. Vaqti kelganda qarz to'lanadi va veksel o'z egasiga qaytariladi.

Lizing yuz berganda tovarlar keyinchalik sotib olish sharti bilan berib turiladi. Bunda ularni ijaraga olib ishlatish paydo bo'ladi. Lizingga qimmatbaho tovarlar, chunonchi uskunalar kompleksi, samolyotlar, paroxodlar, turli kombaynlar, binolar beriladi. Lizing beruvchi ishlab chiqaruvchi korxonalarning o'zi yoki maxsus lizing kompaniyalari bo'ladi.

Kim tomonidan berilishiga qarab **moliyaviy institutlar** krediti va **nomoliyaviy kompaniyalar** kreditiga farqlanadi. Moliyaviy institutlar bu banklar va parobank (bankdan boshqa) tashkilotlaridan iborat. Kreditning asosiy turi bu **bank krediti** hisoblanadi. Uning hissasiga kreditning asosiy qismi to'g'ri keladi. Parobank tashkilotlarga turli kredit kooperativlari, ittifoqlari va uyushmalari kiradi. Ular odatda o'z a'zolariga kredit berish bilan chegaralanadi. Bozor tizimida **davlat krediti** ham qo'llaniladi. Bunda davlat o'z puli hisobidan turli

kompaniyalarga va banklarga qarz beradi. Biroq davlat ulardan zayomlar shaklida qarz ham oladi.

Nomoliyaviy kompaniyalar ham qisman bo'lsa-da kredit berish bilan shug'ullanadi. Bular ishlab chiqarish, qurilish yoki savdo-sotiq bilan shug'ullanadi, bularni katta miqdorda puli bo'lganidan, o'z ishchi-xizmatchilariga qimmatbaho tovar olish uchun, o'z partnyorlariga esa biznes uchun arzon kredit beradi. Aholi o'rtasida bir-biriga naqd pul bilan bepul kredit berish ham bor, lekin bu kredit ko'p emas.

Kredit **individual** tarzda va **birgalikda** beriladi. Birinchi usul qo'llanilganda kreditni ayrim bank yoki parobank tashkiloti beradi. Bunda kredit riskini faqat bitta kredit beruvchi ko'taradi. **Kredit riski** – bu kreditning va uning foizining umuman qaytmasligi yoki belgilangan vaqtda to'lanmasligidir. Kredit riskini kamaytirish uchun u bir necha kredit beruvchilar o'rtasida taqsimlanadi, natijada riskni bitta emas bir necha qarz beruvchi o'z zimmasiga oladi. Bu **sinditsirlangan kredit,** deyiladi. Mazkur kredit qimmatbaho loyihalarni amalga oshirish uchun bir necha bank tomonidan beriladi. Masalan, temiryo'l qurilishi uchun 1 mlrd dollarlik kredit zarur bo'lsa, buni 5 ta bank 200 mln dollardan beradi. Natijada, 1 mlrd dollarlik kredit riski 5 ta bank o'rtasida taqsimlanadi.

O'z maqsadiga qarab **tadbirkorlik** va **iste'molchilik** krediti ham farqlanadi. Tadbirkorlik krediti biznes uchun ajratiladi. Uni qarz oluvchi kapital sifatida ishlatib foyda ko'radi. Kichik biznesda mikrokredit qo'llaniladi. Iste'molchi krediti foyda topishni emas, balki xususiy ehtiyojni qondirishni ko'zlaydi. Bunda kredit qimmatbaho tovarlarni, chunonchi hovli-joy, kvartira, avtomashina va yaxta sotib olish uchun yoki qimmatbaho davolash xizmatlari va o'qish uchun pul to'lash maqsadida olinadi.

Kredit investitsiyalarni pul bilan ta'minlash orqali iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Shu sababli kreditning kengayib borishi hozirgi bozor iqtisodiyotining belgisi hisoblanadi. Hozir rivojlangan mamlakatlarda har yili berilgan kredit summasi YaIM ning 30-40 foiziga teng bo'ladi.

19.9. Kredit institutlari

Kredit munosabatlari ko'pincha bilvosita yuz bergani uchun kredit institutlari paydo bo'ladi. Ularning xizmati pul egalari bilan qarz oluvchilar o'rtasida vositachilik qilishdir. Kredit institutlari 3 xil bo'ladi: banklar, parobank tashkilotlari va kredit topishga xizmat qiluvchi kompaniyalar. Kredit tizimi infratuzilmasining bosh bo'g'ini banklar hisoblanadi.

«PIXINI YORGAN ODAM»



– Do‘stim, Mersedesing qani, piyoda yuribsan?

– Uni bankka garovga qo‘yib, 50 $ foiz to‘lash sharti bilan 6 oyga 500 $ kredit oldim. Endi uzoq safarga ketyapman.

– Iye, atigi 500 $ ni nima qilasan?!

– Gap undamas, axir hech kim 50 $ ga mashinamni 6 oy qo‘riqlab bermaydi-ku!

Bank – bu pul bozorida faoliyat yurgizuvchi moliyaviy institutdir.

Banklar 2 guruhga bo‘linadi:

1. **Markaziy banklar,** ular turli mamlakatlarda har xil nomlanadi. Masalan, AQShda u rezerv sistemasi, Buyuk Britaniyada Angliya banki, Germaniyada Bundesbank, O‘zbekistonda Markaziy bank, deb yuritiladi. Markaziy banklar – **banklarning banki** hisoblanadi. Ular quyidagi vazifalarni bajaradi:

1) pulni emissiya qiladi, ya’ni uni muomalaga chiqaradi;

2) davlat oltin-valuta rezervlarini saqlaydi, ya’ni davlatning xazinaboni hisoblanadi;

3) kredit zaxiralarini banklar o‘rtasida taqsimlaydi;

4) davlat pul-kredit siyosatini amalga oshiradi;

5) kreditga, umuman pul muomalasiga oid tartib-qoidalarni ishlab chiqib, ularga rioya qilishni nazoratga oladi. Markaziy bank yagona bo‘ladi.

2. Aksariyat banklar **kommersiya (tijorat) banklari** hisoblanadi, ular ko‘pchilikni tashkil etadi. Bu banklar kapitali o‘zining puli va mijozlar qo‘ygan puldan iborat bo‘ladi. Kommersiya banklari pul omonatlari va qimmatbaho buyumlarni saqlaydi, pul operatsiyalarini o‘tkazadi, kredit beradi, valutalar oldi-sotdisi bilan shug‘ullanadi, konsalting (maslahat berish) bilan shug‘ullanadi. Yer yuzidagi

banklar o‘z mijozlariga 600 xil xizmat ko‘rsatadi. Banklar ham boshqa firmalar singari foyda topishni ko‘zlaydi.

Bank o‘z faoliyatida quyidagi asosiy tamoyillarga amal qiladi:

1. Mijozlar manfaatiga ustuvorlik berish, ular uchun kurashish.
2. Rentabel – foyda olib ishlash.
3. Raqobatda ishtirok etish.
4. Riskka borish.
5. Likvidli bo‘lish, ya’ni o‘z mablag‘larini naqd pulga aylantira bilish.

Banklar iqtisodiyotning **lokomotivi** hisoblanadi, chunki ular iqtisodiyotning ildam borishini ta’minlaydi. Bunga iqtisodiyotni muntazam ravishda pul, jumladan xorij valutasi bilan ta’minlash, uni kerakli sohalarga yuborish orqali erishiladi.

Bank faoliyatida pul bozor iqtisodiyotining tani-joni ekanligi namoyon bo‘ladi.

Parobank kredit institutlariga kichik kredit tashkilotlari kiradi. Bular oldin aytganimizdek kredit kooperativlari, kredit ittifoqlari va uyushmalaridan iborat bo‘ladi. Bular o‘zini-o‘zi kreditlash bilan shug‘ullanadi, ya’ni o‘z kredit resurslarini o‘z a’zolariga qarz qilib beradi. Bularning krediti imtiyozli, lekin hammabop emas. Mayda kredit tashkilotlari ko‘pchilik bo‘lsa-da, ularning kredit berishdagi hissasi katta bo‘lmaydi. Xuddi shunday holat kreditni topib uni joylashtirish bilan shug‘ullanuvchi turli kompaniyalarga ham xos bo‘ladi. Iqtisodiyot rivojlanishi bilan kredit demokratiyalashadi. Kredit resurslarini yaratishda aholi pul jamg‘armalari ko‘proq ishtirok etadi, kredit beruvchi tashkilotlar ko‘payadi. Ayni paytda kichik biznesning rivojlanishi va aholining ko‘plab tovarlarni kreditga olishi tufayli qarz oluvchilar ham ko‘payadi, natijada kredit munosabatlariga aholining keng qatlami tortiladi.

Xulosalar

1. Iqtisodiyotning moliya sektori undagi turli pul oqimi bo‘lib real sektorga xizmat qiladi. Pul oqimi iqtisodiyotning barcha ishtirokchilari qatnashadi. Pul oqimi daromad-xarajat shakliga kiradi va moliyani yuzaga keltiradi. Moliya sektori tizim bo‘lib moliya obyekti, subyekti, moliya munosabatlari, moliya mexanizmi, moliya institutlari va nihoyat moliya siyosatini qamrab oladi. Real iqtisodiyotning darajalariga muvofiq ravishda moliyaning mikro, makro va megamoliya turlari mavjud.

2. Moliya – taqsimlash, rag‘batlantirish, axborot berish, ijtimoiy va nazorat funksiyalarini bajaradi. Mikromoliya ishtirokchilarining resurslari ular xarajatini qoplash yo‘lida ishlatiladi.

3. Makromoliya – bu umumdavlat, umumjamiyat moliyasi bo'lib, davlat daromadlari va xarajatlaridan iborat. Davlat daromadlari soliqlar, davlat mulki bergan daromad va davlat olgan qarzdan iborat. Davlatning xarajatlari bu ijtimoiy soha, investitsiya, milliy xavfsizlik, boshqarish va qarzni uzish sarflaridir. Davlat moliyasining asosini budjet tashkil etadi.

4. Iqtisodiyot subyektlari faoliyatini pul bilan ta'minlash, ya'ni moliyalashtirish bo'lib, bu o'zini-o'zi moliyalashtirish, budjetdan moliyalashtirish va homiylar moliyalashtirishi shaklida yuz beradi.

5. Moliya bozori moliyaviy aktivlarning oldi-sotdi qilinishini bildiradi, tarkiban fond bozori va pul bozoridan iborat. Bu bozor kapital hosil qilish, kapitalni demokratiyalashtirish, puldan pul chiqarib olish, pulni kerakli sohalarga joylashtirishdek funksiyalarni bajaradi.

6. Pul bozorining bir qismi kredit bozoridirki, bunda qarz beruvchi, qarz oluvchi va ular o'rtasidagi vositachilar qatnashadi. Kredit mexanizmi uning vositalari va shartlaridan iborat. Kreditning bozor narxi foizdir. Biroq foiz kreditga berilgan pulning bozor qiymati emas, balki uni vaqtincha ishlatishning haqidir. Foiz darajasini kredit bozorida talab va taklif, kreditning nafliligi, qarz pulini muqobil ishlatish imkoni, kredit sharti, riski, uning qanday valutada berilishi va nihoyat inflatsiya darajasi belgilaydi.

7. Kredit turlari ko'p, bular kommersiya krediti, lizing krediti, bank krediti, davlat krediti, nomoliyaviy kompaniyalar kreditidan iborat. Tadbirkorlik va iste'molchilik krediti ham bor. Kredit institutlari banklar, parobank kredit tashkilotlari va har xil kompaniyalardan iborat. Asosiy kredit instituti banklar hisoblanadi, ular markaziy va kommersiya banklaridan iborat. Banklar pul oborotiga xizmat qilish, kredit resurslarini kerakli sohalarga yuborish orqali iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadilar.

Tayanch tushunchalar

Moliya sektori; pul oqimi; daromadlar-xarajatlar; moliya tizimi; moliya funksiyalari; mikromoliya; makromoliya; megamoliya; budjet; moliyalashtirish usullari; moliya bozori; aksiya; obligatsiya; aksiya kursi; dividend; kredit, kredit funksiyalari; kredit mexanizmi; foiz, foiz stavkasi; kredit turlari, kredit institutlari.

XX bob. MOLIYAVIY KRIZISLAR

20.1. Krizisning mohiyati va turlari

Pul iqtisodiyotning barcha jabhalari uchun ozuqa bo‘lib, iqtisodiy barqarorlik bo‘lishi uchun u bir maromda va to‘xtovsiz borishi talab qilinadi.

Pul harakatini tashkil etuvchi moliya institutlari uni muntazam bo‘lishiga xizmat qilishadi. Biroq moliya tizimida ham layoqatsizlik holatlari bo‘lib turadi, chunki u qanchalik mukammallashmasin, baribir vaqt o‘tib sharoit o‘zgarishi bilan u bunga moslashib ulgurmaydi. Moliyaviy mexanizmlar yaxshi ish bermay qo‘yadi, natijada pul oqimida uzilishlar bo‘ladi, moliyaviy krizis yuzaga keladi.

Moliyaviy krizis, bu moliya tizimida vujudga keladigan inqiroz holati bo‘lib, moliyaviy aloqalarni izdan chiqishi, moliya o‘z funksiyalarini to‘la bajara olmay qolishini bildiradi.

Moliyaviy krizislar quyidagi yo‘nalishlarda yuz beradi:

1) bank tizimi krizisi;
2) fond bozori krizisi;
3) davlat moliyasi krizisi;
4) valuta krizisi.

Krizis yuz berganda moliya tizimining hamma bo‘g‘inlari tanglik holatiga tushadi, barcha moliya institutlarining pul operatsiyalari qisqarib ketadi. Moliya krizisi eng avval asosiy moliya institutlari hisoblangan banklarning inqirozga yuz tutishidir.

Bank tizimi krizisi-bu banklar kapitalining katta qismini yo‘qotishi natijasida ular o‘z funksiyasini bajarishga ojizlik qilishi, hatto bankrot holiga tushib qolishidir.

Krizis yuz berganda banklar o‘z mijozlariga bergan kreditlarini o‘z vaqtida va to‘laligicha qaytarib ololmaydilar. Natijada kapitalning katta qismidan mahrum bo‘lib, olgan kreditni ham qaytara olmaydi. Banklarning obro‘yi tushib, ularning reytingi, binobarin ularga ishonch pasayib ketadi. Bankka omonat pul qo‘yganlar uni qaytarib ola boshlaydilar. Banklar ixtiyoridagi pul qisqarib, ular iqtisodiyotga pul yetkazish vazifasini bajarishga kuchi yetmaydi. Boshqa moliya institutlari, chunonchi fond birjalari, investitsiya va sug‘urta kompaniyalari ham qisman bo‘lsa-da, pulidan ayrilib, tanglik holatiga duch keladilar. Ular o‘z operatsiyalarini qisqartiradilar yoki butunlay to‘xtatadilar.

Moliya krizisi – bu fond bozorining ham inqirozga yuz tutishidir.

Fond bozorining krizisi u yerdagi moliyaviy aktivlar narxining keskin pasayib ketishi va bozor oborotining jiddiy qisqarib ketishi natijasida investorlarning katta qismi uni tark etishidir.

Bu fond bozoridagi asosiy indekslarni pasayishida ifodalanadi. Qimmatli qog'ozlarni sotuvchilar kurs daromadi olish o'rniga zarar ko'rib, o'z pulining katta qismidan ayrilib, banklardan olingan kreditni qaytarishga qobil bo'lmaydilar.

Krizis valuta munosabatlarini ham qamrab oladi.

Valuta krizisi – bu milliy valutalar qadrsizlanib ular kursining pasayishi natijasida devalvatsiyaga uchrashidir.

Bir valuta devalvatsiya bo'lsa, boshqasining kursi oshib revalivatsiya bo'ladi. Natijada valutalar kursiga keskin tebranma harakat xos bo'lib,bu valutalar bozoridagi beqarorlikni keltirib chiqaradi, valutalar oldi-sotdisida nosozlik eksport va importga to'sqinlik qiladi, chunki bular uchun zarur bo'lgan pul miqdori tez-tez o'zgarib turadi. Krizisga eng avval xorijiy valuta rezervlari kichik mamlakatlar duch keladi, chunki ular o'z milliy valutasi qadrini xorij puli bilan ta'minlay olmaydilar.

Iqtisodiyot uchun eng og'iri – bu surunkali valuta krizisidir. Bunda valuta bozoridagi ayirboshlash nomutanosibligi uzoq saqlanadi. Bir devalvatsiya ketidan boshqasi zarur bo'lib qoladi. Valutalar kursidagi beqarorlik uzoq davom etadi, eksportchilar esa bundan zarar ko'rishadi. Krizis davlat moliyasida ham bo'ladi va bu fiskal krizis shakliga kiradi.

Fiskal krizis – bu budjetga keladigan soliq tushumlari xarajatlarni qoplamagan holda budjet defitsitini ortib borishi va davlat qarzi oshib, u o'z majburiyatlarini to'lashga qodir bo'lmasligidir.

Budjetning xarajatlari daromadlariga nisbatdan jadal o'sadi, kamomadni qoplash uchun ko'plab qarz oladi, natijada u qarzga botib qoladi. Davlatning moliya sektorini qo'llash uchun unga pul yordamini ko'rsatishi xarajatlarni oshirib, defitsitni kuchaytirishga olib keladi.

Daromadlarning yetishmasligi qarzni uzish imkoniyatini bermay, qarzni to'lash orqaga suriladi, chunki qarz ustiga qarz kelib qo'shiladi, hatto davlat defolt holatiga tushib qoladi, ya'ni moliyaviy bankrot bo'ladi.

Moliyaviy munosabatlar keng qamrovli bo'lganidan krizis moliyaning turli sohalarida yuz beradi.

20.2. Krizislarning sabablari va yuzaga kelish mexanizmlari

Moliya krizislari yangilik emas, chunki ular bozor tizimida azaldan kuzatilib kelinadi. Ularning dastlabki alomati XVII asrdayoq namoyon bo'lgan. Buni Gollandiyada yuz bergan "Lola jazavasi" tasdiqlaydi. O'sha kezlarda lola piyozini ko'paytirib sotish katta boylik keltiradi degan ovozaga berilib, puli borlar unga lola piyozini olaboshlaganlar. Narx juda ham qimmatlashib bitta lola piyozini bitta sigir puliga olishgan. So'ngra narx keskin tushib ketib, lola-furushlar bankrotlashib, bor pulidan ayrilib qolishgan. Shunga o'xshash hodisalar keyin ham takrorlangan. Keyingi paytda (1970–2007-yillar) yer yuzida 394 marta moliyaviy krizis holati bo'lib, bu turli mamlakatlarda turli darajada bo'lgan, shulardan 17 tasi rivojlangan mamlakatlarda kuzatilgan. Eng katta Osiyo moliya krizisi 1998-yil va jahon moliya krizisi 2008–2009-yillarda yuz bergan. Krizislarning takrorlanib turishi ularni muqarrarligidan darak beradi. Xo'sh shunday ekan buning sababi nimada? Buning sababi bozor tizimida u qancha o'zgarmasin, baribir layoqatsiz holatning bo'lib turishidir. Biz oldingi boblardan bilamizki, bozor iqtisodiyotida uning turli tomonlari o'rtasidagi mutanosibliklar buzilib, nomutanosiblik holatlari kelib chiqadi va bu iqtisodiy beqarorlikka olib keladi. Moliya iqtisodiyotning uzviy qismi bo'lganidan aytilgan sabablar uni ham beqaror qilib krizisga duchor etadi.

Moliya krizislarini qanday aniq omillar yuzaga keltirishidan qat'iy nazar ularning fundamental, ya'ni asl sababi bozor tizimining liberal bo'lishi, iqtisodiyot subyektlari xatti-harakatlaridagi nomuvofiqlikning mavjudligi, tartibsizlik, layoqatsizlik va risklarni hosil qiladi va bu moliya krizislariga olib keladi. Buni quyidagi rasmdan ko'rish mumkin (20.1-rasm).



20.1-rasm. **Krizisning fundamental sabablari**

Rasmga ko'ra, nomukammallik layoqatsizlikni, bu esa nomutanosiblik va krizisni yaratadi. Biroq layoqatsizlik holati doimiy emas, balki vaqti-vaqti bilan bo'lganidan krizislar ham shunday bo'ladi. Moliya bozoridagi layoqatsizlik – bu pul va moliyaviy aktivlar bozoriga amal qiluvchi mexanizmlar, bu bozorning tartiblay olish qobiliyatini yo'qotishidir.

Yuzaki qaraganda krizis sabablari juz'iy nuqsonlardek tuyuladi. Aslida esa bu boshqacha bo'lib, barcha moliya institutlari o'z faoliyatini oldindan bir-biriga moslashtirmaydi, uni bozor muvofiqlashtirib turadi, bozor aloqalarida esa nosozlik bo'lib turganidan, moliyaviy aloqalarda ham buzilishlar paydo bo'ladi. Bu turli pul oqimlari o'rtasidagi nomutanosiblikdan iborat.

Krizisning sabablari fundamental bo'lsa-da, uning chetdan kirib kelishi ham bo'ladi. Iqtisodiyotda domino samarasi, degan gap bor. Bu bir yerdagi iqtisodiy hodisani boshqa yerdagiga tutashib ketib, unga global tus berilishini anglatadi. Shunga binoan, moliyaviy krizislar bir yerdan boshqasiga o'tib turadi, ya'ni ularning eksporti va importi bo'lib turadi.

Moliya tizimining nuqsonlari layoqatsizlik hosil qilganidan moliyani davlat tartiblab turadi. Biroq vaqt o'tib, sharoit o'zgarishi bilan davlatning tartiblash choralarining samarasi pasayib, krizislarga yo'l ochiladi.

Krizislarning fundamental sabablari uni yuzaga keltiruvchi mexanizmlarda gavdalanadi, bular quyidagilardan iborat:

a) kredit emissiyasining kredit ekspansiyasiga aylanishi;

b) moliya bozorida tartibsiz va cheklanmagan spekulyativ operatsiyalarga yo'l berilishi;

v) moliya bozoridan keladigan asimmetrik informatsiyaning bo'lishi;

g) moliyaviy aloqalardagi nosozliklarning global xarakterda bo'lishi, ularni bir yerdan boshqa yerga o'tib turishi.

a) Bozor iqtisodiyotidagi moliya sektorining o'zagini tashkil etuvchi banklar kredit pullarini yaratishdek funksiyani bajaradi. Bu *kredit emissiyasi*, deb yuritiladi. Mijozlarni bankka pul qo'yishi va uning olinishi turli vaqtda yuz beradi. Shu vaqt oralig'ida qo'yilgan pul olinganidan ko'p bo'ladi. Shuni inobatga olib kredit puli ko'paytiriladi va u arzoniga beriladi. Kreditning arzonligi, uni kafolatlashning yengilligi, uni to'lab borishning qulayligi kreditga talabni oshiradi. Natijada banklar kredit emmissiyasini kuchaytiradi, bu to'xtovsiz borib kredit ekspansiyasini yaratadi, ya'ni ortiqcha kredit pullari iqtisodiyotga suqulib kiradi.

To'xtovsiz va shiddatli kredit emissiyasi natijasida muomalaga keragidan ortiqcha chiqarilgan va iqtisodiyot o'zlashtirib ulgurolmaydigan pullarning hosil qilinishi kredit ekspansiyasi deyiladi.

Buni sababi oldingi kredit qaytarilmay turib yangisini oldingisidan ko'proq berilishidir. Kredit ekspansiyasi tufayli uni nafaqat firmalar, balki uy xo'jaliklari va davlat ham katta miqdorda oladi, chunki bu g'oyat arzon bo'ladi.

Banklar esa kreditni ko‘paytirishdan manfaatdor bo‘ladilar, chunki miqdoran ko‘p kredit foiz kamaysa-da, ko‘p foyda keltiradi, ya’ni foydasining massasi oshadi. Demak, foydani maksimumlashtirishga intilish kredit ekspansiyasini rag‘batlantiradi. Pul ko‘payib ketib, iqtisodiyotni monetizatsiyalash darajasini keragidan oshirib yuboradi. Bu yerda tovar-pul muvozanati buzilib, $M \times V > P \times Q$ hosil bo‘ladi. Masalan, 1994–2007-yillar aholi va ishlab chiqaruvchi (nomoliyaviy) kompaniyalarga berilgan kredit AQShda YaIMning 118 %dan 173 %ga, Buyuk Britaniyada 120 %dan 180 %ga, yevrozona mamlakatlarida (17 mamlakat) 72 %dan 92 %ga yetdi. 2008-yilga kelib dunyo bo‘yicha berilgan kredit YaIMning 37 %ga yetdi. Katta kredit pulini real iqtisodiyot hazm qilib ulgurmaydi, shu bois u moliya bozoriga yuz tutadi.

Arzon pullar aholini qarzga yashashga undaydi, qimmatbaho tovarlarni xarid etish uchun aholi katta miqdorda iste’mol kreditini oladi, bu bozordagi talabni o‘sishini rag‘batlantiradi. Ammo buning uchun ishlab chiqarish quvvatining zaxiralari bo‘lishi zarur. Pul ko‘payib talab oshgach bunga javoban taklifni ko‘paytirish uchun zaxira quvvatlar ishga solinadi. Bundan so‘ng kreditning ta’siri kuchsizlanib boradi, chunki kredit investitsiyaga aylanib ishlab chiqarish o‘sishi uchun ma’lum vaqt talab qilinadi. Shu vaqt oralig‘ida kredit pullari spekulyatsiyaga ruju qo‘yadi.

Qarzlar me’yoridan ortib ketib, uni qaytarish qiyin ishga aylanadi. Natijada banklar o‘z pulini vaqtida qaytarib ololmasdan inqirozga yuz tutadi. Iste’mol krediti uchun qo‘yilgan garovlarning (uy-joy, avtomashina, aksiyalar) ham narxi pasayib, ularni sotgan taqdirda ham banklar o‘z pullarini hammasini chiqarib ololmaydilar.

Kredit – bu hozirgi xarajatni kelajakdagi daromad evaziga qoplash usulidir, biroq qarz oluvchining kelajakda daromad topishi riskli bo‘ladi, ya’ni topilgan daromad qarzni to‘lashga yetmay qolishi ham uchrab turadi. Qarzga yashash tufayli qo‘shimcha pul hisobidan bozor talabining ortishi narxlarni ko‘tarilishiga olib keladi, bu yana kredit emissiyasini keltirib chiqaradi. Bir emissiya ketidan boshqasi boshlanib, ular tutashib ketadi, natijada emissiya spirali hosil bo‘ladi. Emissiya spirali uni poyoniga yetkazadi, bunda arzon pullar hosil bo‘ladi.

Arzon pullar arzon narxda qarzga beriladigan, ya’ni foiz stavkasi past bo‘lgan kredit pulidir.

Arzon kredit ko‘chmas mulk bozoridagi talabni oshirib, uning narxini ortishiga sabab bo‘ladi. Sotib olinish chog‘ida kreditning

garovi sifatida qo'yilgan ko'chmas mulkning qiymati yuqori bo'ladi. Ammo bozor to'yinganidan so'ng uning qiymati pasayishga moyil bo'ladi, chunki to'yingan bozorda talab, binobarin narx pasaya boradi. Qarzdor ipoteka kreditini qaytarishga qodir bo'lmaganda, uni garovdagi ko'chmas mulki sotiladi, lekin uning amaldagi sotilish narxi, garovdagi narxdan ancha past bo'ladi. Natijada ipoteka kreditini katta miqdorda bergan banklar, kredit uyushmalari va maxsus firmalar o'z pulidan ayrilib qoladi va hatto bankrotlikka yo'liqadi. Shunday hodisa AQShda 2008-yil yuz bergan.

b) Moliya bozoridagi spekulyatsiya.

Kredit ekspansiyasi natijasida fuditsionar pullar yaratiladi, bular hech narsa bilan ta'minlanmagan bo'lib, real sektorni chetlagan holda birjalardagi spekulyativ operatsiyalarga xizmat qiladi. Masalan, 100 mlrd dollar kredit berilgan bo'lsa, shundan 20 mlr. real sektorga kelib ishlab chiqarishning o'sishiga xizmat qiladi. Bu pul yangidan yaratilgan tovar va xizmatlar bilan ta'minlanadi. Ortiqcha berilgan 80 mlrd dollarlik kredit spekulyatsiyaga yuboriladi.

Fond bozoridagi spekulyatsiya – bu qimmatli qog'ozlarni arzoniga olib, qimmatiga sotish yo'li bilan foyda topishga qaratilgan faoliyatdir.

Liberal iqtisodiy tizimda bozor operatsiyalariga erkinlik berilishi tufayli arzon pullar bozor spekulyatsiyasiga (olib sotarlikka) qulay sharoit yaratadi, chunki past foizlar to'langan holda qisqa muddatli kreditlar olish mumkin bo'ladi va bu pulni aylantirib foyda olgandan so'ng uni qaytarish imkonini beradi. Spekulyatsiya eng avval fond bozorida avj oladi. Bu faqat aksiya va obligatsiyalar hisobidan emas, balki hosila qog'ozlar-derivativlarning ko'payishi hisobidan ham bo'ladi. Bular qog'ozlarni oldi-sotdisiga oid bitim-shartnomalar bo'lib, ular ham sotiladi.

Spekulyatsiya ikkilamchi fond bozorida, ya'ni birjalarda va birjalardan tashqaridagi aktivlar savdosida yuz beradi. Spekulyatsiyani moliya bozorining o'zi ham rag'batlantiradi. Moliya bozorida tovarlar bozoridan farqliroq, narxning ortishi talabni qisqartirmaydi, aksincha moliya aktivlari qimmatlashsa-da, ularga talab ortib, sotilishi ko'payadi, chunki xaridorlar qimmat aktivni ishonchli, ya'ni serdaromadli va yuqori likvidli, deb qabul qilishadi. Hatto ular aktivlar likvidligini pul likvidligi singari yuqori baholaydilar.

Moliya bozoridagi xaridorlarda eyforiya holati (kutiladigan yaxshi natijaga kuchli ishonib, bozorda faollik qilish) paydo bo'ladi. Fond bozorida ham ratsional kutish, ya'ni bozordan yaxshilikni kutish qoidasi amal qiladi, ya'ni uning ishtirokchilari aktivlardan kelajakda yaxshi daromad olishni kutadilar, ammo bozor bunga yo'l

bermasligi ham mumkin. Pul topish maqsadida banklar, turli moliya kompaniyalari, sug'urta va xedj kompaniyalari va aholi aktivlarni faol sotib olishadi. Ular pul topish ilinjida shubhali, binobarin katta riskli aktivlarni ham xarid qilib, qo'lga tushadilar.

Eyforiya sharoitida o'rnak samarasi ishga tushadi. Bir bozor ishtirokchisi – agenti boshqasidan o'rnak olib, uning ketidan ergashadi u singari aktivlarni sotib ola boshlaydi. O'rnak ajiataj talabni hosil qiladi, ya'ni talab agent puli tamom bo'lguncha oshib boradi. Lekin pul tezda tugamaydi, chunki arzon kredit mavjud bo'ladi. Aktivlarga talabning tez o'sishini fond bozorining xususiyati ta'minlaydi. Agar tovarlar bozorida talab ehtiyoj bilan cheklanib tursa, fond bozorida talab cheklanmaydi, chunki pul topib boylik orttirish ishtiyoqi cheksiz bo'ladi. Qizig'i shundaki, investorlar kichik aksiyalarni ham sotib oladilar, chunki ular aksiyaning kurs daromadiga (narxning oshishi beradigan) umid bog'laydilar. AQShda masalan, 1990–2000-yillarda dividend faqat 2 % bo'lgani holda aksiyalar to'xtovsiz sotilgan. Kurs daromadiga ishonch bog'lash natijasida aksiyalar sotilishi dividendni o'sishiga nisbatan ancha ilgarilab ketadi, natijada yerdagi bum hosil bo'lib, cho'qqisiga chiqadi. Bumni yuzaga keltirishda birjadan tashqaridagi derivativlar bozori katta rol o'ynaydi, chunki ular ko'plab sotiladi.

Qimmatli qog'ozlar daromadining turlicha bo'lishi xaridorga qo'l kelib, ularda qiziqish uyg'otadi. Bu ham spekulyatsiya imkoniyatlarini kengaytiradi, chunki ular fond birjalaridan tashqarida ham oldi-sotdi qilinadi. Turli bitimlar aksiyalar singari qayta va qayta sotilib spekulyativ daromad keltiradi. Masalan, 1 mln dollarlik aksiya yoki tovar yuzasidan tuzilgan bitim 1,1 mln dollarga sotiladiki, buning 0,1 mln dollari (1,1–1,0=0,1) spekulyativ foyda bo'ladi. Fuditsionar pullar spekulyativ operatsiyalarni oziqlantirib sun'iy ravishda moliya bozorini kengaytirib, moliyaviy aktivlar narxini jiddiy oshiradi. Natijada, real qiymati 1 trln dollar bo'lgan aktivlar 2-3 trln dollarga sotiladi.

Spekulyatsiyada yurgan pullar ko'pik iqtisodiyotni hosil qiladiki, bunga moliya tizimida quyidagilar xos bo'ladi:

1) emissiya yaratgan kredit puli ishlab chiqarishdan ko'ra ko'proq moliya bozoridagi spekulyativ operatsiyalarga yuboriladi, chunki bundan qisqa vaqtda spekulyativ foyda olish mumkin;

2) birjadagi chayqovchilik haqiqiy dividenddan ko'ra ko'proq kurs daromadini mo'ljallaydi;

3) arzon pullar har safar moliya bozoriga kirib borganida u yerdagi talabni oshirib, moliyaviy bum hosil qiladi, lekin bu iqtisodiyot real sektorining o'sishiga mos kelmay qoladi. Masalan, real

sektor yaratgan YaIM 3 % o'sgani holda moliya bozoridagi operatsiyalar hajmi 10 % o'sadi, ortiqcha 7 % (10-3) moliyaviy ko'pik hosil qiladi;

4) spekulyativ operatsiyalar kuchaygan sari qog'ozlarning amaldagi bozor narxi uning ba'zaviy, ya'ni haqiqiy narxidan tinimsiz oshib boradi, biroq spekulyatsiya yaratgan narx qog'ozlarning soxta narxi bo'ladi.

Soxta narxlar – bu fond bozoriga kirib kelgan arzon pullar yuzaga keltirgan va real narxlardan juda ham oshib ketgan, sun'iy spekulyativ narxlardir.

Qimmatli qog'ozlarning amaldagi narxi uning dastlabki narxidan bir necha bor ortib ketadi. Agar qog'ozlarning dastlabki qiymati ular uchun asos bo'lgan real kapital qiymatiga mos bo'lsa, spekulyatsiya uni real qiymatdan ancha oshirib yuboradi. Aslida qog'ozlar sotilishidan kelgan qo'shimcha pul ishlab chiqarishga kirib kelishi va real kapitalga qo'shilishi zarur. Lekin bu pulning kichik qismi ishlab chiqarishga kelsa, katta qismi esa chayqovchilikka xizmat qiladi, real kapitaldan ajralgan pul soxta kapital, ya'ni moliyaviy ko'pik hosil qiladi.

Moliyaviy ko'piklar – bu moliya aktivlarining bozordagi soxta narxi shakllantirgan sun'iy qiymatidir.

Bu sovun ko'pigi singari bir paydo bo'lsa, bir uchib yo'q bo'lib turadi. Moliya bozoridagi operatsiyalar real YaIMning hajmi va o'sishiga nisbatan ancha katta bo'lib moliya va real sektorlar o'rtasidagi nomutanosiblikni hosil qiladi. Masalan, 2007-yil dunyo YaIM qiymati 52,6 trln dollar bo'lgani hola, jahon bozoridagi qog'ozlar qiymati 600 trln dollarga teng bo'lgan, ya'ni bu YaIM hajmiga nisbatan 11,4 marta ortiq edi.

Moliyaviy ko'piklar sekin-asta va uzoq vaqtda to'planib boradi, lekin bu birdan yorilib uchib ketadi. Shunday bo'lganda spekulyatsiyaga qo'yilgan pul ham yo'q bo'lib ketadi, chunki moliyaviy aktivlar narxi keskin pasayib ketadi, ularni sotilishidan katta zarar ko'riladi. Spekulyatsiyaning eng faol ishtirokchilari bor-budidan ayrilib moliyaviy bankrotga aylanadilar.

Iqtisodiyotda divergensiya holati, ya'ni moliya sektorining avtonomligi haddan tashqari kuchayib ketib, uning real sektordan yiroqlashuvi yuz beradi. Divergensiya sharoitida pul kapitali hajmi bilan real moddiy kapital qiymati bir-biriga mos kelmay qoladi.

v) Asimmetrik informatsiya.

Biz bilamizki iqtisodiy riskni asimmetrik informatsiya chaqiradi. Moliya bozoridagi informatsiya aksiyalar narxi va ularni sotilish

hajmiga aloqador bo‘ladi. Aksiyalar narxi haqidagi axborot ataylab soxtalashtirilmagan bo‘lsa-da, spekulyativ narx, real ba’zaviy narxlardan ajralgan bo‘ladi. Lekin ularni investorlar haqiqiy narx, deb qabul qiladi. Shu ikki narx orasidagi farq ulkan bo‘ladi, bu investorlardan qo‘shimcha pul talab qiladi. Bu ortiqcha kapital bo‘lib, real sektorda foydani yaratmaydi, balki uni divedend shaklida taqsimlanishida ishtirok etadi, xolos. Oz real kapital yaratgan foyda ko‘p soxta kapitalga qarab ham taqsimlanadi, shunga binoan kapital birligi beradigan divedend summasi qisqarib boradi. Pirovard natijada kichik dividend beradigan aksiyalar aslida riskli aktivga aylanadi. Chunki, divedend bank foizidan ham kamayib ketadi, aksiyalarga qiziqish so‘nadi. Ular yoppasiga sotila boshlaydi. Ularning narxi keskin pasayib kurs daromadi olish o‘rniga zarar ko‘riladi.

Shunday holat tufayli aksiya va obligatsiya egalari 2008–2009-yillarning o‘zida 16 trln dollar pulni yo‘qotishdi. Rossiyada bu 1 trln dollarni tashkil etdi.

Moliya bozoridagi operatsiyalar g‘oyat ko‘p va xilma-xil bo‘lganidan u yerda keladigan informatsiya ham g‘oyat ko‘p. Ulardan qaysi biri aslida simmetrik yoki asimmetrik ekanligini faqat fond bozoridagi tajribali va pixini yorgan investorlar farqlay oladi. Ko‘pchilik oddiy investorlar ularning farqiga bormay asimmetrik informatsiyani simmetrik, deb qabul qilishadi va shunga binoan investitsion qarorga kelishadi.

*g) Asimmetrik informatsiya*ni yaratishda reyting agentliklari va auditorlik firmalari ham ishtirok etadilar. Ular ayrim kompaniyalar moliyaviy ahvolini bo‘rttirib ko‘rsatgan holda ularga yuqori reyting beradi, investorlar buni haqiqiy baholash deb qabul qilishadi, ular aksiyalarini yuqori likvidli hisoblab, ularni ko‘plab sotib oladilar va qarmoqqa ilinadilar. Moliya bozori qanchalik erkin bo‘lib, kam nazorat qilinsa, bu yerga moliya qalloblari shunchalik ko‘plab kirib keladi. Ofshorlarda (nazorat bo‘sh yoki yo‘q yerlarda) ro‘yxatdan o‘tgan kompaniyalar yoki ayrim chayqovchilar moliya bozoriga kirib, u yerda shubhali operatsiyalarni o‘tkazishadi (ayniqsa, devitorlarga oid). Turli moliyaviy piramidalar paydo bo‘ladi. Ular aslida daromad keltirmaydigan aktivlarni serdaromad ko‘rsatib, xaridorlarni aldab ularni yaxshigina pullaydilar. Ular oldingi investorlarga daromad sifatida so‘nggi investorlar pulini, ularga esa ulardan keyingi investorlar pulini berib turadilar. Xullas ular birovlar pulini birovlarga berib, aldamchilik bilan mashg‘ul bo‘ladilar.

Bozorga kirib kelgan innovatsiya, ya’ni yangiliklar shunday murakkab va chalkash mexanizmni yaratadiki, bu qalloblikni oldini olish va fosh qilishni qiyin qilib, bozordagi tanglikning hosil bo‘-

lishiga hissa qo‘shadi. Bu mexanizm nazorat qilish qiyin bo‘lgan va yashirin moliyaviy kontraktlarni yuzaga keltiradi, bular ham krizisga yo‘l ochadi.

Ko‘chmas mulk bozori moliya bozori bo‘lmasada, u yerdagi spekulyatsiya ham krizisning paydo bo‘lishiga zamin yaratadi. Ko‘chmas mulk yerda joylashgan, yer esa betakror eng noyob resurs bo‘lganidan uning narxi doimo o‘sadi. Narx qanchalik o‘smasin yer taklifi o‘zgarmaydi, ya’ni u mutlaqo noelastik bo‘ladi. Shunga ko‘ra yerga bog‘langan ko‘chmas mulk narxi ham o‘sishga moyil bo‘ladi. Bu uni likvidli, binobarin jozibali moddiy aktivga aylantiradi. Ayni paytda arzon ipoteka krediti unga qiziqishni yanada kuchaytiradi, natijada unga pul ko‘plab yuboriladi.

Ipoteka krediti – ko‘chmas mulkni sotib olish uchun uning xaridorlari qarz ko‘targan puldir.

Ipoteka krediti uni ishonchli garovi bo‘lmasada, ya’ni riskli bo‘lsa-da ko‘plab beriladi. Natijada, uy-joyga talab va shunga ko‘ra uning narxi oshadi, uning o‘zini garovga qo‘yishganda, u yuqori baholanadi. Dastlab narxlar oshsa, so‘ng talab qisqarib, ular keskin pasayadi. Masalan, 2008-yil ilgari nisbatan arzonga olingan uylar narxi birdaniga 20 % qisqarib ketgan. Natijada, kreditga uy olganlar bundan AQShda 5 trln dollar yo‘qotishgan.

O‘z pulini aksiyalariga va ko‘chmas mulkka investitsiyalagan banklar, moliya kompaniyalari, firmalar va ayrim jismoniy shaxslar pulining katta qismidan ayrilib qolishdi.

Krizisni davlat qarzining haddan tashqari ortib ketishi ham hosil qiladi. Davlat budjetida surunkali defitsit hosil bo‘lib, xarajatlarni qoplashga daromad yetishmay qolgan taqdirda davlat qarzga qo‘l uradi. U obliga siya yoki boshqa qarz qog‘ozlarini katta miqdorda chiqarib sotadi. Qarz olish chegarasini uni to‘lash qobiliyati, buni esa davlat daromadlari miqdori belgilaydi. Odatda davlatning qarzi katta bo‘lmasligi zarur. Ammo amalda qarz YaIMning 80-100 % va hatto undan ortib ham ketishi mumkin. Qarzni to‘lash uchun davlat pul topa olmay qoladi, uning daromadi va xarajati o‘rtasida no-mutanosiblik paydo bo‘ladi. Budjet defitsiti ko‘payib boradi. Masalan, 2007-yil Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida budjet defitsiti YaIMning 0,8 foiziga teng bo‘lsa, 2009-yil bu 6,0 % ga chiqdi. Gretsiyada 2010-yil bu hatto 10,6 % ga yetgan va bu ilgarilari kuzatilmagan.

Demak, moliya krizisi fiskal-budjet krizisi shakliga ham kiradi.

20.3. Krizis oqibatlari

Krizis oqibatlarini shartli ravishda ikkiga ajratish mumkin:

1) salbiy oqibatlar;

2) ijobiy oqibatlar.

Krizislar iqtisodiyot uchun noma'lum hodisa bo'lganidan avval uning salbiy tomonlarini ko'rib chiqamiz. Krizis moliyaviy talofotga, ya'ni katta miqdordagi pulning yo'qotilishiga olib keladiki, bu moliya sektorini falaj qiladi, moliya operatsiyalari qisqaradi, aktivlarning daromadligi tushib ketadi, ular o'ta riskli bo'lib qoladi. Moliya institutlarining bir qismi bor-budidan ayrilib bankrot holiga tushadi. Banklar, moliya va investitsiya, sug'urta kompaniyalarining bir qismi yopilib ketadi, krizisga chidamagan yakka investorlar moliya bozorini tark etadi.

Krizis moliya sektoridan chiqib real sektorga ham o'tadi. Katta pul yo'qotishlar to'lov krizisini keltirib chiqaradiki, natijada iqtisodiyot subyektlari to'lov majburiyatlarini o'z vaqtida bajara olmasligi yoki bunga umuman qobil bo'lmasligi paydo bo'ladi. Hamma subyektlar xarid qobiliyati pasayib, jami talab qisqaradi. Eng avval, uy xo'jaliklarining bozor talabi qisqaradi.

Kishilar eyforiya o'rniga vahimaga tushadilar. Vahima kishilarni iste'mol kreditini olishda qo'rqishiga olib keladi. Ayni paytda banklar iste'mol kreditini berishdan hadiksiraydilar. Krizis kishilarni qo'rqitib, kelajak uchun pul yig'ishga undaydi, uy xo'jaliklari xarajatlari tejalib, bu eng zarur xarajatlar bilan cheklanib, uzoq muddatda ishlatiladigan qimmatbaho tovarlar xaridi qisqaradi. Krizis qisqargan talabni yanada qisqartiradi, chunki ommaviy ishsizlik boshlanib ketadi, ishsizlar daromad topolmay o'z talabini qisqartirishga majbur bo'ladilar. Ishlab chiqaruvchilarning ham daromadi qisqaradi. Buning natijasida, masalan, AQShda 2008-yil aholining bir oylik daromadi 20 %ga kamayib, bu talabni qisqartirdi, albatta. Biz bilamizki, vaqti kelganda talab pul jamg'armasi hisobidan ortishi mumkin, ammo ishonchsizlik puli borlarni ham jamg'armani sarflash o'rniga uni ko'paytirishga undaydi. Qo'rquv aholini banklardagi jamg'armalarini olishga, uni bozorda sarflash o'rniga pul qoldig'i sifatida saqlanishiga, binobarin iqtisodiy oborotdan chiqishiga olib keladi.

Oldingi boblardan ma'lumki resurslar bozoridagi talab iste'molchilar bozoridagi talabga bevosita bog'liqdir. Shunga ko'ra aholi talabining qisqarishi resurslarga talabni qisqartiradi. Chunki bozor toraygan sharoitda qo'shimcha resurslarga hojat qolmaydi. Shu bois, aholi talabidan so'ng firmalarning talabi ham qisqaradi. Davlat moliyasining krizisi davlat xarajatlarini, binobarin xaridini qisqar-

tiradi. Jami talabning qisqarishi ishlab chiqarishda retsessiya holatini yuzaga keltiradi. Retsessiya sababi taklif tomoniga ham bo'ladi. Qisqargan talabga taklif moslashganda ishlab chiqarish o'smasada, u pasaymasdan turg'un holatda bo'lishi mumkin. Ammo talab qisqargan holda u yangi tovar va xizmatlarga ko'chadi, ular esa yetishmaydi, ularni ko'paytirish uchun qo'shimcha pul zarur bo'ladi, ammo krizis moliya sektoridan real sektorga keladigan pul oqimini qisqartiradi, undagi uzilishlarni paydo qiladi. Real sektorga investitsiyalar yetishmay qoladi, chunki pul yo'qotishlar natijasida jamg'arish qisqarib ketadi. Agar rivojlangan mamlakatlarda jamg'arish 2007-yil YaIMning 20,8 %ni tashkil etsa, 2009-yil 16,5 %gacha tushib ketdi.

Real sektorda jamg'arish qisqarib, unga o'z mablag'i yetishmaganidan u kreditga muhtoj bo'ladi, biroq banklar kredit berishga oshiqmaydi, chunki puli bor banklar ham kredit berishdan hadiksirab qoladilar. Banklarga ishonchsizlik tufayli ularga pul qo'yishga oshiqmaydilar, bu tashqaridan banklarga jalb etilgan mablag'larni ham qisqartirib yuboradi. Kreditga talab oshib, foiz ko'tariladi, ilgarigi arzon pullar qimmat pulga aylanadi, natijada kredit olish qulay bo'lmay, investitsiyalar qisqaradi, bu ishlab chiqarishni o'nglanishiga to'sqinlik qiladi.

Fond bozorida aktivlarning sotilishi qisqaradi, chunki investorlarda ishonchsizlik boshlanadi, ular riskdan g'oyat cho'chiydilar. Krizis sharoitida oz bo'lsa-da, real sektorga investitsiyalar oqib keladi, biroq ularni o'zlashtirib, ishlab chiqarishni o'nglash uchun qo'shimcha vaqt talab qilinadi. Shu davrda retsessiya davom etaveradi. Retsessiya davrida iqtisodiyotda jonlanish alomatlari paydo bo'ladi, biroq iqtisodiy sustkashlik bo'lib, lanjlik yaqqol kuzatiladi. Masalan, 2012-yil Yevropa mamlakatlari retsessiyadan chiqolmagani uchun iqtisodiy o'sish atigi 0,25 % bo'ldi. Retsessiya fiskal tizimda ham qiyinchilik tug'diradi. Budjet daromadlarining qisqarishi undagi defitsitni kuchaytiradi.

Defitsit davlat qarzini oshirib yuboradi, chunki davlat yangidan qarz ko'taradi. Davlat qarzi 2010-yilda YaIMga nisbatan quyidagicha bo'ldi: Fransiyada 75 %, Germaniyada 83 %, Italiyada 118 %, Gretsiyada 153 %. AQShning davlat qarzi uning tarixida bo'lmagan darajaga chiqib, bu 2013-yil oktabr oyida 17,0 trln dollarga yetdi.

Budjet defitsitining qisqarishi uchun daromad ko'payishi yoki xarajat qisqarishi kerak. Daromadni oshirish yo'li tutilganda retsessiya holatida soliqlarni oshirishdan boshqa iloji qolmaydi. Bu esa daromadlardan chegirma hosil qilib, iqtisodiy faollikni sustlashtirib, retsessiyani cho'zib yuboradi.

Retsessiyada ham domino samarasi bo‘ladi, ya’ni bir yerdagi retsessiya boshqasi bilan birga boradi. Bir yerdagi retsessiya holati boshqa yerdagi talabni qisqartirib, uni tanglikka yo‘liqtiradi. Tovarni import qiluvchi mamlakatlardagi retsessiya tashqi bozor talabini qisqartirish orqali eksport qiluvchi mamlakatlarda retsessiya hosil qiladi. Masalan, rivojlangan mamlakatlardagi 2008–2010-yilgi retsessiya ularga xomashyo va yoqilg‘i yetkazib beruvchi mamlakatlar eksportini qisqartirdi. Natijada eksport narxini pasayishi eksportchi mamlakatlar YaIMni qisqartirdi, ular ham retsessiyaga duch keldi.

Tizimli krizislar – bu turli krizislarni bir-biriga tutashib ketishi natijasida jamiyatda yuz beradigan umumiy inqiroz holatidir.

Krizislar ommaviylashib, tangliklar tizimiga aylanadi, krizislar transformatsiyasi yuz berib, ularning tizim hosil qilishini quyidagi rasmda tasvirlash mumkin (20.2-rasm).



20.2-rasm. **Krizislar transformatsiyasi**

Krizis natijasida hamma yerda bandlik jiddiy qisqarib ommaviy ishsizlik boshlanadi. Shu sababli, 2013-yil yanvar oyida yer yuzidagi ishsizlar soni 197 mln nafarga yetdi. Ishsizlar tirikchiligi uchun daromad yetishmaydi. Ishlovchilarning ham pul daromadi qisqarib ketadi, aholining turmush darajasi tushib ketadi. Aholi tabaqalanishi kuchayib, uning tarkibida kambag‘allar ko‘payib ketadi. 2007–2009-yillarda dunyodagi kambag‘allar soni 64 mln kishiga ortdi. Aholi orasida muhtojlikning ortishi uning noroziligini vujudga keltiradi, aholi turli toifalarining hamjihatligi izdan chiqadi, natijada sotsial (ijtimoiy) beqarorlik paydo bo‘ladi. Norozilarning ish tashlashi, turli namoyishlari bo‘ladi, hatto ularning hukumat kuchlari bilan to‘qnashuvlari ham bo‘lib turadi.

Krizis ma’naviy tus oladi. Kishilarni vahima bosib, ular kelajakka ishonmay qo‘yadilar, ertangi kun nima bo‘lar ekan, deb tashvishga tushadilar. Krizis chuqur va uzoq kechgan yerlarda siyosiy tanglik ham kelib chiqadi. Ishlab turgan hukumatni iste’foga ketishi va yangisi bilan almashtirilishi, saylovlarda yangi siyosiy kuchlarning g‘olib kelishi va hokimiyatning ular qo‘liga o‘tishi siyosatda jiddiy o‘zgarishlar yuz berishiga sabab bo‘ladi.

Krizis oqibatlaridagi ijobiylik shundaki, bu moliyaviy tizimni sog‘lomlashtiradi. Moliya institutlari va yakka investorlar orasida tabiiy tanlov yuz berib, ulardan yashovchanlari omon qolib, moliya

resurslari ishonchli qo'lga o'tadi, moliya qalloblardan qutiladi. Krizisdagi ijobiylik yana shundaki, bu moliya tizimining qayerida qanday illat va nuqson borligini, bu tizimni takomillashtirish uchun qanday islohotlar zarurligini ko'rsatib beradi. Krizisning bu saboqlarini jamiyat hisobga oladi.

20.4. Krizislardan chiqish. Davlatning antikrizis dasturlari

Krizis holati moliya tizimi uchun abadul-abad emas, u bir kun bo'lmasa boshqa kun, ertami yoki kech tugallanadi.

Krizisdan chiqishni bozor mexanizmining o'zi ta'minlashi mumkin, chunki moliya tizimida qayta tiklanish xususiyati mavjud. Biroq bozor mexanizmini o'ziga qo'yib berilganda, krizisdan chiqish cho'zilib ketishi va iqtisodiyot katta talofot ko'rishi, aholi kuchli aziyat chekishi mumkin. Shu sababli krizisdan chiqishda davlat faol bo'lishi zarur.

Krizis bozordagi iqtisodiy tanlov qoidasiga yangi kuch bag'ishlaydi. Bozor baquvvat institutlarni tanlab oladi, zaiflar bankrot bo'ladilar. Moliya institutlari krizisga har xil darajada dosh beradilar, bu ularning tayyorgarligiga bog'liq. Krizisga tayyorlar undan tez chiqa oladi, unga tayyorlana boshlaganlar undan sekin chiqadi. Mutlaqo tayyor bo'lmaganlar krizis zarbasidan halokatga yuz tutadi. Bir qator moliya institutlari va ishlab chiqaruvchi firmalar yopiladi, qolganlari o'zaro birlashib, kapitalini ko'paytiradi. Krizis tahlikasi hammani ziyrak qiladi. Banklar riskli kreditlarni qisqartirishadi, foydasini kapitalga aylantirib, o'z mablag'ini ko'paytiradi, o'zining kredit salohiyatini kuchaytiradi.

Krizisga chidamli bo'lish uchun banklar zaxira kapitalini (buni bufer kapitali, deb atashadi) hosil qiladilar. Fond bozori agentlari ham o'z kapitalini cheklab olishadi. Ular bozordagi riskli operatsiyalarga bormaslikka intiladilar. Ular krizis holatida shakllangan aktivlar narxini mo'ljalga olib ish yuritadilar.

Ishlab chiqaruvchi firmalar yangi investitsiyalarga qo'l uradilar. Bozor mexanizmi krizisga yo'liqqanlarni undan chiqish uchun xarajatlarni qisqartirishga, pasaygan bozor narxlarini qabul qilishga, oz bo'lsa-da, foyda olib rentabell ishlashga undaydi. Firmalar krizisga moslashib olish yo'lida ishlab chiqarishini modernizatsiyalaydi, tovar va xizmatlarni diversifikatsiyalab, ularni sotilishini ko'paytirib, moliyaviy ahvolini mustahkamlaydilar, o'z to'lov qobiliyatini sekin-asta bo'lsa-da, tiklaydilar.

Moliyaviy inqirozdan tezda chiqarishda davlatning antikrizis siyosati katta rol o'ynaydi. Bu siyosat birinchidan, krizisning chuqurlashuviga yo'l qo'ymasligi, ikkinchidan, krizisdan tez chiqishni, uchinchidan, krizisning iqtisodiyotga salbiy ta'sirini yumshatishi zarur. Bu siyosat antikrizis dasturlarida gavdalanadi, ularga ko'ra moliya institutlari va ishlab chiqaruvchi firmalarga davlat budjetdan moliyaviy yordam ko'rsatadi, ularga soliqlardan siylov beradi. 2008-2012-yilda AQShda 1 trln dollar soliq imtiyozlari berildi.

Davlat soliq yukini qayta taqsimlab iqtisodiy zaiflashgan subyektlarga yengillik bergani holda baquvvatlarga soliqni ko'paytiradi.

Bankrotlashgan banklar xatarli aktivlarini sotib olib, ularni halokatdan qutqaradi. Banklar beradigan kreditni kafolatlashni davlat o'z zimmasiga oladi, banklardan olgan qarzini qaytaradi.

Fond bozorini barqarorlashtirish uchun davlat u yerdagi spekulyativ operatsiyalarni cheklash choralarini qo'llaydi, firma va aholining aksiya sotib olishga yuborgan pulini va dividendni soliqqa tortmaydi.

Davlatning antikrizis dasturlarida iqtisodiyot real sektorini qo'llab-quvvatlashga va eng avval kichik, o'rta biznesni rag'batlantirishga qaratiladi. Masalan, 2009-yili Janubiy Koreya hukumati banklar orqali kichik, o'rta beznisni kreditlash uchun 800 mln dollar ajratdi.

Aholi xaridini ko'paytirib ichki bozorni tiklash ya kengaytirish uchun davlat xarid yuzasidan subsidiyalar beradi. Masalan, Germaniyada 2010-yil bitta avtomashina sotib olgan xaridorga davlat 5000 dollar miqdorida subsidiya berdi, bu bilan mashina narxini arzonlashtiradi.

Aholining banklardagi omonatlari saqlanishini davlat kafolatlaydi, krizis tufayli kambag'allashganlarga yordam beradi, ishsizlarni o'z hisobidan qaytadan o'qitib va malakasini oshirib ish topib olishiga ko'mak beradi, aholi kommunal xizmatlar haqini to'lashi uchun dotatsiya beradi, o'ta muhtojlarga yotib-turishi uchun yotoqxonalar tashkil etadi, ularni bepul ovqatlantirishga pul ajratadi.

Davlatning asosiy e'tibori ish o'rinlarini ko'paytirishga, binobarin daromadlarni oshirishga qaratiladi, bu esa aholi xaridini ko'paytirib, ichki bozorni kengaytiradi.

Krizisni o'zi moliyaning qaysi bo'g'ini mo'rt bo'lib, inqirozga moyil bo'lishini ko'rsatadi. Davlat shu saboqlarni hisobga olib moliyani tartiblash choralarini qo'radi. Moliya institutlari, eng avval banklar kapitalining yetarli bo'lishi ta'minlanadi, bu bilan kapitalining kamligi tufayli krizisga chalinishning oldi olinadi. Kredit olish, devidend va bonuslar (boshqaruvchilarning mukofot puli) to'-

lashga chegara belgilanadi, bu bilan daromadlarni kapitalga aylantirish rag'batlantiriladi. Moliya bozorining qat'iy belgilangan tartib-qoidalari kiritiladi, bulardan chiqish jazolanadi, qaltis operatsiyalarga yo'l berilmaydi. Spekulyatsiyani cheklash uchun moliya bozoriga shubhali agentlar kiritilmaydi, hamma agentlar, hatto offshorlardan chiqqan agentlar ham davlat ro'yxatiga olinadi, derivativlar yuzasidan tuzilgan shartnomalar ham ro'yxatdan o'tkaziladi, chunki bu bilan spekulyatsiya cheklab qo'yiladi. Foyda ketidan quvib xatarli ishlarga borilmasligi uchun riski katta moliya operatsiyalariga soliq kiritiladi, bu operatsiyalarni o'tkazish huquqi moliyaviy baquvvat institutlarga beriladi. Moliya bozori agentlarini chalg'itadigan asimmetrik informatsiyani cheklash uchun kredit byurolari, auditorlik firmalari va reyting agentliklari faoliyati davlat nazoratiga olinadi, ularning o'z informatsiyasining haqqoniy bo'lishiga javobgarligi oshiriladi. Krizislarni oldini olish uchun prognozlash ishlari amalga oshiriladi, ularning ehtimolligiga qarab antikrizis choralari ishlab chiqiladi.

Krizisdan chiqish yo'lida yumshoq monetar siyosat qo'llaniladi, ya'ni kredit arzonlashtirilib, u hisobidan moliya institutlari kapitali ko'paytiriladi. Ayni paytda qattiq fiskal siyosatga boriladi. Bunda davlat budjetini qat'iy tartiblash siyosati olib boriladi. Budjet xarajatlari ixchamlashtirilib, ulardan eng zarurlari qoldiriladi, ular daromadga juda ham yaqin qilib belgilanadi. Budjet defitsitini oshirishga yo'l berilmaydi, davlat qarzi ham qat'iy chegaralanadi. Xullas qattiq budjet intizomi o'rnatiladi.

Antikrizis choralari sirasiga iqtisodiy o'sishni prognozlash ham kiradi. YaIMni naqadar o'sishi mumkinligiga qarab, moliya bozoridagi operatsiyalar hajmi nazorat qilinadi. Bu bilan iqtisodiyotning moliya va real sektorining divergensiyasiga yo'l berilmaydi. Antikrizis tadbirlari krizisni to'la-to'kis yo'qota olmasa-da, uning tez-tez bo'lmasligini, cho'zilib ketmasligini va yumshoq kechishini ta'minlaydi.

20.5. Krizisdan chiqishda global hamkorlik

Krizisning global xarakterda bo'lishi undan chiqishda turli mamlakatlarning hamkorlik qilishini taqozo etadi. Shu maqsadda davlatlararo kelishuvlar va bitimlar qo'llaniladi. Mamlakatlar o'z moliyaviy siyosatini muvofiqlashtiradilar. Rivojlangan mamlakatlarning Markaziy banklari o'zaro kelishib, ulardan har birining likvidliligini AQSh dollari bilan ta'minlash uchun aktivlarni bir-biriga sotish yuzasidan auksionlar o'tkazishdi. Yevropa mamlakatlari antikrizis tadbirlarini o'tkazish uchun YaIMning 1 %ga teng miq-

dorda pul ajratib, maxsus fond tuzishdi. Davlatlararo kelishuvga binoan moliya bozorining umumiy tartib-qoidalari birgalikda ishlab chiqiladi. Bularga binoan moliya bozoridagi operatsiyalar ochiq-oydin, halollik bilan amalga oshiriladi, ular haqida haqiqiy axborot beriladi, toki bu moliya bozorini davlat tomonidan nazorat qilishga imkon berishi lozim. Davlatlararo kelishuvga binoan banklardagi omonat sirini saqlash cheklandi, chunki zarur bo'lganda bir mamlakat fuqarosining boshqa mamlakat bankidagi pulini qayerdan va nima uchun o'tkazilganligini nazoratga olish tartibi kiritildi. Bu bilan moliyaviy qalloblik yo'li bilan topilgan pul oqimini cheklash imkoni tug'iladi. Jahonning yetakchi davlatlari moliya krizisidan chiqish uchun xalqaro moliya institutlari salohiyatini oshirish choralarini ko'rishadi. Ular 2009-yil Xalqaro Valuta fondiga beriladigan badallarni oshirib, uning umumiy summasi 750 mlrd dollarga yetkazildi.

Shu hisobdan xalqaro valuta fondi Belarus, Ukraina, Islandiya, Vengriya, Serbiya, Italiya, Latviya va Armanistonga kredit berdi. yetakchi mamlakatlar Markaziy banklari kelishgan holda uchyot stavkasini, ya'ni qayta moliyalashtirish stavkasini pasaytirib, uni 2011-yil oxiriga kelib Yevropada 0,75 %, AQShda 0,25 %, Yaponiyada 0-0,1 % darajasida belgilandi. Bundan maqsad kredit bilan real sektorni qo'llab-quvvatlashdir. yetakchi davlatlar jahon savdo-sotig'ini rivojlantirish uchun 1 trln dollar miqdorida pul ajratishdi. Krizisdan qutilish uchun defolt xavfi kuchli mamlakatlarga boshqalar kredit berishadi. Masalan, 2011-yil Yevropa Ittifoqi mamlakatlari Gretsiya hukumatiga davlat qarzini qisqartirish uchun 110 mlrd yevro, Ispaniya hukumatiga 100 mlrd yevro qarz berishdi.

Moliya krizisi global bo'lgani holda antikrizis dasturlari milliy bo'lib, ularni ayrim mamlakatlar amalga oshiradi. Shu sababli birinchidan, milliy dasturlar o'zaro muvofiqlashtiriladi, ikkinchidan hamma yerda amal qiluvchi umumiy dasturlar ishlab chiqiladi. Jahon moliya bozorini birgalikda tartiblash uchun yetakchi mamlakatlar davlatlararo Moliyaviy barqarorlik kengashini tuzib, unga moliya institutlarini tartibga solish vazifasi topshirildi.

Krizis global bo'lganidan uning salbiy ta'siri hamma yerga etib boradi. Hatto iqtisodiyoti barqaror o'sayotgan mamlakatlar ham uning ta'siriga duch keladi, uni yumshatish zaruriyati tug'iladi. Shu sababli bu yerda ham antikrizis dasturlari ishlab chiqiladi va ularga amal qilinadi.

Krizisdan chiqish bir vaqtda yuz bermaydi, undan chiqish muddati va undan chiqishdagi talofotlar krizisning naqadar chuqurligi va uning qamroviga, bozor mexanizmidagi kuchlarning krizisdan chi-

qarish qobiliyati va davlat antikrizis siyosatining faolligiga hamda samarali bo‘lishiga bog‘liq.

Shularga bog‘liq holda moliyaviy tanglik va ishlab chiqarishdagi retsessiyadan turli muhlatda chiqiladi. Masalan, AQSh, Kanada, Germaniya 2008-yil boshlangan inqirozdan tez chiqib ketgan bo‘lsa, ko‘pchilik Yevropa mamlakatlari retsessiyadan 2013-yilning ikkinchi yarmida chiqa boshladilar.

Xulosalar

1. Moliyaviy krizislar moliya tizimidagi inqiroz holati hisoblanib, iqtisodiyot subyektlari o‘rtasidagi pul oqimida jiddiy uzilishlar bo‘lib, uni izdan chiqarishini bildiradi, bank, fond bozori, fiskal va valuta krizislari shakliga kiradi. Ularning fundamental – tub sababi bu moliya tizimida layoqatsizlikning bo‘lib turishi va moliya mexanizmida nosozlikning paydo bo‘lishi davlatning moliyani tartiblash chora-tadbirlarini vaqt o‘tib sharoit o‘zgarishi bilan yaxshi samara bermay qolishidir.

2. Krizislarning asl sabablari ularni yuzaga keltiruvchi omillarda ifodalanadi, bular kredit ekspansiyasi, moliya bozoridagi spekulyatsiyaning avj olishi, moliya bozoridan keladigan asimmetrik axborot, shubhali moliya operatsiyalariga yo‘l berilishidir. Bular krizis hosil qiluvchi mexanizmlar rolini o‘taydi.

3. Banklar hosil qilgan kredit ekspansiyasi kreditni arzonlashtirib, unga talab oshadi, riskli kreditlar ko‘payadi, xatarli moliya operatsiyalariga boriladi, oxir-oqibatda pul yo‘qotishlari yuz beradi, banklar bankrotlashadi.

4. Arzon pullarning bir qismi funsitsionar, ya’ni puch pullar bo‘lib, birja spekulyatsiyasiga xizmat qiladi. Spekulyatsiya yaratgan eyforiya moliya bozorida bum hosil qilib, aksiya va obligatsiyalarning spekı lyativ, ya’ni soxta narxini hosil qiladi.

Shu narx yaratgan bozor qiymati moliyaviy ko‘pik hosil qiladi. Eyforiya so‘nib, narxlar keskin pasayib ketganda ko‘pik uchib ketadi, soxta narxda qog‘ozlar olgan investorlar katta pulga tushib qoladi. Bunga asimmetrik axborot ham hissa qo‘shadi, chunki bu soxta narxlarni real narx sifatida tavsiflab investorlarni chalg‘itadi.

5. Moliyaviy krizislarga retsessiya, ijtimoiy, ma’naviy va siyosiy tanglik tutashib tizimli krizis holati yuzaga keladi. Bu moliyaviy bankrotlik, iqtisodiyotning tushib ketishi, ommaviy ishsizlik, daromadlarning kamayishi, kambag‘allarning ko‘payishi, noroziliklarning kuchayishi bilan tavsiflanadi.

6. Krizislardan bozor mexanizmi vositasida va davlat ishtirokida chiqiladi. Bu tez va kam talofotli bo'lishi uchun davlat izchil anti-krizis choralarini qo'llaydi.

Bu tang holatga tushgan moliya institutlari, turli firmalar va aholiga moliyaviy yordam ko'rsatish, soliqlardan imtiyoz berish, riskli aktivlarni sotib olish, bandlikni oshirish, eksportni rag'batlantirish, budjetni tejamli qilish kabilarni o'z ichiga oladi.

7. Krizislarning globallashuvi xalqaro hamkorlikni talab qiladi va bu antikrizis choralarini muvofiqlashtirish, maxsus antikrizis fondlarini birgalikda tashkil etish, fond bozorida operatsiyalar yuritishning umumiy tartib-qoidalarini joriy etish, davlatlararo kreditni ko'paytirish, xalqaro moliya institutlarini qo'llab-quvvatlashdan iborat bo'ladi.

Tayanch tushunchalar

Moliyaviy krizis, bank krizisi, fond bozori krizisi, fiskal krizis, valuta krizisi, kredit emissiyasi, kredit ekspansiyasi, domino samarasi, arzon pullar, funksionar pullar, birja spekulyatsiyasi, eyforiya, real narxlar, soxta narxlar, moliyaviy ko'piklar, divergensiya, moliyaviy asimmetrik axborot, moliyaviy yo'qotishlar, krizislar oqibati, tizimli krizislar, antikrizis dasturi, global hamkorlik.

XXI bob. IQTISODIYOTNING OCHIQLIGI

21.1. Ochiq iqtisodiyot tushunchasi

Umuman olganda iqtisodiyot ikki xil bo'ladi. Bular yopiq va ochiq iqtisodiyot. Yopiq iqtisodiyot tabiatan an'anaviy iqtisodiyot, bu bozor tizimining o'tmishdoshidir. Yopiq iqtisodiyot shunday iqtisodiyotki, u o'z qobig'iga o'ralgan bo'lib, o'zidan tashqi dunyo bilan aloqaga kirishmaydi, o'zini-o'zi ta'minlash qoidasiga asoslanadi. Bunday iqtisodiyot konservativ, eskilikni uzoq saqlab qoladi, modernizatsiya (yangilanish)ga moyil bo'lmaydi. Shu sababli u istiqbolsiz hisoblanadi. Yopiq iqtisodiyot tarixiy o'tmish, lekin hozirgi sivilizatsiyadan ajralib o'rmon, chakalakzorlarda qolib ketgan qabilalarda uchraydi. Yopiq iqtisodiyotning aksi ochiq iqtisodiyotdir.

Ochiq iqtisodiyot – bu tashqi iqtisodiy aloqalarga kirishgan, ularning afzalligiga tayanib, rivojlanib boruvchi iqtisodiyotdir.

Ochiq iqtisodiyot tushunchasi milliy iqtisodiyotga nisbatan qo'llaniladi. Uning ochiqlik darajasi turli mamlakatlarda har xil, albatta. Buni turli mezonlarga qarab aniqlanadi:

1. Iqtisodiyotning eksport salohiyati. Agar eksport YaIMga nisbatan qanchalik ko'p bo'lsa, ochiqlik darajasi shunchalik yuqori bo'ladi. Masalan, Gollandiyada eksport YaIMning 3/4 qismiga teng bo'lganidan bu yerda ochiqlik darajasi yuqori, deb aytish mumkin. O'zbekiston iqtisodiyotining ham ochiqlik darajasi yuqori, chunki eksportning YaIMdagi hissasi katta hisoblanadi.

2. Iste'molda importning hissasi. Agar bu hissa qanchalik yuqori bo'lsa, iqtisodiyot shunchalik ochiq hisoblanadi. Ammo buning uchun import kafolatlanishi kerak. Importga qarab ochiqlik darajasiga baho berilganda uning kafolatining bo'lishi nazarda tutiladi, chunki shundagina aholi ta'minotida uzilishlar bo'lmaydi.

3. Iqtisodiyotga yuboriladigan investitsiyalarda xorij investitsiyalarining hissasi va chetga chiqarilgan kapitalning jami kapitaldagi hissasi. Agar ichki investitsiyalarda xorijdan kelgan mablag'lar ulushi qanchalik katta bo'lsa, kapital tashqariga qanchalik ko'p chiqsa, iqtisodiyot shunchalik ochiq hisoblanadi.

4. Mehnat resurslari tarkibida xorijdan kirib kelgan va xorijga chiqib ketgan ish kuchi hissasi. Bu ko'rsatkich qanchalik katta bo'lsa, mamlakat iqtisodiyoti shunchalik ochiq hisoblanadi.

Xullas, milliy iqtisodiyotning ochiqligi tovarlar, kapital va ish kuchining naqadar mamlakatga kirib va undan chiqib turishiga

qarab belgilanadi. Biroq bular ochiqlikni ta'minlashda har xil o'rin tutadi. Iqtisodiyoti kuchli mamlakatlarda ular iqtisodiyotining ochiqligini ko'p hollarda kapitalning chetga chiqishi, texnologiyalar eksporti ko'p bo'lgani holda iste'mol tovarlari importining kattaligi belgilaydi. Aksincha, iqtisodiyoti rivojlanib ulgurmagan mamlakatlarda uning ochiqligini belgilashda xomashyo va energoresurs hamda iste'mol tovarlari eksporti, kapital va texnologiya importining ustuvorligi asosiy hisoblanadi. Iqtisodiyotning ochiqligi ichki ziddiyatga ega. Agar ochiqlik iqtisodi baquvvat mamlakatlarga ustuvorlik bersa, iqtisodi zaif mamlakatlarda chet elga qaramlik hosil qiladi.

Ochiq iqtisodiyotlarning rivojlanishi jahon xo'jaligini yuzaga keltirgan (XIX–XX asrlar bo'sag'asida).

Jahon xo'jaligi – bu bir-birini taqozo etuvchi, o'zaro bog'langan turli mamlakatlar milliy xo'jaligining majmuasi bo'lib, iqtisodiy yaxlitlikni hosil qiladi.

XXI asr boshidagi jahon xo'jaligiga 210 mamlakat iqtisodiyoti birlashgan bo'lib, bular yaratgan tovar va xizmatlar summasi 46,4 trillion dollarga (2002-y.) teng bo'lgan. Jahon xo'jaligi uch guruh mamlakatlar, ya'ni iqtisodiyoti yuksak rivojlangan, iqtisodiyoti o'rtacha va iqtisodiyoti past mamlakatlardan iborat (21.1-jadval).

21.1-jadval

Dunyoning turli guruh mamlakatlarida jon boshiga hisoblangan YaIM

(AQSh dollarida)

Mamlakatlar	1998-yil	2001-yil	2010-yil
1. Iqtisodiyoti yuksak	25710	27680	37180
2. Iqtisodiyoti o'rtacha	2950	5710	6780
3. Iqtisodiyoti past	520	2040	1246

21.2. Taqqosiy afzallik qoidasi

Ochiq iqtisodiyot sharoitida mamlakatlararo savdo-sotiq unda qatnashganlar uchun naf keltiradi, chunki bir mamlakatda ma'lum tovarni ishlab chiqarish arzonga tushsa, boshqa yerda boshqa guruh tovarlarni ishlab chiqarish arzonga tushadi. Shu sababli arzonga tushgan tovarlarni sotib, buning puliga o'zida qimmatga tushadigan tovarlarni chetdan keltirish ma'qul bo'ladi. Masalan, «A» mamlakatda 1 tonna bug'doy 140 dollarga tushadi, paxta esa 700 dollarga tushadi. Demak, ularning xarajati nisbati 1:5 ni hosil qiladi. Boshqa

«B» mamlakatda 1 tonna bug'doy 150 dollarga tushadi, paxta esa 600 dollarga tushadi. Bu yerdagi xarajatlar nisbati 1:4. Shunday sharoitda «A» mamlakat paxtani o'zida yetishtirish o'rniga uni «B» mamlakatdan sotib olgani qulay bo'ladi. Ayni paytda «B» mamlakat bug'doyni o'zida yetishtirgandan ko'ra, uni «A» mamlakatdan olgani ma'qul. Xarajatlar har xil bo'lganidan «A» mamlakat o'zida 1 tonna paxta olish uchun 5 tonna bug'doy olishdan voz kechishi kerak (700/140=5). «B» mamlakat esa 1 tonna paxta yetishtirish uchun 4 tonna bug'doydan voz kechishi kerak. «A» mamlakatda bug'doy xarajati past (140< 150), «B» mamlakatda aksincha, paxta yetishtirish xarajati past (600<700). Bas shunday ekan, muqobil xarajatlar nuqtayi nazaridan aytilgan mamlakatlardan biri bug'doyni, ikkinchisi esa paxtani yetishtirib, bu tovarlarni ayirboshlashlari kerak.

Iqtisodiyotda taqqosiy afzallik qoidasi borki, bunga ko'ra qayerda muayyan tovar yoki tovarlar guruhini sifatli va arzon ishlab chiqarish mumkin bo'lsa, shular ko'proq yaratilishi hamda boshqa yerda yaratilgan tovarlarga ayirboshlanishi kerak.

Taqqosiy afzallikni xalqaro mehnat taqsimoti yuzaga keltiradi. Buning natijasida mehnatning, binobarin ishlab chiqarishning mamlakatlararo ixtisoslashuvi kelib chiqadi. Har bir mamlakat o'z sharoitidan kelib chiqqan holda ma'lum tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashadi. Ixtisoslashuv esa mehnat unumdorligini oshirib, xarajatlarni pasaytiradi, muayyan tovarlarni yaratishda taqqosiy afzallik beradi. O'z navbatida bu afzallik nimaiki arzonga tushsa uni ko'proq ishlab chiqarib, tashqariga sotishni, nimaiki qimmatga tushsa, uni ishlab chiqarish o'rniga tashqaridan keltirishni ma'qul ishga aylantiradi. Taqqosiy afzallikni turli guruh omillari yuzaga keltiradi:

1. **Tabiiy resurslarning mavjudligi**. Bu resurslar ko'p va arzon mamlakatlarda shu resurslardan foydalanishga asoslangan ishlab chiqarish ustuvor rivojlanadi va shu sohada afzallik paydo bo'ladi. Masalan, Saudiya Arabistonida dunyodagi eng sifatli va arzon neft zaxiralari bor, shu sababli bu yerda neftni qazib olish va qayta ishlash rivojlangan. Braziliyada kofe, Hindistonda choy, AQSh va Kanadada bug'doy, O'zbekistonda paxta yetishtirish uchun qulay sharoit bor. Rossiya va Finlyandiyada o'rmon ko'p bo'lganidan yog'ochsozlik rivojlangan.

2. **Geografik holat**. Bu mamlakatlarni yer kurrasining qayerida joylashuvini bildiradiki, bu ham afzallik beradi. Suv bo'yida joylashgan mamlakatlarda kemasozlik uchun qulay sharoit bo'lsa, tog'li mamlakatlarda (masalan, Qirg'izistonda) gidroenergetika uchun

sharoit yaxshi bo‘ladi. Iliq dengizlar qirg‘og‘ida va okean orollarida joylashgan hamda mineral suvlarga boy mamlakatlarda kurortlar rivojlanadi. Chunki bu yerdagi tabiiy sharoit shifobaxsh bo‘ladi.

3. **Ishlab chiqarish omillari narxlarining nisbati**. Qaysi bir omil arzon tursa, shundan foydalanishga asoslangan ishlab chiqarish afzallikka ega bo‘ladi. Kapital arzon joyda serkapital ishlab chiqarish ustuvorlikka ega bo‘lsa, mehnat arzon joyda sermehnat ishlab chiqarish tez rivojlanadi. Masalan, AQSh, Fransiya, Angliya va Germaniyada mashinasozlik serkapital soha bo‘lib ustuvorlik keltiradi. Singapur, Xitoy, Vyetnam, Tailand, Hindiston, Malayziya, Filippin va O‘rta Osiyo mamlakatlarida ish kuchi arzon bo‘lganidan sermehnat mahsulotlar, chunonchi zargarlik, yengil sanoat, oziq-ovqat sanoati mahsulotlari, yig‘ma ishlab chiqarish mahsulotlarini yaratish afzallik beradi.

4. **To‘plangan ilmiy-texnik salohiyat.** Bu salohiyat qanchalik yuqori bo‘lsa, serilm (yangi fan-texnika yutuqlariga asoslangan va ilmiy ishlar uchun katta xarajat talab qiladigan) tovar va xizmatlarni yaratish shunchalik afzallik keltiradi. Bular jumlasiga avia-kosmik, elektronika, mikrobiologiya, mudofaa, meditsina uskunalari, farmatsevtika sanoati, informatsiya xizmati kabilarni kiritish mumkin. Shunday afzallikka ega mamlakatlarga misol qilib AQSh, Yaponiya, Germaniya, Fransiya, Angliya va Koreya Respublikasini keltirish mumkin.

Taqqosiy afzallik abadul-abad ayrim mamlakatlarga birkitib qo‘yilmaydi. Zamon o‘zgarishi bilan u ham o‘zgaradi. Masalan, XIX asrda tekstil sanoatidagi afzallik Angliyada bo‘lsa, hozir bu Xitoyga o‘tgan. XXI asrga kelib turizm industriyasidagi afzallik faqat G‘arbda bo‘lmay, Sharq mamlakatlarida ham yuzaga keldi. Koreya Respublikasida ilgarilari sermehnat ishlab chiqarish ustunlikka ega bo‘lgan bo‘lsa, endilikda serilm ishlab chiqarish ustuvorlik keltirmoqda. XX asrning ikkinchi yarmida Finlyandiyada yog‘ochsozlik va mebel sanoati ustunlik qilgan bo‘lsa, endilikda serilm elektronika, xususan qo‘l telefonlarini ishlab chiqarish afzallik bermoqda.

21.3. Xalqaro savdo-sotiq

Mehnat taqsimoti chuqurlashgan sari ishlab chiqarishning ixtisoslashuv doirasi kengayib boradi. Agar ilgari ixtisoslashuv cheklangan tovar va xizmatlarning afzalligini ta’minlasa, so‘ngra bu bir guruh tovarlar yuzasidan va nihoyat butlovchi qismlarni tayyorlashdagi ustunlikni beradi. Mehnat taqsimoti tor doirada yuz berganda afzallik cheklanadi, shunga ko‘ra mamlakatlararo tovar ayirboshlash ham ma’lum tovarlar bilan cheklanadi. Mehnat taq-

simoti chuqurlashgach ustunlik tobora ko'proq tovarlarga xos bo'lib ular ayirboshlanadi, xalqaro savdo kengayadi. Hozirgi davrda mehnat taqsimoti doirasi g'oyat keng bo'lib, u faqat tovarlarni ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi bilan cheklanmaydi, balki mayda-chuyda butlovchi qismlarni ishlab chiqarishga ham oid bo'ladi. Hozir texnikaviy murakkab mahsulotlar ko'plab chiqariladiki, ularni yaratish uchun zarur butlovchi qismlarni bir necha mamlakatlarda joylashgan yuzlab, hatto minglab korxonalar yetkazib beradi. Masalan, hozir zamonaviy samolyot-layner bitta korxonada yig'ilib tayyor mahsulotga aylansada, buning uchun zarur butlovchi qismlarni yuzlab, hatto minglab korxonalar yetkazib beradi. Demak, tayyor mahsulotni yaratishda minglab korxonalar ishtirok etadiki, ulardan har biri mehnat taqsimotida ishtirok etib, ixtisoslashgan ishlarni bajaradi.

Mehnat taqsimotining chuqurlashuviga qarab tayyor mahsulotdan tashqari butlovchi qismlar va turli xizmatlarning xalqaro savdo-sotig'i yuz beradi.

Xalqaro savdo-sotiq turli mamlakatlar o'rtasidagi tovar ayirboshlashdirki, bu taqqosiy afzallik qoidasiga asoslanadi.

Xalqaro savdo-sotiqning miqyosi unda ishtirok etuvchi mamlakatlar iqtisodiyotining ochiqlik darajasiga **to'g'ri mutanosiblikda** bo'ladi, ya'ni bu daraja qanchalik yuqori bo'lsa, mamlakatlararo tovar ayirboshlash shunchalik keng bo'ladi.

Ochiq iqtisodiyot sharoitida xalqaro savdo-sotiq xalqaro ishlab chiqarishga nisbatan ildamroq o'sib boradi. Aytaylik dunyoda mahsulot va xizmatlarni yaratish 6 %ga o'ssa, xalqaro tovar ayirboshlash 8 %ga ko'payadi, chunki eksportga mo'ljallangan mahsulot va xizmatlar ko'plab yaratiladi. Xalqaro savdo-sotiq eksport va import shaqlida bo'ladi. **Eksport** – bu tovarlarni mamlakat tashqarisiga chiqarib sotish. **Import** – bu tovarlarni tashqaridan sotib olib, mamlakat ichiga kiritish. Eksport va importning nisbati **tashqi savdo balansi** hisoblanadi, u aktiv va passiv holda bo'ladi.

Eksport importdan ko'p bo'lganda tashqi savdo balansi aktiv, import eksportdan ko'p bo'lganda u passiv bo'ladi.

Aktiv balans tashqariga tovarlar ko'p sotilishini, passiv balans esa ular tashqaridan ko'proq xarid etilishini anglatadi. Eksport va import o'rtasidagi farq sof eksport bo'ladi.



Savdo balansining holatiga qarab sof eksport musbat (+) yoki manfiy (–) bo'ladi. Eksport import bilan barobar bo'lganda sof eksport 0 ga teng bo'ladi, bunday holda netto-balans hosil bo'ladi.

Iqtisodiyotning eksport salohiyati 2 narsaga bog‘liq bo‘ladi:

a) ishlab chiqarishning rivojlanganlik darajasi;

b)ishlab chiqarishning xalqaro mehnat taqsimotidagi ishtiroki va ixtisoslashuv darajasi.

Agar ishlab chiqarish qanchalik kuchli bo‘lsa va uning afzallik darajasi qanchalik yuqori bo‘lsa, eksport salohiyati, ya’ni eksportning ishlab chiqarishdagi salmog‘i shunchalik yuqori bo‘ladi. Rivojlangan ishlab chiqarishda taqqosiy afzalligi yuqori tovarlar va xizmatlar ko‘plab yaratiladi, ular eksport qilinadi, ular o‘rniga mamlakatda ishlab chiqarilishi afzallik bermaydigan tovarlar import qilinadi. Ammo ixtisoslashuv beradigan afzallik har xil bo‘ladi. Ilg‘or mamlakatlarning ixtisoslashuvi tayyor sanoat mahsulotlari va birinchi navbatda, texnologiya eksportiga ustunlik bersa, qoloq mamlakatlarda xomashyo va energoresurslarni ishlab chiqarish afzallik berganidan ular ko‘proq eksport qilinadi. Demak, taqqosiy afzallikning har xil yo‘nalishda bo‘lishi ilg‘or mamlakatlarga xalqaro savdo-sotiqda ustunlik bersa, qoloq mamlakatlarga qaramlik keltiradi. Qoloq mamlakatlarda ular eksportining narxi pasayishiga, importining narxi esa oshishga moyil bo‘ladi. Shu bois, ular rivojlangan mamlakatlardan tovarlarni import qilish uchun eksport tovarlarini tobora ko‘proq sotishga to‘g‘ri keladi. Bu esa xalqaro savdoda tengsizlik borligini bildiradi.

Eksport va import narxining nisbatiga bir qator omillar ta’sir etadi:

1. Muayyan tovarlarga tashqi bozordagi talab va shu tovarlarning taklif etilishi.
2. Mamlakat ichkarisidagi va tashqarisidagi narxlarning qandayligi.
3. Tovarlarni tashqi bozorlarga yetkazishdagi yo‘lkira xarajatlari.
4. Milliy valuta kursidagi o‘zgarishlar.
5. Davlatning tashqi savdoga oid siyosatining qandayligi.

Aytilgan omillar ta’sirida eksport va importning hajmi va shunga binoan tashqaridan keladigan valuta tushumi o‘zgarib turadi. Mamlakat eksporti va importi uning tashqi savdo oborotini bildiradi. Mamlakatlar xalqaro savdo-sotiqda naqadar faol bo‘lishini **eksport kvotasi** bildiradiki, bu eksportning YaIM dagi hissasidan iboratdir. Bu ko‘rsatkichga eksportning moddiy miqdorigina emas, balki uning narxi ham ta’sir etadi. Masalan, tashqariga neft sotuvchi mamlakatlar eksport kvotasi neftning sotilishi o‘zgarmagan va hatto qisqargan taqdirda ham uning narxini ortishi hisobidan ko‘tarilib turadi. 2005-yilning sentabr oyida 1 barrel (159 litr) neft narxi jahon bozo-

rida 60 dollar, 2013-yil iyul oyida esa 108 dollar bo'ldi. Bu neft sotuvchi mamlakatlar eksporti kvotasini oshirib yubordi, albatta.

Ochiq iqtisodiyot rivojlanishi bilan xalqaro savdo-sotiqdagi tovarlar tarkibi o'zgarib turadi. Agar XIX asrning ikkinchi yarmidagi xalqaro savdo-sotiqda xomashyo, oziq-ovqat va yengil sanoat mahsulotlari ayirboshlangan bo'lsa, XXI asr boshiga kelib bu yerda bulardan tashqari ilmiy-texnikaviy yangiliklar (litsenziya va nou-xaular), texnologik murakkab va serilm mahsulotlar, shuningdek, axborot texnologiyalari va axborotning o'zi sotila boshladi. Xalqaro savdo-sotiq uning hamma ishtirokchilari uchun nafli bo'lganda uning ahamiyati oshib boradi. Sohibqiron Amir Temur ham mamlakatlararo savdo-sotiqni rivojlantirishga o'z vaqtida katta e'tibor berganlar. U kishi: «Jahon tijorat ahli bilan oboddir», deb karvon yo'llarini himoya qilishda faollik qilib, savdogarlarga moliyaviy yordam ko'rsatganlar.

21.4. Kapitalning xalqaro harakati

Iqtisodiyotning ochiqligi kapitalni mamlakatlararo ko'chib turishini ham bildiradi. Bir yerda kapital ko'p bo'lib, u tashqariga chiqarilsa, boshqa yerda u yetishmaganidan tashqaridan kiritiladi. Kapitalning tashqariga chiqarilishi undan mamlakat ichkarisidagiga nisbatan tashqarida ko'proq foyda olish uchun yuz beradi. Kapitalni kiritishdan maqsad uning ishtirokida milliy iqtisodiyotni o'stirishdir.

Kapitalni chiqarish va kiritish turli yo'llar va vositalar bilan amalga oshiriladi. Tashqariga davlat kapitali chiqarilganda bir hukumat boshqasiga qarz beradi. Xususiy kapitalni firmalar, turli moliyaviy korporatsiyalar va banklar chiqaradi. Xususiy kapitalni chetga chiqarib uni mamlakatlar bo'yicha taqsimlashda **transmilliy korporatsiyalar** yetakchilik qiladi. Ular ishtirokida xususiy kapitalning 3/4 qismi chiqariladi.

Chetga kapital chiqarishning 2 ta asosiy usuli mavjud:

1. Kapitalni chet elga bevosita, ya'ni to'g'ridan to'g'ri investitsiyalash. Bu usul xorijda korxonalar qurish, mamlakatdagi firmalarning bo'linmalari va shoxobchalarini ochish, chet eldagi korxonalarni sotib olish, u yerda o'z banklari bo'linmalarini ochish yoki yangidan bank tashkil etish orqali amalga oshiriladi. Masalan, Germaniyadagi «Wolkswagen» avtomobil korporatsiyasi Lotin Amerikasi mamlakatlarida o'z zavodlarini ochgan. Yaponiyadagi «Toyota» avtomobil kompaniyasining AQShda, AQShdagi «Ford» kompaniyasining esa G'arbiy Yevropada, «General Motors»ning O'zbekistonda zavodlari mavjud.

Kapital chiqarish turli mamlakatlar firmalarining qo‘shilib ketishi, milliy va xorij kapitali ishtirokidagi qo‘shma, ya’ni sherikchilik korxonalarini ochish shaklida ham bo‘ladi.

2.Portfel investitsiyalarini joylashtirish. Bu usul chet el kompaniyalarining aksiya va obligatsiyalarini qisman sotib olish tarzida yuz beradi. Bunda chet el moliya aktivlari bir qo‘ldan boshqa qo‘lga o‘tadi. Bularni olganlar chet eldagi firmalarning sheriklariga aylanadi. Shunday yo‘l bilan banklar, moliya kompaniyalarining qimmatli qog‘ozlari ham qo‘lga olinadi.

Aytilgan 2 usul vositasida tadbirkorlik kapitali chetga chiqadi. Chetga qarz (ssuda) kapitalini chiqarish ham 2 usul bilan amalga oshiriladi. **Birinchisi,** chet elga to‘g‘ridan to‘g‘ri qarz berish. Bunday qarzni hukumatlar va yirik banklar beradi. Qarz beruvchilarni **donorlar**, ya’ni qon beruvchilar, deb yuritishadi. Qarzni qabul qilganlarni **qarzdorlar** deb atashadi. **Ikkinchisi,** chet eldagi firmalar va hukumatlar chiqargan obligatsiyalarni sotib olish orqali ularga qarz berish. Chet elga tadbirkorlik kapitali chiqarilganda uning ishlatilishini egalari nazorat qiladi. Chetga qarz kapitali chiqarilganda uning qanday ishlatilishini qarzdorning o‘zi hal qiladi.

Kapitalning chiqarilishi iqtisodiy o‘sishga xizmat qiladi, chunki bu bilan investitsiya uchun pul topish muammosi echiladi, kapital ketidan ilg‘or texnologiya va boshqaruv tajribasi kirib keladi, kapital qabul qilgan mamlakatda ishlab chiqarishning restrukturizatsiyasi (tarkibining yangilanishi) yuz beradi, u jahon bozori bilan bog‘lanadi, bandlik oshadi, mahalliy aholining daromadi ko‘payadi. Biroq topilgan foyda **repatriatsiya** (chet elga olib ketish) qilinadi. Chetdan kirib kelgan kapital uni qabul qiluvchi mamlakatning milliy manfaatlariga zid ish qilmasligi talab qilinadi. Buning uchun xorij kapitalini davlat nazorati ostida va ma’lum shartlarga rioya etgan holda ishlashiga erishiladi.

Vaqt o‘tib, sharoit o‘zgarishi bilan kapitalning mamlakatlararo harakati o‘zgaradi. XX asrning 70-yillariga qadar kapital iqtisodi rivojlangan mamlakatlardan chiqib, qoloq va hatto mustamlaka mamlakatlarga ravona bo‘lgan. Keyingi paytda kapitalning rivojlangan mamlakatlar o‘rtasida taqsimlanishi yuz beradi, chunki kapitalni yuksak texnologiyali, serilm mahsulot va xizmatlarni yaratishga qo‘yish katta foyda bera boshladi. Bunday sharoit rivojlangan mamlakatlarda bo‘lganidan ular bir-biriga kapital chiqara boshladi. Hatto resurslar (masalan, neft) sotishdan boyib ketgan mamlakatlar o‘z pulini (bularni **neftedollar,** deb atashadi) rivojlangan mamlakatlarga kapital qilib qo‘ya boshlaydilar.

Kapital oqimidagi o'zgarishlar XXI asrda ham davom etadi. Bu iqtisodi zaif mamlakatlardan ichki investitsiya imkoniyatlarini qidirib topishni, xorij kapitalini kiritish uchun kuchli raqobat qilishlarini talab qiladi.

Mamlakatlararo savdo-sotiq va kapitalning harakati **to'lov balansida aks etadiki, bu mamlakat tashqaridan oladigan va tashqariga to'laydigan pulning nisbatidir.** Tashqaridan pulning kelishi yoki uning chiqib ketishi quyidagilarga bog'liq:

1. Eksport va import miqdoriga. Eksport hajmi ortib, eksport tovarlarining narxi oshsa, mamlakatga chetdan keladigan pul ko'payadi. Buning aksi bo'lsa, ya'ni import ko'paysa, pulning ketishi ko'payadi.

2. Chet elga qarz berish yoki u yerdan qarz olish. Qarz berilganda, pul chiqib ketadi, qarz olinganda esa pul kirib keladi.

3. Chet elga kapital chiqarish yoki u yerdan kapital kiritish. Kapitalning chiqarilishi pulning ketishi bo'lsa, kapitalni kiritish uning kelishi bo'ladi.

4. Chetdan moliyaviy yordam olinsa, pul kirib keladi, agar chet elga yordam berilsa, pul chiqib ketadi.

5. Mamlakatdan ishchilar chiqib ketsa, ular xorijda topgan pulning bir qismi yurtiga qaytib keladi. Agar mamlakatga ishchilar kirib kelsa, ularga berilgan pul tashqariga chiqib ketadi.

Aytilgan omillar ta'sirida to'lov balansi aktiv yoki passiv bo'ladi. Tashqaridan keladigan pul tashqariga beriladigan puldan ko'p bo'lsa to'lov balansi **aktiv,** bordi-yu tashqariga to'lanadigan pul u yerdan olinadigan puldan ko'p bo'lsa to'lov balansi **passiv** hisoblanadi. Aktiv balans musbat bo'lsa, passiv balans manfiy bo'ladi. Aytaylik «A» mamlakatda tashqariga to'langan pul 120 mlrd dollar, tashqaridan olingan pul 115 mlrd dollar. Demak, to'lov balansi aktiv, ya'ni uning natijasi +5 mlrd dollar, ya'ni musbat. «B» mamlakatga kelgan pul 60 mlrd dollar, chiqib ketgan pul esa 65 mlrd dollar. Bunda to'lov balansi passiv, uning natijasi manfiy, ya'ni −5 mlrd dollar.

To'lov balansining aktiv bo'lishi milliy ikdisodiyot uchun muhim, chunki bu chet elga qaramlikni vujudga keltirmaydi.

21.5. Mamlakatlararo mehnat migratsiyasi

Ochiq iqtisodiyot sharoitida resurslar kam harakatchan bo'ladi. Resurslar 2 xil bo'ladi. Biri yerga berkitib qo'yilgan yoki **ko'chmas** resurslar. Bular yer, yerosti boyliklari, o'rmonlar va suv resurslaridan iborat bo'lib, ma'lum mamlakatda ishlatiladi, ularni joyidan siljitib

bo‘lmaydi. Ikkinchisi ko‘chib yuruvchi yoki **harakatchan** resurslar. Bular jumlasiga kapital va mehnat resurslari yoki inson resurslari kiradi. Kapitalning bir yerdan boshqasiga ko‘chib o‘tishi yoki o‘sha yerda ko‘p bo‘lishi ish o‘rinlarini hosil qilib, mehnatga talab chaqiradi. Bu talab mehnat migratsiyasi (ishlash uchun boshqa yerga borish) orqali qondiriladi.

Ish kuchining dunyo miqyosida bir yerdan boshda yerga ko‘chib o‘tishi xalqaro mehnat migratsiyasi deyiladi.

Migratsiya xalqaro mehnat bozori orqali yuz beradi. XXI asrga kelib dunyoda 4 ta xalqaro mehnat bozori shakllangan bo‘lib, bular Shimoliy Amerika, Yevropa, Lotin Amerikasi va Yaqin Sharq bozorlaridir. Mehnat bozorining tovarlar bozoridan asosiy farqi shundaki, bu yerda mehnatning yagona jahon narxi shakllanmaydi, bu narx mamlakatlar bo‘yicha farqlanadi, bu bozorda xalqaro birjalar amal qilmaydi. Bu yerda turli oshkora va yashirin ishlaydigan firmalar bo‘lib, bular ishlayman deganlarga ish, mehnatga talabgor firmalarga ish kuchi topib beradilar. Xalqaro mehnat migratsiyasi 2 xil bo‘ladi:

1. **Ochiq-oshkora migratsiya.** Bu migratsiya mavjud qonunlariga binoan va belgilangan tartibda ish kuchining bir mamlakatdan boshqasiga ko‘chib o‘tishi. Masalan, Yevropa Ittifoqiga kirgan mamlakatlarning biridan ikkinchisiga ish kuchining erkin o‘tishiga yo‘l beriladi.

2. **Yashirin migratsiya**. Bunda ishlashga qodir va bunga ehtiyoji bor kishilar migratsiyasi qonunlarga xilof ravishda, yashirin firmalar ko‘magida yuz beradi.

Migratsiya oqimi ish kuchini yetkazib beruvchi mamlakatlardan unga talabgor mamlakatlar tomon boradi. Birinchi guruh mamlakatlar odatda iqtisodiyoti zaif mamlakatlar bo‘lib, bu yerda ish kuchi taklifi ortiqcha bo‘ladi. Ikkinchi guruh mamlakatlar iqtisodiy jihatdan rivojlangan bo‘lib, bu yerda aholi iqtisodga nisbatan g‘oyat sekin o‘sadi yoki umuman ko‘paymaydi. Bularda mehnatga ortiqcha talab hosil bo‘ladi va bu mehnat migratsiyasi tufayli qondiriladi. Mehnat migratsiyasi rivojlangan mamlakatlar o‘rtasida ham bo‘ladi. Buning sababi ishsizlikning mavjudligi va turli mamlakatlarda ishlab pul topishning har xil bo‘lishidir. Masalan, Germaniyada ish haqi yuqori bo‘lganidan Gollandiyadagi ishchi yoki xizmatchi o‘sha yerga borib ishlaydi. Kelgindi ishchi-xizmatchilar migrantlar hisoblanadi, ular gostarbayter, deb yuritiladi. Ular tarkibidagi yashirin migrantlar ijtimoiy jihatdan huquqsiz bo‘ladi, ular og‘ir va kam xaq to‘lanadigan ishlarda band bo‘ladilar. Ish kuchi migratsiyasida aqliy mehnat ahli (olimlar, muhandislar, san’at arboblari, dastur tuzuv-

chilar va konstruktorlar) alohida o'rin tutadi. Ularning boshqa mamlakatga ishlash uchun borishi **aql-idrokning oqib ketishi,** deb ataladi. Ish haqi oz va ijod uchun qulay sharoit bo'lmagan mamlakatlardagi aqliy mehnat vakillari sharoit yaxshi mamlakatlarga ko'chib o'tadilar. Natijada aqliy salohiyatning taqsimlanishi yuz beradi. Bu haqda Nobel mukofoti sovrindorlari orasida o'tmishda kelgindi bo'lgan olimlar sonining ortib borishi darak beradi. Masalan, 2002-yili arab mamlakatidan kelib qolgan, lekin AQSh fuqaroligini olgan olim ximiya sohasidagi Nobel mukofotini olgan. 2010-yil esa Rossiyadan kelgan, lekin Angliya fuqaroligini olgan ikki olim fizika bo'yicha mukofot olgan.

Mehnat migratsiyasi kengayib, bunga yangi va yangi mamlakatlar qo'shiladi. 2003-yili dunyo bo'yicha tug'ilgan joyida emas, boshqa mamlakatlarda ishlaydiganlar (yashirin migrantlarni hisobga olmaganda) 100 mln kishidan ortib ketgan. Mehnat migratsiyasi bozor munosabatlariga o'tayotgan yoki yaqinda o'tib bo'lgan mamlakatlar, xususan MDH mamlakatlarida ham yuz berdi. 2013-yilda Rossiyada qo'shni mamlakatlardan 9 mln kishi kelib ishlagan. Migratsiya MDH mamlakatlari o'rtasida, ular bilan uzoq xorij mamlakatlari o'rtasida yuz beradi. Hozir migratsiya g'oyat kuchaygan, u hatto tashvishli voqeaga aylangan. 2013-yilda 236 mln migrantlar bo'lib, ulardan 49 mln kishi AQShda, 11 mln kishi Rossiyada va 10 mln kishi Germaniyada ishlagan.

Migratsiya mehnat resurslarini bozor talabiga asosan taqsimlab, ulardan samarali foydalanishga, dunyo miqyosidagi bandlikni, binobarin farovonlikni oshirishga ko'mak beradi. Migrantlar o'z farovonligini oshirish yo'li bilan cheklanmay, o'z yurtining valuta rezervlarini oshirishga hissa qo'shadilar. 2013-yili Rossiyadagi mehnat migrantlari o'z yurtiga 18 mlrd dollar pul o'tkazganlar. Migratsiya jarayoni ilg'or mamlakatlarni arzon ish kuchi bilan ta'minlagan holda u chiqib ketgan mamlakatlarda malakali ishchilar va o'qimishli mutaxassislarning yetishmasligini yuzaga keltiradi. Demak, mehnat resurslarining xalqaro migratsiyasi ziddiy bo'ladi.

21.6. Valuta ayirboshlash

Ochiq iqtisodiyot valutalarning ayirboshlanishini yuzaga keltiradi, chunki buni tovarlar va resurslarning xalqaro harakati talab qiladi. Har bir mamlakatning milliy valutasi u uchun yagona to'lov vositasi bo'ladi, ya'ni tovarlar faqat shu valutaga sotiladi. Shu sababli savdo-sotiq, kapital chiqarish yoki kiritish, ish kuchi migratsiyasini uyushtirish uchun o'zga mamlakatlar valutasini ma'lum narxda sotib olish kerak.

Bir mamlakat yoki mamlakatlar guruhi pul birligini boshqa mamlakatlar pul birligida ifodalanadigan narxi valuta kursi bo'ladi.

Valutalar shu kursga binoan ayirboshlanganda valuta pariteti (nisbati) hosil bo'ladi. AQSh dollari Angliya funtiga almashganda ikki mamlakat valutasi tenglashtiriladi. AQSh dollari yevroga almashganda esa bir mamlakat valutasi Yevropadagi bir guruh mamlakatlarning umumiy valutasiga tenglashtiriladi. Valuta kursi ikki narsaga bog'liq bo'ladi:

1. **Almashinadigan valutalarning xarid qobiliyati**. Bu valuta kursi uchun asos bo'ladi. Shu sababli valutalar ma'lum nisbatda ayirboshlanadi. Masalan, 2013-yili oktabr oyida bir Angliya funt sterlingi 1,6 AQSh dollariga ayirboshlangan. Demak, nisbat 1:1,6 bo'lgan. Buning asosi 1 dollar va 1 funtga bozorda nima berishidir. Shu sababli bir funt 500 dollar yoki 0,2 dollar bo'lmagan.

2. **Almashadigan valutalarga talab va taklif nisbati**. Talab oshsa valuta kursi ko'tariladi, bordi-yu taklif oshib talab qisqarsa kurs pasayadi. Yuqoridagi misolga qaytsak funtga talab oshsa, u 1,6 emas 1,7 dollar turadi, taklifi ko'paysa, u 1,5 dollarga tushadi. Biroq valutalar xarid qobiliyati saqlangan holatda talab va taklif nisbatida o'zgarish kursni keskin o'zgartirmaydi, masalan, funt 4 dollar yoki 0,5 dollarga teng bo'lmaydi, chunki uning ostida xarid qobiliyati yotadi.

Valutaga talab va uning taklifining o'zgarishi xorij valutasining kirib kelishi va chiqib ketishiga bog'liq bo'ladi. Agar xorij valutasining mamlakatga kirib kelishi ko'paysa, uning zaxiralari oshib, unga talab qisqaradi, agar uning chiqib ketishi ko'paysa, zaxirasi qisqarib talab oshadi.

Valutaning kursi bilan eksport va import o'rtasida uzviy bog'lanish mavjud.

Milliy valuta kursi oshganda import, u pasayganda eksport qulay bo'ladi.

Buni tushunish uchun misol keltiramiz. Aytaylik, O'zbekistonda erkaklar kostyumi 160 ming so'm turadi. 1 dollar esa 2000 so'mga teng. Demak, kostyumning narxi 80 dollar.

So'mning kursi oshib 1 dollar 1900 so'm bo'lib qoldi. Endi 80 dollarlik kostyum 160 ming o'rniga 152 ming so'm turadi. Demak, har bir kostyum importidan 8 ming so'm yutiladi. Bordi-yu so'mning kursi tushib 1 dollar 2080 so'm bo'lib qoldi. Bunda ilgarigi 80 dollarlik kostyumimiz narxi 166400 so'm bo'ladi. Bordi-yu kostyumni eksport qilsak, bundan 14000 so'm yutamiz (166400–152000=14400). Ilgari kostyumni import qilib yutgan bo'lsak, endi uni eksport qilib yutuqqa ega bo'lamiz.

«VALUTA PARITETI»



Valuta kursining o‘zgarishi **valuta riskini** hosil qilib, tashqi savdoga xalaqit beradi. Valuta kursining oshishi bir tomon uchun qulay bo‘lsa, ikkinchisi uchun qulay bo‘lmaydi, chunki valuta yo‘qotishlariga duch kelinadi. Masalan, Belgiya Kanadadan bug‘doy oladi. Bir Kanada dollari 0,6 yevroga teng. Bug‘doy narxi bir sentner uchun 200 Kanada dollari yoki 120 yevro. Kurs o‘zgarib 1 dollar 0,7 yevroga tenglashdi. Demak, Belgiya har sentner bug‘doy importidan 20 dollar yo‘qotadi, chunki ilgari bug‘doy 120 yevroga tushsa, endi u 140 yevro turadi (200 • 0,7–200 • 0,6=20).

Valuta riskini minimal darajaga keltirish uchun **suzib yuruvchi** valuta kursi o‘rnatiladi. Bunda valuta kursining o‘zgarishi kichik chegara bilan cheklanadi, ya’ni uning ortishi yoki pa¬sayishi uncha katta bo‘lmaganidan valuta yo‘qotishlari sezilarli bo‘lmay, savdo-sotiq ravon rivojlanadi. Valuta kursining kuchsiz tebranishi tashqi qarzdorlik riskini ham kamaytiradi, chunki qaytariladigan tashqi qarz miqdori va uning foizlari valuta kursi hisobida jiddiy o‘zgarmaydi. Valutalar erkin ayirboshlanishi uchun ularda almasha olish qobiliyati bo‘lishi kerak. Bunday qobiliyati yo‘q valutani hech kim sotib olmaydi.

Har bir milliy valutaninig boshqa valutaga almasha olish xususiyati valuta konvertatsiyasi deyiladi.

Shu xususiyati jihatidan valutalar 2 guruhga bo‘linadi:

Birinchisi, **to‘la konvertirlanuvchi** valutalar. Bular mamlakat ichida va tashqarisida cheklanmagan holda ayirboshlanadigan, ya’ni oldi-sotdi qilinadigan valutalardir. Bu valutalar har qanday ish uchun va cheklanmagan miqdorda o‘zaro ayirboshlanadi. Bular orasida erkin konvertirlanuvchi **qattiq valutalar** bo‘lib, bular iqtisodiyoti kuchli mamlakatlarning puli hisoblanadi. Ular dunyoning

hamma chekkasida ayirboshlashga qabul qilinadi. Aytilgan valutalar jumlasiga AQSh dollari, Angliya funti, Yaponiya iyenasi va Yevropa Ittifoqining yevrosi kabilar kiradi. Bular dunyoning obro'li puli hisoblanadi.

Ikkinchisi, **qisman konvertirlanadigan** valutalar. Bular ma'lum maqsadlar yo'lida va cheklangan tarzda almashtiriladigan valutalar. Mazkur valutalar ichki konvertirlanganda ular faqat shu valutani chiqargan mamlakatda boshqa valutalarga almashtiriladi. Ular tashqarida umuman almashtirilmaydi yoki cheklangan mamlakatlar doirasida almashtiriladi. Valutalarning konvertirlanish darajasi mamlakat iqtisodiyotining ochiqligi, uning rivojlanganligi va eksport salohiyatiga bog'liq bo'ladi.

21.7. Integratsiya va globalizatsiya

Xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashuvi turli mamlakatlar iqtisodiyotini bir-biriga bog'liq qilib qo'yadi. Iqtisodiy faoliyat baynalmilal tus oladi, muayyan mahsulotni ishlab chiqarishda bir necha mamlakatlar firmalari ishtirok etadi.

Bir mamlakatda yetishmay qolgan resurslarning o'rnini boshqa yerdan kelgan resurslar bilan to'ldiriladi, yirik ilmiy texnikaviy loyihalar birgalikda amalga oshiriladi.

Turli mamlakatlar milliy iqtisodiyoti bir-birini,taqozo etadigan bo'lib qoladi. Mamlakatlararo muntazam iqtisodiy aloqalar integratsion jarayonlarni yuzaga keltiradi.

Turli mamlakatlar milliy iqtisodiyotining o'zaro qo'shilib, yagona mamlakatlararo xo'jalik tizimini hosil qilishi iqtisodiy integratsiya, deb yuritiladi.

Integratsiya iqtisodiy yaqinlashuvdan boshlanib iqtisodiy birlashuv bilan yakunlanadi. Buning natijasida turli iqtisodiy ittifoqlar paydo bo'ladi. Integratsiya turli mamlakatlar iqtisodiy chegaralarining bir-biri uchun ochilib, **yagona iqtisodiy makon** hosil bo'lishini bildiradi. Integratsiya bir qator belgilarga ega:

1. **Yagona umumiy bozorning mavjudligi**. Bir mamlakat milliy bozori boshqa mamlakat tovar va xizmatlari uchun ochiq bo'ladi, bojxona poshlinalari bekor qilinadi yoki minimal darajaga keltiriladi, eksport va import cheklanishlari olib tashlanadi. Integratsion ittifoqqa kirmagan uchinchi mamlakatlar tovarlari importiga nisbatan yagona kelishilgan bojxona poshlinalari kiritiladi.

2. **Yagona iqtisodiy makon** doirasida iqtisodiy resurslarning hech bir cheklovlarsiz erkin harakatining yuz berishi. Bunda yagona migratsiya qoidalari kiritilib, mehnat resurslarining erkin ko'chib

yurishi va mamlakatlararo taqsimlanishi ta'minlanadi. Mehnat migratsiyasi uchun chegaralar ochiq bo'ladi, umuman kishilarni bir mamlakatdan boshqasiga borish qoidalari g'oyat soddalashtiriladi. Mamlakatlararo kapital chiqarish va kapital kiritishda ham yengilliklar bo'ladi, o'zaro kapitalni taqsimlanishiga afzalliklar beriladi. Bir mamlakatdagi kapital sohibi boshqa yerda biznes qilishi uchun hech bir to'siqlar bo'lmaydi.

3. Turli davlatlar ichki va tashqi **iqtisodiy siyosatining muvofiqlashuvi**. Turli mamlakatlarda bir xil soliqlar qo'llaniladi. Tashqariga chiqarilgan tovarlarga 2 marta (mamlakat ichida va tashqarisida) soliq qo'yishga yo'l berilmaydi. Budjet defitsiti darajasi ham turli mamlakatlarda bir-biriga yaqin turadi, defitsitni qoplash usullari ham o'xshash bo'ladi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari narxlarini tartiblashda bir xil qoida qo'llaniladi, boshqalar tovarlari kiritilganda yagona bojxona poshlinalari olinadi.

4. Turli milliy pullar o'rniga **yagona pulning kiritilishi**, bu pul integratsiyalashgan mamlakatlar uchun umumiy to'lov vositasi hisoblanadi, u hamma mamlakatlarda barcha to'lovlarga qabul qilinadi. Yagona pul bo'lganidan turli mamlakatlar o'rtasida valuta almashtirishga ehtiyoj qolmaydi. Ilgarilari Yevropa Ittifoqiga kirgan mamlakatlarda o'z valutalarini ayirboshlash (masalan, Fransiya frankini Germaniya markasiga ayirboshlash) mavjud bo'lgan. 2002-yildan e'tiboran yagona pul – yevro kiritilgach, valutalar ayirboshlashga hojat qolmadi. Yagona pulning amal qilishi to'lov operatsiyalari uchun qulaylik tug'dirib, savdo-sotiqning rivojlanishiga yo'l ochadi.

Integratsiyaning ko'rsatilgan belgilari turli darajada amal qiladi. Masalan, umumiy pul faqat Yevropa Ittifoqida bo'lib, boshqa iqtisodiy uyushmalarda u amal qilmaydi.

Iqtisodiy integratsiya quyi shakldan oliy shakl tomon rivojlanadi. Shu sababli u quyidagi bosqichlardan o'tadi:

1. **Erkin savdo** zonalaridagi integratsiya. Bu integratsiyaning ilk shakli bo'lib, bu yerga birlashgan mamlakatlar o'rtasidagi savdo-sotiq to'siqlari bekor qilinadi. Bojxona to'lovlari yo'qotiladi, eksport va importga kvota belgilash, ya'ni uni miqdoran chegaralashga yo'l berilmaydi. O'zaro savdo-sotiq uchun qulaylik bo'lganidan u tez rivojlanadi, tovar ayirboshlashda mamlakatlar bir-biriga bog'lanib qoladi.

2. **Erkin iqtisodiy** zonalardagi integratsiya. Bu yerdagi muntazam aloqalar savdo-sotiq doirasidan chiqib sanoat, bank sug'urta va texnologiyaning ishlariga ham taalluqli bo'ladi. Bunday zonalarda qatnashuvchi mamlakatlar ishlab chiqarishda ham bir-biriga

yaqinlashadi. Bu zonalar **ochiq iqtisodiy hududlar** deb yuritiladi. Ularning ishtirokchilariga imtiyozlar beriladi, shu sababli ular faollik qiladilar.

3. **Umumiy bozordagi integratsiya**. Bu turli mamlakatlar bozorining birlashib, umumiy bozor hosil qilishi, bir mamlakat ichki bozorining boshqasi uchun ochiq bo'lishidir. Umumiy bozor mamlakatlari doirasida tovarlar va resurslar harakati erkin bo'ladi. Har bir mamlakatdagi ishlab chiqarish faqat o'z bozori uchun emas, umumiy bozor uchun xizmat qiladi. Umumiy bozor turli mamlakatlarni iqtisodiy birlashuvidagi yuqori shakl hisoblanadi. Umumiy bozor namunasi Yevropa Ittifoqidir. Bu uyushma 1957-yil «Umumiy bozor» nomi bilan tashkil etilgan, dastlab bunga 6 davlat, so'ngra 9 davlat va nihoyat 15 davlat birlashgan. Kelajakda bu ittifoqda 25 mamlakat birlashadi.

4. **«Iqtisodiyot va valuta» ittifoqidagi integratsiya**. Bu hozirchalik integratsiyaning eng oliy shakli, bosqichi bo'lib, bu mamlakatlarni faqat savdo-sotiq va ishlab chiqarish sohasida emas, balki moliyaviy sohada ham birlashishlarini bildiradi. Bu yerda yagona budjet, soliq va kredit tizimi o'rnatiladi. Yagona, hamma ishtirokchilarning umumiy pul birligi kiritiladi, bu milliy pullar o'rnini bosuvchi baynalmilal pul hisoblanadi. Umumiy bozorning yangicha ittifoqqa aylanishi Yevropada yuz berdi. Ilgarigi «Umumiy bozor» «Iqtisodiyot va valuta ittifoqi»ga aylangan. Bu yerda integratsion aloqalar kengayib, ularga yagona pul birligi yevro xizmat qiladi. Bu ittifoq kelajakda yagona umumyevropa xo'jaligi tashkil topishidan darak beradi. Bu yerdagi integratsiyaning samaradorligi shundaki, unda ishtirok etuvchi mamlakatlar iqtisodiyoti barqaror o'sadi. Korxonalar hajmi g'oyat katta umumiy bozorga ishlaganlari uchun ular tovarlariga talab oshadi. Shunga qarab resurslar oqilona taqsimlanadi, ya'ni kerakli joyga kerakli miqdorda resurslar yuboriladi. Bu bilan mehnat unumdorligi oshadi, tovarlar tarkibi yangilanadi, daromadlar ham oshadi, turmush darajasi yuksaladi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlari o'z mustaqilligini saqlagan bo'lsalar-da, ular o'z huquqining bir qismini Umumyevropa tashkilotlari bo'lmish Yevropa parlamenti, Yevropa ministrlar soveti va Yevropa markaziy bankiga berganlar. Demak, integratsiya jaryoni mustaqillikdan qisman voz kechishni talab qiladi. Integratsiya dunyoda yuz beradigan globalizatsiyaning yuksak bosqichi hisoblanadi.

Globalizatsiya har bir mamlakat milliy iqtisodiyotini jahon iqtisodiyotining bir qismiga aylanib, undagi o'zgarishlarning bevosita ta'siriga berilishidir.

Globalizatsiya iqtisodiyotni baynalmilal tavsifda bo‘lishini, mamlakatlar iqtisodiyotini jahon bozorida o‘zgarishlarga bog‘liq bo‘lishini bildiradi. Integratsiya globalizatsiya mahsuli bo‘lsada, unda ishtirok etmaydigan mamlakatlar ham globalizatsiya domiga tortiladi. Yer yuzida 210 mamlakat bo‘lsa, ularning bir qismi integratsion ittifoqlarga kiradi, boshqasi bularda ishtirok etmaydi, biroq globalizatsiya ta’sirida bo‘ladi. Globalizatsiya mohiyatan iqtisodiyotning **umumbashariy** tus olishi, milliy iqtisodiyotlar rivojlanishining tashqi iqtisodiy aloqalarga bog‘liq bo‘lib qolishi, demakdir. Globalizatsiya sharoitida nafaqat tovarlar va xizmatlar, balki resurslar ham dunyodagi talab-ehtiyojga qarab mamlakatlar o‘rtasida taqsimlanadi.

Ish kuchi, kapital, xomashyo va energiya omillari, yangi texnologiya va yangi g‘oyalar dunyo uzra tez tarqaladi. Novatsiyalar umumbashariy doirada yuz beradi. Resurslarni qayerda ishlatish yuqori samara bersa, ular shu yerga yuboriladi. Natijada dunyodagi iqtisodiy o‘sish jadallashadi. Biroq jadal iqtisodiy o‘sish notekis boradi. Bir guruh mamlakatlar ilgarilab ketsa, boshqalari ulardan orqada qoladi. Turli mamlakatlarning iqtisodiy darajasi o‘rtasidagi katta tafovut saqlanadi. Masalan, 2010-yili rivojlangan mamlakatlarda jon boshiga YaIM 37183 dollar, qoloq mamlakatlarda esa 1246 dollar, ya’ni deyarli 30 marta kam bo‘lgan. Globalizatsiya sharoitida iqtisodi zaif mamlakatlarda o‘sish tezlashgan, biroq qoloqlikdan chiqish uchun yetarli bo‘lmagan.

Globalizatsiya oqibatlari ziddiy hisoblanadi. Uning ijobiyligi taraqqiyotni tezlatishi bo‘lsa, salbiyligi buning g‘oyat notekis borishidir.

Dunyo miqyosidagi turmush darajasi o‘sgan holda qoloq mamlakatlarda aholining katta qismi kambag‘allikda yashaydi. Iqtisodi zaif mamlakatlarda ishsizlik kuchli bo‘lib, kishilar ish qidirib o‘z yurtini va oilasini tashlab ketishga majbur bo‘ladi.

Kelgindi ishchilar ko‘payadi, ular amalda huquqsiz bo‘lib, ayanchli hayot kechiradi. Biroq globalizatsiya muqarrar bo‘lganidan uning talablari bilan hisoblashib, ularga moslashib yashash talab qilinadi.

Xulosalar

1. Ochiqlik bu milliy iqtisodiyotning tashqi aloqalarga tayanishidir. U mamlakatlar o‘rtasida tovar ayirboshlashni, kapital, ish kuchi, ilmiy-texnikaviy yangiliklarning taqsimlanishini bildiradi.

2. Ochiq iqtisodiyotga taqqosiy afzallik qonuni xos bo'lib, bunga ko'ra nimani ishlab chiqarish qulay bo'lsa, shu eksport qilinishi va aksincha, nimani ishlab chiqarish qulay bo'lmasa u import qilinishi kerak. Taqqosiy afzallikni xalqaro mehnat taqsimoti yuzaga keltiradi. Uning omillari tabiiy resurslarning mavjudligi, mamlakatlarning geografik holati, ishlab chiqarish omillarining narxi, ilmiy-texnikaviy salohiyat hisoblanadi. Taqqosiy afzallik xalqaro savdo-sotiqni yuzaga keltiradiki, bu eksport va import shakliga ega bo'ladi. Eksport salohiyati ishlab chiqarish darajasiga va uning ixtisoslashuviga bog'liq bo'ladi. Bu salohiyatni eksportning YaIMdagi hissasi belgilaydi.

3. Kapitalning xalqaro harakati uni chetga chiqarish va chetdan kiritish shaklida bo'ladi. Kapitali ko'p mamlakatlar uni chiqarishadi, kapitalga muhtoj mamlakatlar uni kiritishadi. Tadbirkorlik kapitali chet elga bevosita investitsiyalar va portfel investitsiyalari shaklida chiqariladi. Chetga qarz kapitali chiqarilganda turli mamlakat firmalari, banklari va hukumatlari bir-biriga qarz beradi. Kapital chiqarganlar bundan foyda ko'radi, kapital kiritganlar o'z milliy iqtisodiyotini o'stirishiga erishadi. Savdo-sotiq, kapital va ish kuchi harakati mamlakatlararo pul oqimini hosil qiladi. Mamlakatdan chiqqan va unga kirib kelgan pul nisbati to'lov balansini hosil qiladiki, bu balans aktiv yoki passiv bo'ladi.

4. Ish kuchining xalqaro harakati mehnat migratsiyasi shakliga ega. Ish kuchi u ko'p mamlakatlardan chiqib ketadi va u yetishmagan joyga kirib boradi. Migratsiya ish kuchini mehnat bozori talabiga binoan xalqaro miqyosda taqsimlaydi. Ish kuchi chiqib ketgan yerda ishsizlar soni qisqaradi, bu yerga chet elda ishlab topilgan pulning bir qismi oqib keladi. Ish kuchini kiritgan mamlakatlar arzon mehnat resurslaridan foydanishadi.

5. Xalqaro savdo-sotiq valuta ayirboshlashni talab qiladi va bu shakllangan valuta kursiga binoan bo'ladi. Valuta kursi (narxi) o'zaro almashiladigan milliy valutalarning xarid qobiliyatiga va valuta bozoridagi talab va taklif nisbatiga bog'liq bo'ladi. Valuta kursining o'zgarib turishi valuta riskini, ya'ni undan yo'qotishlarni yuzaga keltiradi. Valutalarning almashinishi ularning konvertatsiyasi bo'ladi. Shu jihatidan to'la konvertirlashuvchi va qisman konvertirlanuvchi valutalar mavjud. Xalqaro oldi-berdi ishlarida to'la konvertirlanuvchi va qadri barqaror valutalar, ya'ni qattiq valutalar qo'llaniladi.

6. Ochiq iqtisodiyot mehnat taqsimoti chuqurlashuvi bilan baynalminal tus oladi, bu uning globallashuvini, ya'ni milliy iqtisodiyotning jahon iqtisodiyotining bir qismiga aylanib qolishini

bildiradi. Globallashuvning oliy shakli xalqaro iqtisodiy integratsiyadir. Bu turli mamlakatlar milliy iqtisodiyotining o'zaro birlashib yagona xo'jalik hosil qilishini bildiradi. Integratsiyaning ilk shakli erkin savdo zonalaridagi o'zaro birlashuv bo'lsa, uning oliy shakli iqtisodiy va valuta sohasidagi birlashuv hisoblanadi, buning yorqin namunasi «Yevropa Ittifoqi»dir. Globallashuv muqarrar va umumbashariy hodisadir. Biroq u tufayli dunyodagi iqtisodiy o'sishning jadallashuvi mamlakatlar bo'yicha notekis boradi. Dunyoda iqtisodi kuchli, xalqi boy mamlakatlar bilan bir qatorda iqtisodi qoloq va xalqi kambag'al mamlakatlar saqlanib qoladi.

Tayanch tushunchalar

Yopiq iqtisodiyot; ochiq iqtisodiyot; jahon xo'jaligi; taqqosiy afzallik; taqqosiy afzallik omillari; xalqaro savdo-sotiq; eksport, import, sof eksport; tashqi savdo balansi; kapital chiqarish va kapital kiritish, to'lov balansi, mehnat migratsiyasi, valuta kursi, valuta konvertatsiyasi, integratsiya, globalizatsiya.

XXII bob. IQTISODIYOTNING IJTIMOIYLIGI

22.1. Bozor iqtisodiyotining ijtimoiy yo'nalishi

Kishilar har doim cheklangan resurslar sharoitida o'z ehtiyojlarini to'laroq qondirish uchun mahsulot va xizmatlarni yaratib, ularni iste'mol qilishga intilib kelishgan. Ishlab chiqarishning iste'molga xizmat qilishi umumiqtisodiy, umuminsoniy xarakterga ega. Bu barcha iqtisodiy tizimlarda saqlanib qoladi, biroq har xil usulda va darajada amalga oshadi. Bozor tizimi iste'molni ta'minlashning eng samarali usullarini yaratadi. Hozirgi zamon bozor iqtisodiyotining muhim belgisi, bu uning aniq ijtimoiy yo'nalishga ega bo'lishi.

Ijtimoiylik iqtisodiy faol, ko'pchilikni tashkil etuvchi aholi farovonligini ta'minlash zarurligini va u yaratgan daromad hisobidan muhtojlarga yordam berilishini bildiradi.

Ijtimoiylikning ildizi davlatning mavjudligida emas, balki bozor iqtisodiyotining ichki mexanizmlarida joylashgan, uni bozorning qonunlari yuzaga chiqaradi. Davlatning roliga kelsak u iqtisodiyot ijtimoiyligini kuchaytiradi xolos, lekin uni yaratmaydi. Bozor tizimining o'z o'tmishdoshlaridan afzalligi ham shundaki, u ishlab chiqarish imkoniyatlarini ko'paytirib, uning iste'mol bilan bog'lanishiga muntazam tus beradi, chunki buni ta'minlovchi iqtisodiy mexanizmlar ishlab turadi.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotining tayanch nuqtasi, uning maqsadi foydani maksimumlashtirish hisoblanadi, biroq iqtisodiy vaziyat shunday bo'ladiki, kishilarga kerak tovarlarni ishlab chiqarmay turib foydaga erishib bo'lmaydi. Mana shunday bog'lanishni talab va taklif qonuni yuzaga keltiradi va bu bozor muvozanatida o'z ifodasini topadi, chunki muvozanat chog'ida iste'molchi kerakli tovarlarni bozordan o'ziga ma'qul narxda xarid qilib o'z ehtiyojini qondira oladi. Talab va taklif qonunining amal qilishi tufayli tovarlarni qimmat narxda va oz miqdorda sotgandan ko'ra, ularni arzon narx bilan va ko'p sotish afzal bo'ladi, chunki bu foyda miqdorini maksimumlashtirishga xizmat qiladi.

Marjinal naflilik qonuni ham ishlab chiqarishni iste'molga bo'ysundiradi. Bozor to'yingan sari qo'shimcha sotiladigan tovarning xaridor uchun nafliligining pasayishiga moyil bo'lishi bozor suyadigan tovarlarni yangidan ishlab chiqarishga undaydi. Nafliligi yuqori tovarlarga talab oshsa, nafliligi past tovarlarga talab kamayadi. Binobarin, ishlab chiqarishda nafliligi yuqori tovarlarni

yaratish foydani ko'p olishga, naflilig past tovarlarni taklif etish foydaning kamayishiga va hatto zarar ko'rishga olib keladi.

Mana shunday sharoitda bozor mexanizmi naflilig pasaygan tovarlardan voz kechib, naflilig yuqori tovarlarni ishlab chiqarishga undaydi. XXI asrga kelib yer yuzida bozorga deyarli 30 mln har xil tovarlar taklif etildiki, bu kishilar uchun tovarlarni tanlab iste'mol qilish imkonini g'oyat kengaytiradi. Bozor mexanizmi naflilik va tovar narxining bir-biriga mosligini ta'minlagan holda xaridorning iste'molini maksimumlashtiradi. Bunga tovarlarni muqobil tanlash orqali erishiladi. Shu sababli bozorda xaridor izmi ustuvorlik qiladi. Ishlab chiqaruvchilar iste'molchilar pulini ko'proq olish uchun uning tanloviga qaraydilar. Tanlov esa afzal ko'rish qoidasiga asoslanadiki, bunga ko'ra iste'molchilar ma'lum guruh tovarlarga o'z iste'molida ustuvorlik beradilar.

Iqtisodiyotning ijtimoiy yo'nalishini raqobat qonuni ham ta'minlaydi. Raqobatning mavjudligi ishlab chiqaruvchilarga tinchlik bermaydi, raqobatda yengilmaslik va bozorda jon saqlash uchun ular bozorga tovarlarni ko'plab va iste'molchiga ma'qul narxda taklif etadilar. Bu bilan ham iqtisodiyotning ijtimoiyligiga erishiladi.

Bozor mexanizmi resurslarni talabgir tovar va xizmatlarni chiqaruvchi sohalarga joylashtirib ishlab chiqarish tarkibini takomillashtiradi. Tovarlarni ishlab chiqarish kengayadi, tovarlar taklifi xilma-xillashtiriladi. Ayni paytda mehnat resurslarining bandligi oshadi va daromadlarning ortishi talabni kengaytiradi.

Bozor mexanizmining o'zi iqtisodiyotning ijtimoiyligini iqtisodiy faol aholiga, ya'ni ishlab pul topadiganlarga nisbatan ta'minlaydi. Bozor qoidasiga ko'ra, har bir harakat qilgan kishi ishlab topganini o'zi oladi, shu bois boqimandalik inkor etiladi.

Har bir mehnatga layoqatli kishi o'zi va o'z oilasi farovonligini ishlab topgani darajasida ta'minlashiga talab qo'yiladi.

Bozor tizimida hamma qo'lidan ish keladiganlar o'zini-o'zi boqishi kerak. Bundan faqat mehnatga layoqatsiz kishilargina mustasno. Bozor mexanizmi kishilarni o'z farovonligini ta'minlash uchun yaxshi ishlashga majburlaydi. Bu uning ijobiy ma'nodagi shafqatsizligini bildiradi.

Bozor iqtisodiyotining ijtimoiyligi, uning darajasiga qarab har xil amalga oshadi. Buning sababi, iste'molning ishlab chiqarishga bevosita bog'liq bo'lishidir. Bas shunday ekan, jamiyat rivojlanishi uchun uning iste'moli ishlab chiqarilgan ne'matlar miqdoriga monand bo'lishi zarur.

Dunyoning ko'pchilik mamlakatlarida iste'mol darajasi iqtisodiyot darajasiga, bu esa o'z navbatida, mehnat unumdorligi dara-

jasiga bog'liq bo'lib qolmoqda. Masalan, 2000-yili dunyoda bitta ishlovchi yiliga 4700 dollarlik mahsulot va xizmatlar yaratgani uchun jon boshiga iste'mol 2714 dollar bo'lgan. Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda esa bir ishlovchi 51318 dollarlik tovar va xizmatlar yaratganidan bir kishining iste'moli 14800 dollarni tashkil etgan.

Bozor tizimining ijtimoiyligi bu o'ta ideal, g'oyat mukammal, mutlaqo nuqsonsiz tizim, degan gap emas. Bu tizimning o'z nuqsonlari va ziddiyatlari bor. Bozor kuchlari aholining mehnatga qobiliyatsiz, ya'ni bozor qoidalariga binoan daromad topib o'zini-o'zi boqa olmaydigan toifalari farovonligini ta'minlamaydi. Shu bois, bu ishni davlat va ijtimoiy tashkilotlar bajaradi. Baribir bu ham mavjud iste'mol resurslariga tayanadi. Biroq davlat ularni yaratmaydi, chunki buni bozor kuchlari bajaradi. Davlat iste'mol resurslarini qayta taqsimlab ularning bir qismini aholining nochor qatlamlari tirikchiligini ta'minlashga yuboradi, xolos.

Iqtisodiyotning ijtimoiyligi uning farovonlikka qaratilishidir.

Farovonlik – bu kishilar iste'mol qiladigan hayotiy ne'matlarning miqdori va sifatini, hayot kechirishning umumiy shart-sharoitining qandayligini bildiradi.

Farovonlik naqadar yuqori bo'lsa bu iqtisodiyotning ijtimoiyligi shunchalik kuchli bo'lishini anglatadi. Agar u yetarli bo'lmasa, farovonlik past bo'ladi, albatta. Farovonlik ikki qismdan iborat. **Birinchisi,** iqtisodiy farovonlik – bu hayotiy ne'matlarning jon boshiga iste'moli bilan tavsiflanadi. **Ikkinchisi,** ijtimoiy farovonlik bo'lib, bu hayot kechirishning umumiy shart-sharoiti qandayligi bilan tavsiflanadi.

22.2. Iqtisodiy farovonlik

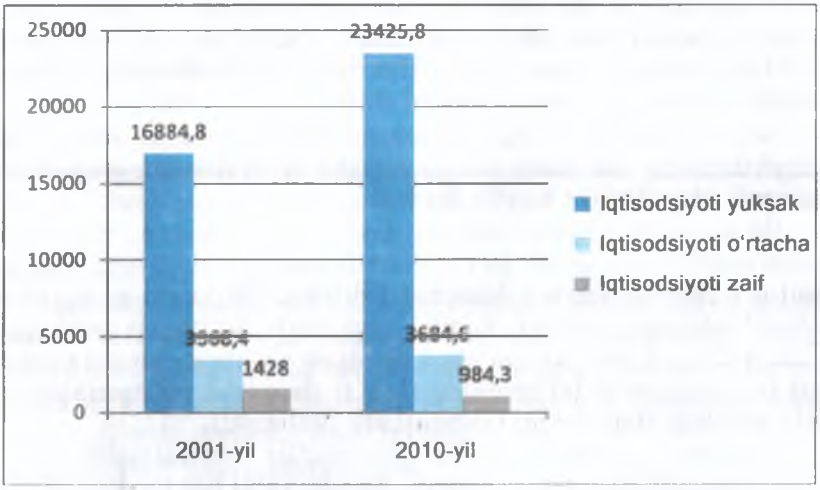
Iqtisodiy farovonlik – bu jon boshiga iste'mol qilinadigan tovar va xizmatlarning miqdori va sifati bo'lib, ularning bozor qiymati bilan o'lchanadi.

Shunga binoan farovonlik baholanganda jon boshiga iste'mol shuncha dollar, yevro yoki so'mga teng, deb aytamiz. Masalan, 2002-yili dunyodagi daromadi yuqori mamlakatlarda jon boshiga iste'mol 17657,6 dollarni, kambag'al mamlakatlarda esa 1428 dollarni tashkil etdi.

Iqtisodiy farovonlik ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarning (YaIM) miqdoriga va ularning taqsimlanishiga bog'liq bo'ladi. Jamiyat ishlab chiqarganiga qarab iste'mol qiladi, lekin ishlab chiqarganining hammasini emas, faqat bir qismini iste'mol qilishi zarur, chunki boshqa qismi jamg'arilib, iqtisodiy o'sishni va kela-

jakni ta'minlashi kerak. Shu sababli dunyoda yaratilgan tovar va xizmatlar qiymatining 18 % jamg'arma hosil qilib, kelajakni ta'minlaydi.

Iqtisodiy farovonlik ishlab chiqarish hosilasi, u qanchalik rivojlangan bo'lsa, farovonlik ham shunchalik yuqori bo'ladi. 2002-yili iqtisodiy rivojlangan mamlakatlardagi jon boshiga iste'mol iqtisodiy zaif mamlakatlardagidan 12,4 marta yuqori bo'ldi, buni birinchi guruh mamlakatlarda mehnat unumdorligining yuqori bo'lishi bilan izohlash mumkin, chunki ko'p ishlab topilgan joyda ko'p iste'mol qilinadi. Buni ko'p yillik ma'lumotlar ham tasdiqlaydi (22.1-rasm).



Dunyo mamlakatlarida aholining iqtisodiy farovonligi ko'rsatkichlari (jon boshiga iste'mol, AQSh dollarida).

22.1-rasm.

Iqtisodiy farovonlik qandayligi aniqlanganda qisqa vaqtdagi emas, balki nisbatan uzoq davrdagi, hech bo'lmaganda bir yildagi iste'mol ko'rsatkichlariga asoslanish talab qilinadi. Gap shundaki, konyunktura krizisi yuz berganda iste'mol pasaysa, iqtisodiyot tanglikdan chiqqach, u jadal oshib boradi. Demak, iqtisodiyot holatidagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda farovonlik tahlil etilishi kerak bo'ladi.

Farovonlik ko'rsatkichini faqat **juz'iy iste'mol** hajmi bilan cheklab bo'lmaydi, chunki bunda **jamg'arishni** ham hisobga olish kerak. Jamg'arish esa kelajakdagi farovonlikni belgilaydi, shu sababli buni bilvosita ko'rsatkich sifatida qarash mumkin. Jamg'armaning

ko‘pligi topilgan pulning joriy iste’moldan ortib qolganini bildirganidan uni ham farovonlikka xizmat qiladi, deb aytish mumkin.

Joriy iste’mol sarflari va jamg‘arish aslida qo‘lga tekkan daromadning sarflanishi hisoblanadi. Albatta, farovonlikni qo‘lga tekkan daromadning faqat o‘zigina emas, balki uning xarid qobiliyati, ya’ni unga bozorda nima berishi ham belgilaydi.

22.3. Bozor va nobozor daromadlari

Iqtisodiyotning ijtimoiyligi ishlab chiqarish darajasiga bog‘liq bo‘lganidan bu daromadlarda ifoda etiladi, chunki daromad ishlab topiladi. Jamiyatning ishlab topgan daromadi – bu yaratilgan YaIM bo‘lib, iqtisodiyot subyektlari o‘rtasida taqsimlanib, ularning daromadiga aylanadi. Shu sababli daromadni iqtisodiyot subyektlarining YaIMdan oladigan hissasi, deb aytish mumkin. Bu hissaning qancha bo‘lishini taqsimot qonuni belgilab beradi.

Bozor iqtisodiyotidagi taqsimot qonuniga ko‘ra iqtisodiyot subyektlarining daromadi ularga tegishli resurslarning miqdori va samarali ishlatilishiga bog‘liq bo‘ladi.

Bu qonunga binoan olingan daromadlar tabiatan ishlab chiqarish omillari daromadi, ya’ni bozor daromadi hisoblanadi. Har bir omil o‘z egasiga maxsus daromad keltiradi. Ish kuchi egasi, ya’ni yollanib ishlovchi ish haqi, kapital egasi foyda, ko‘chmas mulk egasi renta, pul egasi foiz, aksiya egasi dividend shaklida daromad oladi. Har bir omil mulk bo‘lganidan va o‘zi daromad yaratganidan bir kishi yaratgan daromadni boshqa kishi ololmaydi.

Taqsimot qonuniga ko‘ra daromadlar **ekvivalentlik,** ya’ni tengma-tenglik tamoyiliga binoan olinadi, ya’ni har bir subyekt o‘z qo‘lidagi ishlab chiqarish omili tovar va xizmatlar yaratishga qanday hissa qo‘shgan bo‘lsa, shunga qarab daromad oladi. Shu tamoyilga asoslangan daromad **bozor daromadi,** deb yuritiladi. Bu asosiy daromad turi bo‘lsa-da, yagona emas, chunki nobozor daromadlari ham bo‘ladi. Daromadning bu turi bozor tamoyillariga binoan emas, balki **insonparvarlik qoidalariga** binoan hosil bo‘ladi.

Bozor daromadlari turli shakllarda namoyon etiladi. Bulardan biri mehnatdan kelgan daromaddir. Bunga ish haqi, foydadan beriladigan mukofotlar va normal foyda kiradi. Ish haqi ish kuchining bozor narxi bo‘lib, u sotilgandan so‘ng o‘z egasiga **mehnat daromadi** bo‘lib tegadi. Ish haqi daromadning asosiy turi. Bozor tizimi rivojlangan mamlakatlarda ish haqi jami daromadlarning 2/3 qismini tashkil etadi. Ish haqi miqdorining ko‘p yoki oz bo‘lishi uch narsaga bog‘liq bo‘ladi:

1. **Mehnat bozorida ish kuchiga talab va ish kuchi taklifining nisbati**. Talab ko‘p bo‘lsa, ish haqi oshadi, aksincha, taklif ko‘p

bo‘lsa ish haqi pasayadi. Talab va taklif tenglashganda muvozanatli ish haqi yuzaga keladi va ish haqi ma’lum me’yorda saqlanib turadi.

2. **Mehnatning unumdorligi.** Ish haqi bunga to‘g‘ri mutanosiblikda bo‘ladi. Yuksak unumdorlik yuqori daromad keltirar ekan, u oshgan sharoitda ish haqi ham oshadi, chunki unumi yuqori mehnatga talab oshadi. Unumdorlik pasayganda buning aksi yuz beradi.

3. **Bozor talabiga mos ravishda ishlay olish**. Mehnat bozorbop tovarlar yaratishga qodir bo‘lsa, bu tovarlarga talab oshib daromad ko‘payadi, binobarin ish haqi ham ortadi. Bordi-yu mehnat bozor suyadigan tovarlar o‘rniga bozori kasod tovarlar chiqarishga sarflansa, tabiiy ravishda ish haqi kam bo‘ladi. Ish haqi turli sohalar, korxonalar va tashkilotlar bo‘yicha farqlanishini ham aytilgan omillar yuzaga keltiradi.

Mehnat daromadi tarkibida **normal foydaning** bo‘lishi tadbirkorlik qobiliyatining ishlab chiqarish omili bo‘lishi bilan bog‘liq. Bu omil yaratgan daromad uning egasiga normal foyda shaklida tegadi. Biznesni boshqarish korxona egasidan menejerga o‘tgan taqdirda normal foyda shaklidagi daromadni menejer oladi, korxona egasiga esa iqtisodiy foyda tegadi.

Iqtisodiy foyda kapital keltirgan daromad sifatida uning egasiga tegadi. Iqtisodiy foyda har qanday bozor daromadi singari kafolatlanmagan daromad hisoblanadi. Uning oz yoki ko‘p bo‘lishi tadbirkorlik ishining samarasiga bog‘liq bo‘ladi. Iqtisodiy foyda taqsimlanganda dividend hosil bo‘ladi.

Dividend – ham tabiatan foyda, lekin bu sherikchilik asosida qurilgan kapitalga xos va ulushbay tavsifga ega bo‘lgan foydadir. Aksiya o‘z egasiga keltiradigan daromad dividend bilan cheklanmaydi, chunki aksiyalar qaytadan sotilish chog‘ida ular xarid etilgan va qaytadan sotiladigan narxlar farqlanib daromad hosil qiladi. Ammo bu aksiyaning sotilish narxi, uning xarid narxidan yuqori bo‘lgan kezlarda paydo bo‘ladi. Dividendning daromadlar tarkibidagi o‘rni aholining qanday qismi aksiya sohiblari bo‘lishiga va aksioner korxonalarning rentabelligiga bog‘liq bo‘ladi.

Foiz – pul egasining o‘z pulini qarzga berganligi uchun oladigan haqi, ya’ni daromadidir. Foizning miqdori foizning darajasiga va qarzga berilgan pul ***miqdoriga*** bog‘liq. Qanchalik kredit rivoj topgan bo‘lsa, foizning daromad sifatidagi ahamiyati shunchalik oshadi. Foizni bankirlar pul qo‘yganlarga, ya’ni firmalarga, davlatga va aholiga to‘laydi. Foizning daromad sifatidagi roli ortib borishi uchun iqtisodiyot subyektlarining daromadi ular xarajatidan ortib qolishi, jamg‘arma hosil qilib, banklarda to‘planishi kerak. **Renta**

ko‘chmas mulk egalarining o‘z mulkini muqobil ishlatishdan topgan daromadi hisoblanadi, u ijara haqida namoyon bo‘ladi. Yer, binolar, inshootlar va uy-joy o‘z egalari tomonidan o‘zgalarga ijaraga berilganda renta olinadi.

Foiz, dividend va renta umumlashgan holda **mulkiy daromadlar** deb yuritiladi. Mulkiy daromadning miqdori uning egasi tomonidan naqadar samarali ishlatilishiga bog‘liq bo‘ladi.

Bozor daromadi tarkibida **pensiya** alohida maqomga ega. Xususiy pensiya fondlaridan olinadigan pensiya ham bozor qonunlariga binoan ishlab topilgan, lekin egasiga berilishi kechiktirilgan daromaddir. Ishlagan kezlarida ishlab topilgan pulning bir qismi pensiya fondlariga o‘tkazilib, u yerda ko‘payib boradi, chunki bu pul bekor yotmasdan daromad topish uchun turli sohalarga joylashtiriladi. O‘z-o‘zidan ko‘payib yotgan pul egasiga, u pensiyaga chiqqandan so‘ng tegadi. Davlat beradigan qarilik pensiyasi ham bozor daromadi, lekin nogironlik yoki boquvchisiz qolganlar oladigan pensiyalar tabiatan nobozor daromadini hosil qiladi. Nobozor daromadlarini aytilgan pensiyalardan tashqari turli nafaqalar, bir yo‘la yordam pullari, stipendiyalar va nihoyat natural transfertlar tashkil etadi. Bu transfertlarni davlat, firmalar va ayrim homiylar tashkil etadilar va shu hisobidan muhtojlarga bepul ovqat, kiyim-kechak va dori-darmon beriladi, bepul xizmatlar ko‘rsatiladi. Bular bepul va natural shaklda bo‘lgani uchun nobozor daromadi bo‘ladi.

Barcha daromad turlari va shakllari birgalikda daromadlar strukturasini tashkil etadiki, bunda har bir daromad o‘z o‘rniga ega bo‘ladi va boshqa daromad bilan ma’lum nisbatda turadi. Iqtisodiyotning ijtimoiyligi baholanganda barcha daromad turlari inobatga olinib, ular jon boshiga hisoblanadi.

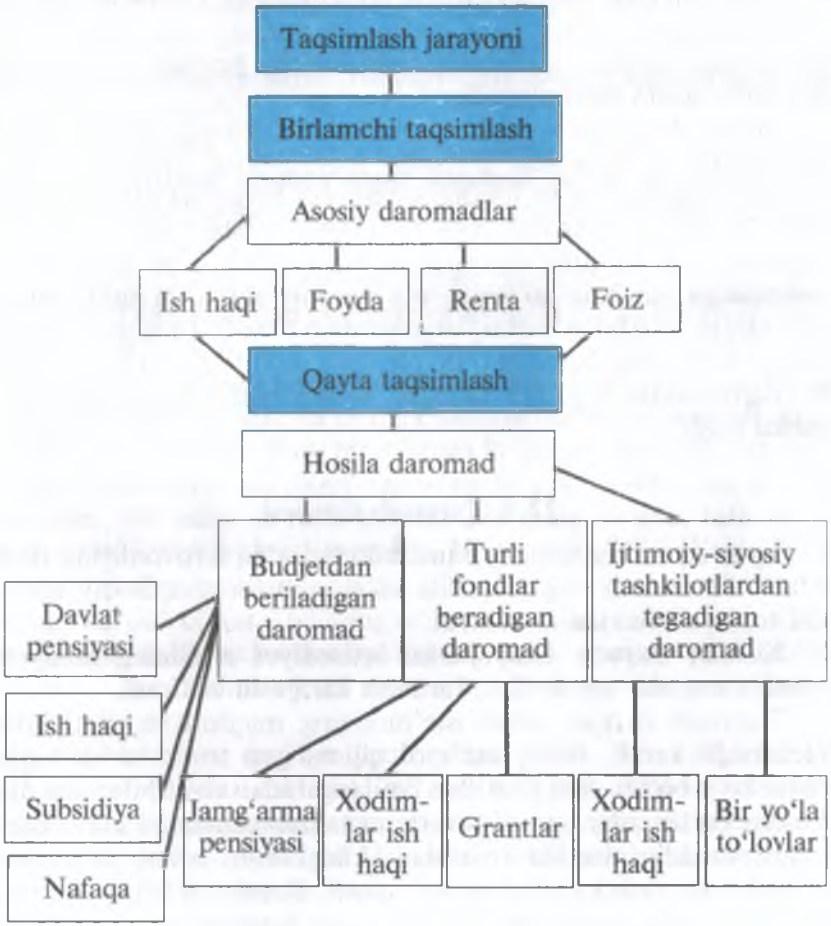
22.4. Daromadlarning shakllanish mexanizmi

Bozor iqtisodiyotining belgisi – tovarlarni bozordan sotib olib iste’mol qilinishidir. Buning uchun pul kerak bo‘ladi. Kishilar daromad topib pulga ega bo‘lish uchun mehnat resurslari, moddiy va moliyaviy resurslar o‘z egalari tomonidan bozor qoidalariga binoan ishlatilishi talab qilinadi.

Biroq jamiyatda bunday resurslari bo‘lmagan yoki ularni ishlata olmaganlar ham bo‘ladiki, ularni pul toparlar boqadi. Bular jumlasiga umuman ish qobiliyati yo‘q nogironlar, ko‘p bolali bo‘lganidan o‘zini to‘la ta’minlay olmaydigan xonadonlar, kasallik tufayli vaqtincha ish qobiliyatini yo‘qotganlar, o‘z ixtiyori bilan tarki dunyo qilganlar, ish qobiliyati bo‘la turib ishsiz qolganlar, turli beva-bechoralar kiradi. Ular tirikchilik o‘tkazish uchun daromadga

ega bo‘lishlari kerak va bunga muhtojlikka qarab YaIMning bir qismini taqsimlash orqali erishiladi, ya’ni jamiyat ularga **ijtimoiy yordam** ko‘rsatadi.

Bozor daromadlari ishlab chiqarish sohasida shakllansa, nobozor daromadlari bundan so‘nggi taqsimlash, ya’ni qayta taqsimlash orqali shakllanadi (22.2-rasm). Bozor daromadi birlamchi asosiy daromad bo‘lsa, nobozor daromadi hosila daromad hisoblanadi.



22.2-rasm. **Taqsimlash jarayonida daromadlarning shakllanishi**

Qayta taqsimlash yuz berganda asosiy daromadlar ularning sohiblari bilan jamiyatning boshqa a’zolari o‘rtasida taqsimlanadi, natijada hosila daromadlar yuzaga keladi, bular jumlasiga nafaqalar,

xayriya puli shaklidagi daromadlar, pensiyalar va budjet tashkilotlari o‘z xodimlariga bergan ish haqi va mukofotlar, budjetdan korxonalarga beriladigan subsidiyalar va nihoyat nodavlat tashkilotlari, turli fondlar va ijtimoiy-siyosiy tashkilotlar o‘z xodimlariga beradigan ish haqi kabilar kiradi.

Qayta taqsimlashda asosiy rolni davlat, firma, xonadon, nodavlat va ijtimoiy-siyosiy tashkilotlar moliyasi o‘ynaydi.

Ular turli moliyaviy ajratmalar hosil qiladilar. Davlat budjetidan davlat pensiyasi, subsidiyalar, nafaqa va yordam puli ajratilib ular xonadonlar, firmalar va nodavlat tashkilotlarga beriladi va o‘sha yerdan turib, qayta taqsimlanadi.

Budjet daromadini qayta taqsimlashda, ijtimoiy yordam fondi hosil bo‘lib, u muhtojlar o‘rtasida taqsimlanadi. Qayta taqsimot nodavlat tashkilotlari va fondlar orqali yuz berganda ularga budjet, homiylik qilgan firmalar, boy-badavlat shaxslar pul ajratmalari berishadi. Bu ularning daromadini hosil qiladi, ular bundan o‘z xodimlariga ish haqi to‘laydi, o‘z moddiy sarflarini qoplaydi va xayr-ehson yo‘li bilan muhtojlarga yordam beradi. Taqsimot jarayon sifatida ko‘p bosqichlardan o‘tib pirovard daromadlarni hosil qiladi. Bu daromaddarning 2/3 qismini xonadonlar (aholi) daromadi tashkil etadi.

22.5. Turmush darajasi

Iqtisodiyotning ijtimoiy samaradorligi xalq farovonligida ifoda etiladi. Farovonlikning yuqorida ko‘rganimizdek, iqtisodiy tomonini turmush darajasi ifodalaydi.

Kishilar hayotiy ehtiyojlarini iqtisodiyot rivojining muayyan holatida naqadar qondirilishi turmush darajasiii bildiradi.

Turmush darajasi aholi iste’molining miqdori va sifati bilan o‘lchanishi kerak. Biroq iste’mol qilinadigan tovar va xizmatlar g‘oyat ko‘p bo‘lib, sifat jihatidan farqlanganidan va kishilarning didi turlicha bo‘lib, ular har xil tovarlarni tanlab olganidan aholi iste’molini moddiy shaklda (masalan, kilogramm, metr, kubometr, kilovatt/soat va h.k.) o‘lchab bo‘lmaydi. Bunday o‘lcham tovarlar sifatini hisobga ololmaydi. Masalan, jon boshiga bir yilda 40 kg shirinlik iste’mol qilinadi, deb faraz qilaylik. Bu oddiy shakardan, holvadan, asaldan, anvoyi shokolad va konfetdan iborat bo‘ladiki, bularni inson uchun nafliligi turlicha va ularni bir o‘lchamga keltirish to‘g‘ri bo‘lmaydi. Shu sababli iste’molning pul-qiymat shaklidagi o‘lchami qo‘llaniladi, chunki bu iste’molning ham hajmini,

ham sifatini ifodalaydi. Ma'lumki, tovar va xizmatlar ko'p olinsa va ular sifatli bo'lsa, bularga pul ko'p to'lanadi. Binobarin, sarflangan pul miqdori iste'molni belgilaydi va bu jon boshiga hisoblanadi. Biroq turmush farovon bo'lsa, pul daromadi iste'moldan ortib qoladi va jamg'armaga aylanadi. Iste'mol va jamg'armani nazarda tutib turmush darajasini real daromad miqdori bilan o'lchash zarur bo'ladi. Ma'lumki, bozor tizimiga pul daromadlari xos. Biroq pul daromadlari nominal daromad hisoblanadi, ular narx-navoni hisobga olmaydi, shu sababli ularning miqdori o'z-o'zidan turmush darajasini tavsiflay olmaydi. Haqiqiy turmushning qandayligini real daromad ko'rsatadi.

Real daromad – bu iste'mol qilinadigan tovar va xizmatlar narxining o'zgarishini hisobga olgan daromad bo'lib, muayyan narx-navo sharoitida pul daromadlariga bozorda nima berilishini bildiradi.

Real daromad ikki narsaga bog'liq bo'ladi:

1. **Qo'lga tekkan pul daromadining miqdori.** Bu berilishi zarur bo'lgan pul daromadidan majburiy va ko'ngilli pul to'lovlari chegirib olinganidan so'ng qolgan daromaddir. U xarid fondini tashkil etadi.

2. **Pul birligining xarid qobiliyati,** bu esa narxga nisbatan teskari mutanosiblikda bo'ladi, ya'ni narx qimmatlashsa, u pasayadi, narx arzonlashsa, u ortadi. Buni bir misolda ko'ramiz. Aytaylik, bir oylik qo'lga tekkan daromad 1000 ming so'm. Shu pulga 400 ming so'mlik kostyum, 300 ming so'mlik kurtka, 250 ming so'mlik tufli va 50 ming so'mlik ko'ylak olish mumkin. Narx pasaysa 350 ming so'mga kostyum, 250 ming so'mga kurtka, 200 ming so'mga tufli va 40 ming so'mga ko'ylak olinsa, 160 ming so'm ortib qoladi (1000–840=160). Shu pulga qo'shimcha ravishda yana 1 juft arzonroq tufli olish mumkin. Bu bilan iste'mol ortdi. Bordi-yu narxlar ortib ketsa, iste'mol qisqaradi.

Pul birligining qurbiga qarab qo'lga tekkan daromadga har xil miqdordagi va sifati turlicha iste'mol tovarlari xarid etiladi. Shu sababli real daromad aniqlanganda narxlarning o'zgarishi e'tiborga olinishi kerak. Buning uchun iste'mol tovarlari narxining indeksidan foydalaniladi. Bu tovarlar tarkibiga ko'pchilik iste'mol qiladigan tovarlar kiradiki, bular to'plam hosil qiladi.

Bu to'plam **iste'molchi savati** deb yuritiladi. Uning tarkibi kengayib boradi, unga yangi tovarlar va xizmatlar kiradi. Bir vaqtlar shaxsiy avtomobillarda yurish, kompyuterlardan, uyali telefon aloqasidan foydalanish xarajatlari iste'molchi savatiga kirmagan. Hozir esa bular odatdagi iste'mol tovarlariga aylangan. Shu sababli ular rivojlangan mamlakatlarda iste'molchi savatiga kiradi.

Iste'molchi savatini tashkil etuvchi tovar va xizmatlar to'plamining jami bozor narxi, ya'ni ularni xarid etishga ketadigan pul miqdori tirikchilik qiymati, deb yuritiladi.

Iste'molchi savatiga kirgan jami tovarlar va xizmatlar narxi o'zgarishiga qarab iste'mol tovarlari narxining indeksi aniqlanadi. Masalan, iste'molchi savatidagi tovarlar va xizmatlarning jami narxi 2000-yili 1,50 mln, 2002-yili 1,65 mln va nihoyat 2003-yili 1,45 mln so'mni tashkil etgan. Agar 2000-yili narxni 100 deb olsak, 2002-yilgi narx 110,0, 2003-yilgi narx esa 96,6 bo'ladi.

Real daromaddagi (D_r) o'zgarishlarni aniqlash uchun qo'lga tekkan pul daromadlar narxlar bilan taqqoslanadi. Buning uchun pul daromadlar indeksi (D_i) va narxlar indeksi (P_i)ga bo'linadi.

Bunda $D_r = \frac{D_i}{P_i}$ hosil bo'ladi. Yuqoridagi misolga qiyoslasak, 2000-yili xonadonning qo'lga tekkan pul daromadi 1,6 mln (100), 2002-yili 1,8 mln (112,5) va nihoyat 2003-yili 2,0 mln (125,0)so'm bo'lgan.Endi buni narxlar indeksiga bo'lamiz: 2000-yil $\frac{100,0}{100,0} = 1,00$; 2002-yil $\frac{112,5}{110,0} = 1,02$; 2003-yil $\frac{125,0}{96,66} = 1,29$.

Demak, bunda real daromadning o'sishi kuzatiladi (1,29>1,0).

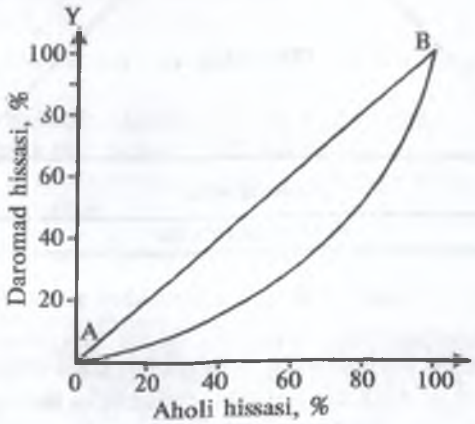
22.6. Turmush darajasining farqlanishi

Bozor iqtisodiyotida shunday qoida bor: **har kim qo'lidan kelgan ishni qiladi va ishlab topganini o'zi oladi.** Qo'lidan ish kelish turlicha bo'lganidan ishlab topish ham turlichadir. Bir odam ko'p topsa, boshqasi kam topadi. Pulni ko'p yoki oz topish eng avval insonning ishlash qobiliyatiga bog'liq, bu qobiliyat tabiiy, chunki buni yaratganning o'zi beradi. Xalq og'zida «Olloh besh qo'lni baravar yaratmagan» degan ibora ishlatilishi bejiz emas. Ishlab topish tabiiy qobiliyatdan tashqari ijtimoiy-iqtisodiy muhitga ham bog'liq. Bu muhit har bir kishining ish qobiliyatini to'laroq yuzaga chiqarsa ishlab topish ko'payadi, agar aksi bo'lsa, bu kamayadi. Bozor iqtisodiyoti teng imkoniyatlar beradi, lekin bu imkoniyatlardan foydalanish har xil bo'lganidan obyektiv tarzda turmush darajasi farqlanadi va bu daromadning har xilligida ko'rinadi. Kishilar turmushini farqlantiruvchi yana bir omil ijtimoiy-demografik bo'lib, oila tarkibining har xilligi bilan tavsiflanadi. Oila tarkibida pultoparlar ko'p bo'lib boqimandalar oz bo'lsa, tabiiyki uning jon boshiga hisoblangan daromadi ko'p bo'ladi. Shu sababli ko'p bolali oilalarda topilgan daromad hajmi oz bo'lmasada, u jon boshiga kam chiqadi. Buni tushunish uchun 2 oilani olamiz. Birinchi oilada 5

kishi bor, ikki kishi pultopar bo'lib har birining daromadi oyiga 700 ming so'm, 3 kishi esa boqimanda. Demak, jami daromad 1400 ming so'm bo'lib, jon boshiga 28 ming so'mdan tegadi. Ikkinchi oilada 4 kishi bor, ulardan 2 nafari ishlab oyiga 1400 ming so'm topadi. Bu yerda boqimandalar 2 kishi bo'lganidan jon boshiga daromad 350 ming so'mdan tegadi. Bu yerda daromadlarning farqlanishi (350>280) pul topishga emas, balki boqimandalar soniga bog'liq.

Daromadlarning farqlanishi uning **differensiatsiyasi** deb yuritiladi va tengsizlikdan iborat bo'ladi. Daromadlardagi tengsizlik tahlil etilganda xonadonlar 5 ta kvintelga (guruhga) ajratiladi. Bunda xonadonlar quyidan yuqoriga, ya'ni past daromaddan yuqori daromad tomon joylashtiriladi (1-kvintel – o'ta kambag'al, 2-kvintel – kambag'al, 3-kvintel – o'rtahol, 4-kvintel – boy, 5-kvintel – o'ta boylardan iborat bo'ladi).

Turli kvinteldagi xonadonlarning umumiy xonadonlar sonidagi hissasi (% hisobida) ularning jami daromaddagi hissasi bilan taqqoslanadi. Bu bilan xonadonlarning qanday qismi daromadlarning qanday qismini olganligi aniqlanadi. Odatda quyi kvintellardagi xonadonlarning daromaddagi hissasi kichik bo'ladi, ya'ni masalan, 10 % xonadon 6 % daromadni oladi. Aksincha, yuqori kvintellarda xonadonlar soni kam bo'la turib, ular daromadning katta qismini oladilar. Masalan, 1994 yilda AQShda 5 % eng boy xonadonlar daromadning 20,1 foizini olishgan. Daromadlardagi tengsizlik Lorens[14] egri chizig'i vositasida ham tasvirlanadi (22.3-rasm).



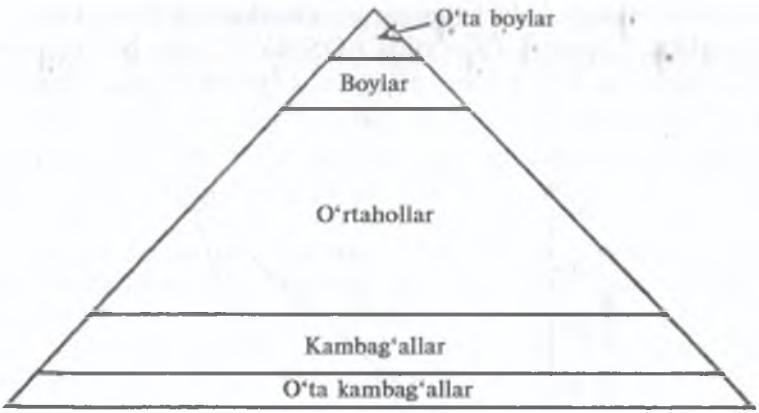
22.3-rasm. **Lorens egri chizig'i**

[14] М. Лоренц – АҚШ иқтисодчиси.

X yon chiziqda aholi hissasi, Y tik chiziqda daromad hissasi ko‘rsatilgan. Agar daromadlar bir tekisda taqsimlanganda edi, aholi sonidagi hissa bilan daromaddagi hissa teng bo‘lar edi. Bunda 20 % aholi 20 % daromadni, 60 % aholi 60 % daromadni olar edi. Daromadlarning taqsimlanishi AB bissektrisa chizig‘i shaklida bo‘lar edi. Biroq daromadlar notekis taqsimlanganidan aholining katta qismi daromadlarning kichik qismini oladi, aksincha, aholining oz qismi daromadning katta qismini oladi. Natijada, daromadlarning taqsimlanishi AB yoysimon chiziqni hosil qiladi. Yoysimon chiziq bissektrisadan qanchalik yiroqlashsa, daromadlarda tengsizlik shunchalik kuchli bo‘ladi. Tengsizlikning haddan oshib kegishiga yo‘l bermaslik uchun uning me’yori kiritilgan. Bunga ko‘ra boylar qo‘lida jami daromadlarning 25–35 foizi to‘planishi mumkin. Boshqa bir me’yorga ko‘ra, 10 % boylar va 10 % kambag‘allar daromadi o‘rtasidagi farq 13–15 martadan oshmasligi talab qilinadi.

22.7. Aholining daromadga qarab guruhlanishi

Daromadlardagi tengsizlik aholining kambag‘al, o‘rtahol va boy qatlamlarga ajralishiga olib keladi. Buni daromadlar piramidasida ko‘rish mumkin (22.4-rasm).

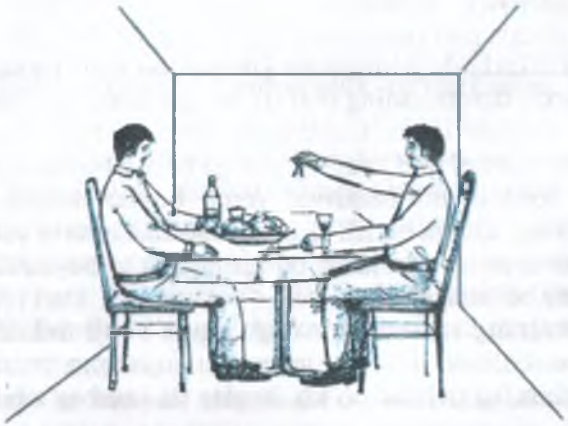


22.4-rasm. **Daromadlarga binoan aholi piramidasi**

Kishilarning bu qatlamlarga mansubligi turli mezonlarga qarab aniqlanadi. Kambag‘allik chegarasini **tirikchilik minimumi** belgilaydi. Bu minimum muayyan mamlakatda eng kam deganda qancha tovarlar va xizmatlar iste’mol qilinishi mumkinligini bildiradi va bularning bozor narxi uning qiymati bo‘ladi.

Kimning daromadi shu minimumdan past bo‘lsa, shu kambag‘al hisoblanadi. Masalan, mamlakatda bir oylik tirikchilik minimumiga kiruvchi oziq-ovqat narxi 120 dollar, kiyim-kechak narxi 80 dollar va nihoyat xizmatlar narxi 50 dollar bo‘lsa, uning umumiy qiymati 250 dollar bo‘ladi. Mana shu 250 dollar kambag‘allik chegarasi bo‘ladi, ya’ni daromadi bundan kamlar kambag‘al hisoblanadi. Agar daromad oziq-ovqat minimumini ta’minlashga yetmasa, shunday daromadga ega qatlam o‘ta kambag‘al yoki qashshoq hisoblanadi. Bizning yuqoridagi misolimizda daromadi 120 dollardan kam bo‘lganlar o‘ta kambag‘allar guruhiga kiradi.

TANTI BOYVACHCHA



– Do‘stim Anvar sen 2 ta super “JIP” olibsan. Senga 1 tasi yetmasmidi?

– Azizim Bahodir ikkinchi “JIP”ni senga oldim.

– Anvar nega men uchun “JIP” olding?

– O‘tgan safar sen menga “Cola” olib bergan eding-ku. Axir hisobli do‘st ajralmas, deydilar.

O‘rtahollarga daromadi tirikchilik umumiy minimumi qiymatidan yuqori bo‘lgan, lekin o‘rtacha daromadlardan oshib ketmaganlar kiradi. Oldingi misolni olsak, tirikchilik minimumi 250 dollar bo‘lgani holda o‘rtacha daromad 1400 dollarni tashkil etgan bo‘lsa, daromadi shu ikki ko‘rsatkich oralig‘ida bo‘lganlar o‘rtahollarni tashkil etadi. Daromadi o‘rtachadan yuqori bo‘lganlar

(bizning misolimizda 1400 dollardan ko‘p topganlar) boylarni tashkil etadi.

Boylarning o‘zi oddiy boylar va o‘ta boylardan iborat bo‘ladi. Bozor tizimida boylikning yuqori chegarasi bo‘lmaydi. Shu sababli kishilarni o‘ta boy hisoblash uchun daromadning eng yuqori darajasi olinadi. Masalan, 2003-yili oligarxlar o‘ta boylar qatoriga jami boyligi 1 mlrd dollardan yuqori bo‘lganlar kiritilgan. Bular milliarderlarni tashkil etadi. Ana shu 2003-yili yer yuzida 476 ta milliarder bo‘lib, ularning jami boyligi 1 trill. 933 mlrd dollarga teng bo‘lgan. Planetamizning eng boy kishisi Bill Geyts (AQSh) bo‘lib, uning umumiy boyligi 57 mlrd dollarni tashkil etadi (2012-yil). Dunyodagi eng boy ayol Elis Uolton (AQSh) bo‘lib, uning umumiy boyligi 16,5 mlrd dollarga teng bo‘lgan.

Aholining daromadlari bo‘yicha tabaqalanishi muayyan mamlakatning iqtisodiy darajasiga va davlatning ijtimoiy siyosatiga bog‘liq. Bu daraja past mamlakatlarda tabaqalanish kuchli bo‘lsa, bu yuqori mamlakatlarda u nisbatan kuchsiz bo‘ladi. Iqtisodiyoti zaif mamlakatlarda daromadning o‘zi oz bo‘lganidan, uni kambag‘allar manfaatini ko‘zlab qayta taqsimlash qiyin bo‘ladi. Boylar daromadining bir qismini olib kambag‘allarga berish boylarning faolligini so‘ndiradi. Iqtisodiyoti baquvvat yerda boylar daromadining bir qismini kambag‘allarga berish iqtisodiy faollikka putur yetkazmaydi, chunki daromadning o‘zi katta bo‘lganidan uni boylardan chegirib olish sezilarli bo‘lmaydi.

Mamlakatning iqtisodiy ahvoliga qarab aholi toifalarining nisbati turlicha bo‘ladi. Odatda iqtisodi rivojlangan mamlakatlarda o‘rtahol qatlam ko‘pchilik bo‘lib, boylar va kambag‘allar oralig‘ida turadi.

22.8. Kambag‘allik muammosi

Kambag‘allik umumbashariy hodisa bo‘lib, bu hamma yerda mavjud. Biroq kambag‘allik ko‘lami va holati har xil bo‘ladi. Kambag‘allik nisbiy mazmunga ega. Aholining ma’lum qismi boshqasiga nisbatan kambag‘al hisoblanadi. Yuqorida ko‘rganimizdek, kambag‘allik chegarasini tirikchilik minimumi tashkil etadi. Bu minimum mamlakatlarning iqtisodiy darajasiga qarab har xil bo‘ladi. Bu bir yerda yiliga bir odamga hisoblanganda 150 dollar bo‘lsa, boshqa yerda 200 dollar, yana boshqa bir yerda 400 dollar bo‘lishi mumkin. Bir yerda kambag‘al hisoblangan kishi boshqa yerda o‘rtahol va hatto boy hisoblanishi mumkin. Masalan, AQSh da bir oylik daromadi 400 dollardan oz kishi kambag‘al bo‘lsa, shuncha daromadi bor odam Efiopiya uchun boy hisoblanadi,

chunki AQShda jon boshiga bir yilda (2010-yil) 47000 dollar daromad yaratilsa, Efiopiyada bu 1000 dollar bo'lishi mumkin.

Kambag'allik darajasini kambag'allarning aholi tarkibidagi salmog'i belgilaydi. Kambag'allik darajasini bilish uchun kambag'allar aholining necha foizini tashkil etishi hisoblab chiqiladi. Masalan, muayyan mamlakatda aholi 120 mln bo'la turib, kambag'allar 18 mln kishidan iborat. Bunda kambag'allik darajasi 15 % bo'ladi.

Kambag'allik darajasi iqtisodiyotning umumiy darajasiga teskari mutanosiblikda bo'ladi.

Shu sababli iqtisodi kuchli mamlakatlarda kambag'allik darajasi past bo'lsa, iqtisodi zaif mamlakatlarda u yuqori bo'ladi. Kambag'allik ko'rsatkichi iqtisodiy o'sishga qarab o'zgaradi. Iqtisodiyot yuksalishda bo'lganda kambag'allik qisqaradi, krizis holati kelib chiqqanda u kengayadi. Masalan, 2001 va 2002-yillarda Yaponiyadagi krizis kambag'allarni ko'paytirib yubordi. Aksincha, AQSh iqtisodiyotining yuksalishi kambag'allik ko'rsatkichini kamaytirdi. Kambag'allik darajasi siklga bog'liq bo'lganidan uni baholashda qisqa vaqtdagi emas, balki uzoq vaqtdagi kambag'allik holati hisobga olinadi. Kambag'allik dinamikasining uzoq muddatli qaralishi undagi juz'iylikni e'tibordan qochiradi, chunki vaqtincha kambag'allik o'tkinchi bo'ladi, kishilar vaqtincha kambag'allar qatoriga qo'shilib, so'ngra ishi yurishib ular safidan chiqib ketadi. Shuni hisobga olib **doimiy** va **vaqtincha** kambag'allarni farqlantirish talab qilinadi. Kambag'allik jiddiy muammo bo'lsada, uni tag-tomiri bilan yo'qotib bo'lmaydi, chunki daromadlarning tabaqalashuvi va bundagi tengsizlik bozor tizimi uchun obyektiv narsa. Biroq kambag'allikni qisqartirish mumkin. Kambag'allik darajasi iqtisodiyot darajasiga teskari mutanosiblikda bo'lgani uchun iqtisodiyotning o'sishi o'z-o'zidan kambag'allikni kamaytiradi. Biroq buning o'zi kifoya qilmaydi. Shu sababli, kambag'allikka qarshi kurash dasturlari jamoatchilik ishtirokida davlat tomonidan ishlab chiqiladi. Bunda kambag'allik sabablarining turlicha bo'lishini hisobga olib, uni kamaytirish chora-tadbirlari amalga oshiriladi. Bular jumlasiga odatda quyidagilar kiradi:

1. Yangi ish joylari yaratib bandlikni oshirish. Bandlikning oshishi ishlab pul topish imkonini beradi.

2. Qonun yo'li bilan minimal ish haqining joriy etilishi. Ish haqning shunday quyi chegarasi belgilab qo'yiladiki, ish haqini undan past to'lash mumkin emas.

3. Ijtimoiy sug'urtani kiritish. Bunga ko'ra ishsizlik, kasallik, tug'ma nogironlik tufayli kambag'allashib qolganlarga, ko'p bolali oilalarga, bolasi bor yakka ayollarga moliyaviy yordam ko'rsatiladi.

4. Turli xayr-ehson fondlarini davlat, firmalar, jamoa tashkilotlari va o'ziga boy ayrim kishilar hisobidan tashkil etib, ularda yig'ilgan mablag'ni kambag'allarga yordam sifatida berish, ularga bepul kiyim-kechak tarqatish, ular uchun tekinga ovqatlanishni uyushtirish.

5. Ishsiz kambag'allarning chet elga borib ishlab pul topishini uyushtirish.

6. Qarovsiz va kambag'al qariyalarni turli mehribonlik uylarida boqish va parvarishlash.

Iqtisodiy o'sishga tayangan holda aytilgan dasturlarni amalga oshirish kambag'allikni tugata olmasada, uning jiddiy pasayishiga olib keladi. Keyingi 20 yilda (1981–2000-yy.) rivojlanayotgan mamlakatlarda jon boshiga yalpi mahsulot ishlab chiqarish 30 % o'sdi, natijada kambag'allar 1981 yilda yer shari aholisining 40 foizini tashkil etgan bo'lsa, 2001-yilga kelib bu ko'rsatkich 21 % bo'lgan.

Aytilgan dasturlarni amalga oshirish kambag'allik muammosini to'la hal etmasada, uni bir oz yumshatadi.

22.9. Ijtimoiy farovonlik

Bu iqtisodiyot ijtimoiyligining muhim jihati, hayot kechirishning umumiy shart-sharoiti va turmush tarzini bildiradi. Farovonlik iste'mol bilan cheklanmay, **hayot kechirishning naqadar qulayligini ham talab qiladi.** Birinchi navbatda hayot kechirishning xavfsizligi ta'minlanishi kerak. Hamma narsa yetarli bo'la turib turmush tahlikali bo'lsa, farovonlik ta'minlanmagan bo'ladi. Xavfsizlik degani hayot kechirishning inson uchun qo'rqinchli bo'lmasligi, ishlab daromad topish imkonining saqlanishi, kelajakka ishonchning paydo bo'lishi, ishsiz qolish va qashshoqlashuv xavfining bo'lmasligi yoki ozligi, ijtimoiy va ekologik sharoitning qoniqarli bo'lishini anglatadi. Kishilar o'rtasida totuvlik hukm surishi, nizolarning kam bo'lishi, bo'lgan taqdirda ham ularning tezda bartaraf etilishi ham farovonlikka hissa qo'shadi. Tahlikali ijtimoiy hodisalar jumlasiga uyushgan jinoyatchilik, terrorizm va ekstremizm kiradiki, ular qanchalik kam bo'lsa, hayot shunchalik osoyishta va farovon kechadi. Aholining sihat-salomatligi ham ijtimoiy farovonlikni tavsiflaydi. Bu kasalga chalinish, uning og'ir yoki yengil kechishi, uning davomiyligi, o'lim bilan tugallanish-tugallanmasligi, epidemiyalar, ularning oqibatlari, XXI asr vabosi SPIDning tarqalishi kabilardan

iborat. Sihat-salomatlik umumlashgan holda uzoq umr ko'rish bilan yakunlanadi. Salomatlik ko'rsatkichlari tarkibiga 1 yoshga qadar bolalarning emlanishi, bolalar orasida o'lim, bola tug'ish chog'idagi onalar o'limi, sil kasalidan davo topish, har 1000 kishiga hisoblangan shifokorlar soni, kasalxonalarda yotish o'rinlari, bola tug'ilishida malakali tibbiy xizmat ko'rsatishlar ham kiradi. Salomatlikka e'tibor sifatida jon boshiga sog'liqni saqlash xarajatlari miqdori, bularning YaIMdagi hissasi ham qaraladi.

Ijtimoiy farovonlikning muhim tomoni aholining savodxonlik darajasidir. Bu o'qish yoshidagilarning qancha qismi amalda o'qishini, har bir kishining o'rtacha necha yil ta'lim olishini, ishlaydiganlarning qanchasi savodxon bo'lishini bildiradi. Farovonlik ko'rsatkichi sifatida aholi jon boshiga ta'lim-tarbiya xarajatlari va ularning YaIMdagi hissasi ham olinadi. Mamlakatlarning moliyaviy imkoniyatlariga qarab bu ko'rsatkich jiddiy farqlanadi.

Ijtimoiy farovonlik kommunal xizmatlar ko'rsatkichlari bilan ham tavsiflanadi. Bular jumlasiga toza ichimlik suvi, gaz, elektroenergiya va kanalizatsiyadan foydalanish ham kiradi.

Farovonlikning ham iqtisodiy, ham ijtimoiy tomonlarini birgalikda olinganda **inson kamoloti indeksida ifoda etiladi.** Bunda jon boshiga YaIM miqdori, o'rtacha necha yil umr ko'rish, savodxonlik darajasi umumiy ko'rsatkich – indeks holiga keltiriladi va shunga qarab ulardagi farovonlikka baho beriladi. Masalan, 1998-yili dunyo mamlakatlari orasida Kanada kamolot indeksi bo'yicha birinchi o'rinni egallagan. 2007-yil esa bu Norvegiyaga nasib etdi. Kamolot-inson salohiyati, deb ham yuritiladi. Salohiyat darajasi bo'yicha dunyo mamlakatlari 4 guruhga bo'linadi:

1) Inson salohiyati eng yuqori.
2) Inson salohiyati yuqori.
3) Inson salohiyati o'rtacha.
4) Inson salohiyati past mamlakatlar.

Farovonlikning yuqori bo'lishi kishilar o'rtasidagi tengsizlik saqlangan holda hammaning to'q, tinch va xotirjam yashashini bildiradi. Farovonlik yuqori joyda u past bo'lgan yerga nisbatan ijtimoiy ahillik qaror topadi, ijtimoiy nizolar minimal darajaga keltiriladi, ijtimoiy to'qnashuvlarga o'rin qolmaydi. Bunday vaziyatda iqtisodiy o'sish uchun qulay ijtimoiy sharoit hosil bo'ladi.

Xulosalar

1. Bozor iqtisodiyotining ijtimoiyligi uning xalq farovonligini ta'minlashga qaratilishi bo'lib, buni bozor qonunlari taqozo etadi. Boy bo'lish taqiqlanmaganligidan farovon yashashga intilish paydo

bo‘ladi. Bozor tizimida foyda topib boy bo‘lishning asosiy sharti esa tovarlarni ko‘plab va sifatli chiqarib iste’molga yetkazib berish hisoblanadi. Shu sababli bozor mexanizmi farovonlikni ta’minlaydi. Biroq farovonlik iqtisodiyotning naqadar rivojlangan bo‘lishiga bog‘liqdir. Iqtisodiy farovonlikni aholi jon boshiga hisoblangan YaIM va iste’mol hajmi belgilaydi.

2. Aholining farovonligi uning daromadiga bog‘liq bo‘ladi. Bozor qonun-qoidalariga binoan ishlab topilgan daromad bozor daromadidir. Bu daromad mehnat daromadi (ish haqi), foyda, dividend, foiz kabilardan iborat. Nobozor daromadlari bu ishlab topilgan emas, balki taqsimlash vositasida ijtimoiy yordam shaklida beriladigan daromaddir. Bu davlatning nogironlar va boquvchisi bo‘lmaganlar uchun pensiyalari, turli nafaqalar, stipendiyalar, bir yo‘la berilgan yordam, natural transfertlar shaklidagi daromaddir. Bozor daromadlari taqsimot qonuniga binoan shakllanadi, ya’ni bunga ko‘ra iqtisodiyot ishtirokchilari o‘z resurslarini naqadar yaxshi ishlata bilishlariga qarab ularning daromadi yuzaga keladi. Bu daromadlarning bir qismi qayta taqsimlash natijasida nobozor daromadlariga aylanadi.

3. Iqtisodiy farovonlikni real daromad ko‘rsatadi, bu o‘z navbatida qo‘lga tekkan pul daromadi va pul birligining xarid qobiliyatiga bog‘liq bo‘ladi. Real daromad aholining turmush darajasini, ya’ni uning hayotiy ehtiyojlari naqadar qondirilganligini bildiradi. Turmush darajasi bir xil emas, balki differensiatsiyalashgan (farqlangan) bo‘ladi. Buni kishilarning ishlab pul topish qobiliyati har xil bo‘lishi, xonadonda ishlovchilarga to‘g‘ri keladigan boqimandalar soni, kishilar qo‘lidagi mulkining miqdori belgilaydi. Aholi jon boshiga hisoblangan real daromadining miqdoriga qarab 5 kvintel (guruh)ga ajratiladi, bular: o‘ta boylar, boylar, o‘rtahollar, kambag‘allar va o‘ta kambag‘allardan iborat.

4. Bozor tizimida daromadi tirikchilik minimumiga yetmagan aholi kambag‘al hisoblanadi. Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda kambag‘allar kamdan kam uchraydi. Bu yerda aholining asosiy qismi o‘rtahollardan iborat. Iqtisodiyoti zaif mamlakatlarda kambag‘allar ko‘p bo‘ladi. Doimiy kambag‘allik uzoq saqlanib qolsa, juz’iy kambag‘allik bir paydo bo‘lib, bir yo‘qolib turadi. Doimiy kambag‘allik saqlanib qolganidan uni qisqartirish choralari ko‘riladi, ya’ni bandlik oshiriladi, minimal ish haqi belgilab qo‘yiladi, ijtimoiy yordam tashkil etiladi, xayr-ehson ishlari uyushtiriladi, mehribonlik uylari ochiladi, chet elga borib ishlashga ko‘mak beriladi.

5. Iqtisodiyotning ijtimoiyligini ijtimoiy farovonlik ham bildiradiki, bu hayot kechirishning umumiy shart-sharoitidir. Bunga

yashashning xavfsizligi, kambag'allashuv xatarining ozligi, jinoyatchilik, terrorizm va ekstremizm xavfining bo'lmasligi, ijtimoiy tinch-totuvlik, sog'-salomat yashash imkoniyati, umrning uzunligi, kommunal xizmatlar bilan ta'minlanish kabilar kiradi. Iqtisodiy va ijtimoiy farovonlik birgalikda inson kamoloti indeksida ifodalanadi. Bu indeks iqtisodiyotning taraqqiyot darajasiga qarab yuqori bo'ladi. Biroq bu indeks ko'rsatkichi iqtisodiy darajaga mos tushmasligi ham mumkin, chunki bu iqtisodiy salohiyatdan tashqari ijtimoiy shart-sharoitning qandayligiga ham bog'liq bo'ladi.

Tayanch tushunchalar

Iqtisodiyotning ijtimoiy yo'nalishi; iqtisodiy farovonlik; bozor daromadlari; nobozor daromadlar; mehnatdan kelgan daromad; foyda; dividend; foiz; taqsimot qonuni; turmush darajasi; real daromad; tirikchilik qiymati; daromadlar differensiatsiyasi; aholining kvintel guruhlari; Lorens chizig'i; kambag'allik; kambag'allarga yordam.

XXIII bob. IQTISODIY SIYOSAT

23.1. Mikroiqtisodiy siyosat

Iqtisodiyotning qonun-qoidalariga amal qilish iqtisodiy siyosat orqali yuz beradi, chunki bularni anglagan holda iqtisodiyot rivojiga oid chora-tadbirlar ishlab chiqariladi va bular iqtisodiyotga ta'sir etmay qolmaydi. Iqtisodiy siyosat o'zi nima?

Iqtisodiy siyosat – bu iqtisodiyot subyektlarining o'z faoliyatiga oid yo'l-yo'riqlari va sa'y-harakatlari majmuasidir.

Har bir iqtisodiyot ishtirokchisining bu xonadonmi firma yoki davlatligidan qat'iy nazar o'z manfaatlari bor. Bu manfaatlar amaliyotda aniq maqsad shakliga kiradi, iqtisodiy siyosat esa uni amalga oshirishga qaratiladi. **Xonadonning maqsadi** o'z iste'molini maksimumlashtirish va kelajakni ta'minlash uchun jamg'arma hosil qilishdir. **Firmaning maqsadi** esa foydani maksimumlashtirish va iqtisodiy jihatdan barqarorligini ta'minlashdir. **Davlatning maqsadi** esa, milliy iqtisodiyotning barqaror o'sishini va shu asosda xalq faravonligini ta'minlashdan iborat. Maqsadlar kabi ularni amalga oshirish vositalari ham farqlanadi va bu iqtisodiy siyosatda hisobga olinadi. Hatto bir toifadagi subyektlarning ham maqsadi bir xil emas, chunki ularning iqtisodiy maqomi farqlanadi. Masalan, boy, o'rtahol va kambag'al xonadonlar, kichik, o'rta va yirik firmalarning muayyan davrdagi aniq maqsadlari bir xil emas, ular individuallashgan, chunki ularning o'zi mustaqil va g'oyat ko'pchilikni tashkil etadi.

Iqtisodiy siyosat 3 darajada bo'ladi, bular mikro, makro va mega (xalqaro) siyosatdir.

Mikrosiyosat xonadon va firmalar siyosati hisoblanadi. Bu g'oyat individuallashgan bo'ladi, bunga yaxlitlik xos emas. Xonadon siyosati uning asosiy faoliyati iste'molga va jamg'arishga oid bo'ladi. Bu siyosat tanlov tamoyiliga asoslanadi. Xonadon o'zining individual yo'lini tutadi, lekin uning siyosati obyektiv sharoitga moslashishi zarur, chunki ayrim xonadon obyektiv iqtisodiy muhitni o'zgartirishga qodir emas, uni hisobga olishdan boshqa iloji yo'q. Ayni paytda uning siyosatida subyektiv jihat ham bor, chunki har bir xonadon o'zi bilgan yo'ldan qolmaydi. Xonadon siyosatining maqsadi yaxshi yashash bo'lganidan, u bunga erishishning eng ma'qul yo'lini belgilab oladi. Bu yo'ldagi birinchi ish – bu ko'p **pul topish** bo'lsa, ikkinchisi **pulni oqilona sarflash** bo'ladi. Oddiy mehnatkash xonadonining asosiy resursi ish kuchi bo'lganidan uni yaxshiroq pulga sotish, ya'ni yaxshi ish haqi beradigan joyga o'r-

nashib olish uning siyosatining asosiy yo'nalishi hisoblanadi, chunki pul topishning birlamchi sharti bandlikdir. Xonadon siyosatining boshqa bir yo'nalishi o'z daromadini to'g'ri sarflash siyosati, ya'ni xarajatlar siyosatidir. Bu siyosat eng avval daromadning qanday qismi joriy iste'molga yuborilishini belgilaydi, so'ngra esa xarid uchun ajratilgan pulga tovarlarning eng ma'qul to'plamini tanlab olishni mo'ljallaydi, tanlov esa tovarlarning narxi va nafliligidan kelib chiqqan holda ularni shunday kombinatsiyada (nisbatda) olishga qaratiladiki, bu uning xarid qobiliyati doirasida ehtiyojlarini maksimal qondirishi kerak bo'ladi.

Xonadonning jamg'arish siyosati uning daromad topish imkoniyati, daromadning bir qismini jamlab puldan pul chiqarish imkoniyatidan kelib chiqadi, jamg'arishning muqobil usullarini tanlashni ko'zlaydi. Jamg'ariladigan pul moliyaviy yoki moddiy aktivlarga aylantiriladi. Xonadon siyosatida pulga aksiya, obligatsiya sotib olish, uni bankka qo'yish, qarzga berish yoki to'g'ridan to'g'ri biznesga joylashtirishni oldindan belgilab olinadi. U pulini investitsiyalaganda birinchidan, pulni inflatsiyadan asrab, jamg'arma qadr-qiymatini saqlab qolishni, ikkinchidan, uning ko'payib qo'shimcha daromad keltirishini ko'zlaydi.

Oddiy xonadondan farqliroq boy-badavlat xonadon siyosati yollanib ishlashdan emas, balki biznesdan pul topishni ko'zlaydi, chunki uning ish kuchidan boshqa individual kapitali ham bor. Bunga biznes turini erkin tanlash orqali erishiladi.

Firmalar siyosati o'z maqsadini aniq belgilash va unga erishish yo'llari va vositalarini tanlashdan iborat. Bu siyosat maqsadi foydani maksimumlashtirishni, bunga erishib bo'lmaganda firma barqarorligini ta'minlab, uni saqlab qolish va bir maromda rivojlantirishni mo'ljallaydi.

Firma siyosati faoliyatning turli sohalariga taalluqli bo'ladi.

Firmaning ishlab chiqarish siyosati nimani, qancha va qanday davrda ishlab chiqarishni belgilaydi. Firmaning o'z maqsadiga etishi ishlab chiqarish hajmiga bog'liq, chunki har qanday ko'lamda ishlab chiqarish foydali bo'lavermaydi. Shu sababli firma ishlab chiqarishning shunday hajmini tanlab oladiki, bunda foyda maksimumlashishi kerak bo'ladi. Buning uchun firma ishlab chiqarishni modernizatsiyalab, bozorga yangi tovarlar va xizmatlarni taklif etish yo'lidan boradi.

Firmaning tijorat siyosati tovarlarning qanday miqdorda va qaysi bozorlarda sotilishini, ularning kreditga berilishini, eksport miqdori va tarkibini belgilaydi, savdo-sotiqda raqobatchilar va partnyorlar bilan qanday munosabatda bo'lish yo'lini aniqdaydi.

Firmaning narx siyosati bozorga qanday narx bilan chiqishni, narxning bozor sharoitiga qarab qanday o‘zgartirilishini, narxlardan siylov berish tartibi kabilarni mo‘ljallaydi.

Firmaning moliya siyosati soliqlarni to‘lash tartibini, soliqlardan imtiyoz va davlatdan subsidiya olish yo‘llarini, kredit olish, uni qaytarish, foiz to‘lashga oid ishlarni, foydani taqsimlab, uni samarali ishlatish choralarini, aksiya chiqarib sotish, o‘zga firmalar aksiyasini, davlat obligatsiyalarini sotib olishga oid yo‘l-yo‘riqlardan iborat bo‘ladi.

Firmaning raqobat siyosati raqobatda ishtirok etish yoki etmaslik raqobat yuz berganda, uning usullaridan qaysi birini qo‘llash, qanday vositalarni ishga solishga qaratiladi.

Vaziyatga qarab siyosatning u yoki bu yo‘nalishiga ustuvorlik beriladi. Firma siyosati qisqa va uzoq davrga mo‘ljallanadi, chunki shu davrlarda turli maqsadlar olg‘a surilib, ularga erishishning muqobil vositalari tanlab olinadi. Firma siyosati, birinchidan, **bozordagi vaziyatga**, ikkinchidan, **davlatning siyosatiga** moslashib borishni bildiradi. Firma siyosati ham individuallashgan, biroq siyosatning umumiy tamoyillari borki, ularga firmalar o‘z maqsadidan kelib chiqqan holda va bilganicha rioya etishadi.

Firma o‘z siyosatini belgilashda obyektiv axborotga tayanadiki, bu ichki va tashqi axborotlardan iboratdir. Ichki axborot firmaning o‘zidagi holatni, tashqi axborot esa tashqi muhitdagi holatni tavsiflaydi.

Firmalar siyosatini agar ular korporatsiyalar (aksioner jamiyatlar) bo‘lsa, oliy boshqaruv organlari (direktorlar kengashi, aksionerlar majlisi) ishlab chiqadi, uni amalga oshirish ishini menejerlar bajaradi. Firma oddiy korxona bo‘lsa, uning siyosatini egasining o‘zi yoki uning nomidan menejerlar amalga oshiradi. Firmaning siyosatiga qarab uning ishi rejalashtiriladi. Shu maqsadda firma strategiyasi ishlab chiqilib, unda firma siyosati aniq chora-tadbirlar shakliga ega bo‘ladi. Firma siyosatining naqadar o‘rinli ekanligini uning monitoringi (baho berish) orqali aniqlanadi.

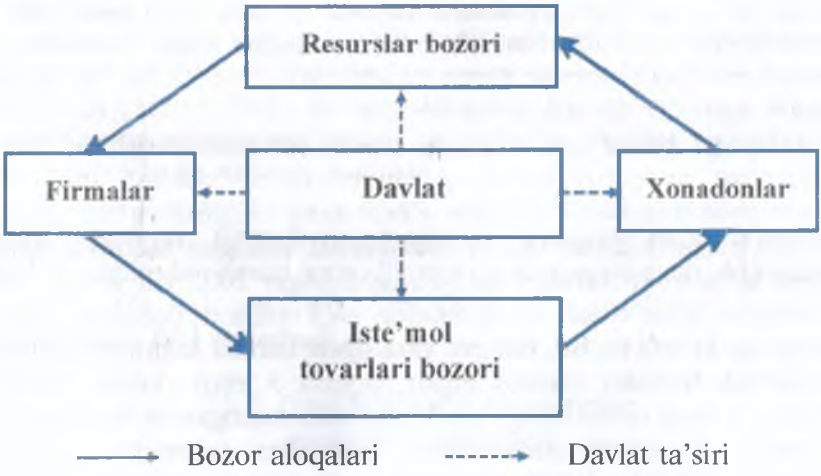
23.2. Davlatning iqtisodiyotdagi roli

Har bir mamlakatning milliy manfaati bo‘lib, buni davlat ifodalaydi. Davlat esa fuqarolik jamiyatining umummilliy siyosiy instituti bo‘lib, uning asosiy funksiyasi shu jamiyatni boshqarishdir. Jamiyatdagi turli manfaatlarni uyg‘unlashtirib, ularni yagona milliy manfaatga birlashtiruvchi kuch ham davlat hisoblanadi, chunki boshqa siyosiy institutlar, chunonchi partiyalar, jamoat tashkilotlari

va uyushmalari faqat ularda birlashgan kishilar manfaatini ifoda etadiki, bu esa guruhiy, ya'ni korporativ manfaatlardir.

Davlatning iqtisodiyotga aralashuvi ikki yo'nalishda kechadi. **Birinchidan,** iqtisodiyotning davlat sektorini hosil qiluvchi korxona va tashkilotlar milliy iqtisodiyotning bir bo'g'ini sifatida tovar va xizmatlar yaratib bozor munosabatlarida ishtirok etadi. **Ikkinchidan,** davlat umumiy manfaatlarni ifodalovchi kuch sifatida milliy iqtisodiyotni tartiblashda ishtirok etadi.

Davlatning turli idora va tashkilotlari iste'molchi sifatida bozordan resurslar va iste'mol tovarlarini sotib olganda xaridor sifatida bozor aloqalarida ishtirok etadi. Davlat firmalari bozorga o'z tovar va xizmatlarini taklif etadi va bozordagi resurslarga talab bildiradi. Har ikki holatda davlat iqtisodiyotning el qatori subyekti vazifasini o'taydi. Biroq davlat bozorga nisbatan **tashqi kuch** sifatida ham maydonga chiqib, butun iqtisodiyotni tartiblashda ishtirok etadi. Bunda davlat jamiyat nomidan ish ko'radi. Davlat firmalar va xonadonlar o'rtasida turib ularning aloqalarini tartibga soladi (23.1-rasm).



23.1-rasm. **Davlatning bozor aloqalariga ta'siri**

Davlatning iste'moli uning buyurtmalari orqali talabni oshirib, firmalar uchun bozor yaratib beradi.

Davlatning xonadonlarga beradigan pul transfertlari ularning xarid qobiliyatini oshiradi, bu esa o'z navbatida talabni oshirib, firmalar bozorini kengaytiradi. Davlat sektorining korxonalari o'z tovar va xizmatlarini bozorga chiqarib u yerdagi taklifni oshiradilar.

Davlat sektori hamma uchun zarur, lekin rentabelligi pastligidan firmalar qo'l urmaydigan tovar va xizmatlarni yaratadi. Aksariyat hollarda davlat sektori ishlab chiqarish infratuzilmasi, chunonchi, yoqilg'i-energetika, transport, yo'l xo'jaligi, suv xo'jaligi, aloqa kabi sohalarni qamrab oladi. Ularning tovar va xizmatlari esa milliy iqtisodiyotning rivoji uchun suvdek zarur bo'ladi, shu sababli mazkur sohalar xarajatini davlat o'z zimmasiga olib iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi.

Davlat ko'rsatadigan ijtimoiy xizmatlar bepul bo'lganidan ulardan hamma bahramand bo'ladi. Ularni iste'mol qilish firmalar va xonadonlarni bir qator ijtimoiy sarflardan ozod qiladi, bu bilan inson omilining rivojini ta'minlab, iqtisodiy o'sishga sharoit hozirlaydi.

Davlat ham iqtisodiyot subyekti, lekin bu oddiy subyekt emas, balki butun **iqtisodiyotni tartiblab turuvchi subyektdir.** Milliy iqtisodiyotni tartiblab turishda faqat bozor kuchlari emas, balki davlat ham qatnashadi. Boshqa subyektlar, masalan, firmalar faqat o'z faoliyatini tor doirada, ya'ni korxona doirasida tartiblay oladilar. Makroiqtisodiy darajada turli subyektlar faoliyatini bozor mexanizmi bir-biriga muvofiqlashtirib tursada, u vaqti-vaqti bilan layoqatsiz bo'lib turadi (biz buni oldin ko'rib chiqqan edik). Shu sababli iqtisodiyotni tartiblashda davlat faol ishtirok etadi, lekin bu bozor qonun-qoidalari doirasida yuz beradi.

Hozirgi bozor iqtisodiyotini davlat tartiblab turishini faqat bozorning layoqatsiz bo'lib qolishi bilangina izohlash mumkin emas, chunki iqtisodiy aloqalar g'oyat keng miqyosli va murakkab bo'lib, bozor kuchlari hatto mukammal ishlagan taqdirda ham ularni to'la-to'kis tartibga sola olmaydi. Agar 2002-yili yer yuzida yaratilgan jami tovar va xizmatlar 46,9 trillion dollarlik (narx paritetiga ko'ra) bo'lsa, bularni yaratishda barcha kontinentlardagi millionlab firmalar ishtirok etgan, deyarli 3 mlrd kishi mehnat qilgan. Hozirgi ishlab chiqarish chuqur ixtisoslashgan bo'lib tovar va xizmatlar ko'pchilik mehnatining mahsuliga aylanadi, ularning turlari ko'payadi. Iste'molga tayyor tovarlarni yaratishda keng qamrovli iqtisodiy aloqalar talab qilinadi, korxonalar bir-biriga resurslar, butlovchi qismlar va hatto detallar yetkazib beradi. Ishlab chiqarishda texnikaviy murakkab tovarlar hissasining ortib borishi aytilgan aloqalarning muntazam bo'lishini talab qiladiki, bu iqtisodiyotning globallashuvi jarayonida yanada kuchayadi. Korxonalarning tashqi iqtisodiy aloqalari ahamiyati g'oyat oshadi va bularni o'rnatishda davlatning ishtiroki talab qilinadi.

Iqtisodiy aloqalarning globalizatsiya darajasiga chiqishi davlatning iqtisodiy rolini oshirsa, korxonalarda bozorga qarab o'z faoliyatini o'zi tartiblashga intilishi bu rolni cheklaydi.

Fan-texnika taraqqiyotda korxonalarni mikrodarajada boshqarishning eng mukammal vositalarini yaratdi. Bunga misol qilib boshqarishning kompyuterlashuvini, korxonalarning global axborotlar tarmog'iga chiqishini olish mumkin. Buning natijasida korxonalar bozor haqida atroflicha axborotga ega bo'ladilar, bundan foydalanib bozorni prognoz qiladilar, o'z faoliyatini o'zi tartiblash imkoni kengayib boradi.

Xullas, davlatning rolini ziddiy omillar belgilaydi. Iqtisodiy aloqalarning global tus olishi davlatning rolini kuchaytirsa, o'zini-o'zi tartiblash imkoni bu rolni cheklab turadi. Shu sababli davlatning iqtisodiyotga aralashuvi me'yorida bo'lishi talab qilinadi.

Davlatning iqtisodiyotga aralashuv me'yori shundan iboratki, davlatning faoliyati bozor mexanizmining ishlashiga xalaqit bermasligi, aksincha, bunga sharoit yaratib berishi kerak, zarur bo'lganda bu mexanizm ishini to'ldirib turishi ham talab qilinadi. Davlat bozorning o'zi yaratadigan tartibsizlikni oldini olishi, uni cheklashi ham kerak.

Hozirgi bozor iqtisodiyotida tartiblashning bozor mexanizmi bilan davlat mexanizmi birgalikda amal qiladi. Biroq ularning nisbati sharoitga qarab turlicha bo'ladi. Masalan, Italiya, Avstriya, Fransiya, Shvetsiyada davlatning roli kuchli bo'lsa, AQSh, Yaponiya va Germaniyada bu nisbatan kuchsiz.

Davlatning tartiblovchi rolini iqtisodiyotning umumiy holati ham belgilaydi. Iqtisodiyot o'sayotgan paytlarda bozor kuchlari ishlab turganidan davlat iqtisodiyotga kamroq aralashadi. Aksincha, iqtisodiyotda fluktluatsiya kechganda davlat iqtisodiyotni o'nglash uchun unga faol aralashadi.

23.3. Davlat iqtisodiy siyosatining maqsadi va vositalari

Davlat iqtisodiyotga o'z siyosati bilan ta'sir etadi.

Davlatning siyosati — bu makroiqtisodiy siyosat bo'lib, uning muayyan mamlakatning milliy iqtisodiga taalluqli yo'l-yo'riqlari va ulardan kelib chiqadigan sa'y-harakatlaridan iboratdir.

Davlatning siyosati har doim milliy bo'ladi, mamlakat rivojining ichki va tashqi sharoitini hisobga oladi. Siyosatda eng avval mamlakat iqtisodiyotining holati, xalqaro iqtisodiy konyunkturaning milliy iqtisodiyotga nechog'liq ta'sir etishi, unda kutilayotgan

o‘zgarishlar mamlakat zimmasiga olgan xalqaro majburiyatning qandayligi mamlakat iqtisodiyotining resurslar bilan ta’minlanish darajasidan kelib chiqadi, ilgari amalga oshirilgan chora-tadbirlar bergan natija ham hisobga olinadi. Davlat siyosati davlat rahbarlarining erk-irodasi va qat’iyatligiga va yetilgan iqtisodiy muammolarni naqadar idrok etishlariga ham bog‘liq bo‘ladi.

Davlatning siyosati ma’lum maqsadlarni ko‘zlaydi. Bulardan asosiylari quyidagilar:

1. **Barqaror iqtisodiy o‘sishni ta’minlash**. Bu yalpi ichki mahsulotning bir maromda va yetarli sur’atlar bilan o‘sishiga sharoit hozirlashni bildiradi, chunki YaIM qanchalik tez o‘ssa, mamlakat iqtisodiy qudrati shunchalik oshadi.

2. **Milliy iqtisodiyotning mustaqilligini ta’minlash**, uni chet elga qaram bo‘lishiga yo‘l qo‘ymaslik. Iqtisodiyot qanchalik mustaqil bo‘lsa, milliy manfaatlarga shunchalik ko‘proq xizmat qiladi.

3. **Iqtisodiy xavfsizlikni ta’minlash.** Bu iqtisodiy oborotning uzluksizligini, ya’ni takror ishlab chiqarishning to‘xtovsiz davom etishini, iqtisodiy falajlikka yo‘l qo‘yilmasligini bildiradi.

4. **Milliy pul qadr-qiymatining barqarorlignni ta’minlash**, mamlakatdagi pul muomalasining me’yorida borishiga erishish, pulni iqtisodiy aloqalarning muntazam ishlab turuvchi vositasiga aylantirish.

5. **Aholi turmush farovonligini muttasil oshirib**, iqtisodiyotning ijtimoiyligini to‘laroq yuzaga chiqarishga ko‘maklashish.

6. **Milliy iqtisodiyotni xalqaro integratsion jarayonlar va globalizatsiyada** faol ishtirok etib, xalqaro iqtisodiyotda o‘z o‘rnini topishi, baynalmilal iqtisodiy munosabatlarning teng huquqli ishtirokchisiga aylanishiga erishish.

7. **Milliy iqtisodiyotning istiqbolini ta’minlash,** ya’ni uni uzoq kelajakda o‘sib borishiga sharoit hozirlash.

Bular iqtisodiy siyosatning strategik, ya’ni uzoq davrga mo‘ljallangan maqsadi hisoblanadi. Biroq uning qisqa vaqtdagi taktik, ya’ni juz’iy maqsadlari ham bor. Bular jumlasiga iqtisodiy tanglikdan chiqib ketish, narxlarning barqarorligini ta’minlash, investitsion faollikni rag‘batlantirish, eksport salohiyatini oshirish, novatsiyalarni ta’minlash, yangi tashqi bozorlarga kirib borish kabilar kiradi. Juz’iy maqsadlar strategik maqsadlardan kelib chiqadi va ularga xizmat qiladi.

Davlat siyosati belgilagan maqsadlarga quyidagi vositalar bilan erishiladi. Birinchisi, **iqtisodiy vositalar** bo‘lib, bular jumlasiga soliqlar, subsidiyalar, litsenziyalar, eksport kvotalari, uchyot stav-

kalari, davlat buyurtmalari, davlat investitsiyalari, transfertlar, turli iqtisodiy sanksiyalar (jazolash vositalari) kabilar kiradi.

Ikkinchisi, **yuridik vositalar.** Bu iqtisodiy faoliyat tartibi va qoidalarini, uning davlat tomonidan rag'batlantirilishini belgilab beruvchi qonunlarni, ularga mos ravishdagi qonun osti hujjatlarni ishlab chiqish, ularni qabul qilish va joriy etishdan iborat.

Qonunchilik iqtisodiyotning **huquqiy asoslarini** belgilab beradi, bular esa bozor iqtisodiyotining obyektiv iqtisodiy qonunlari talabidan kelib chiqishi zarur. Iqtisodiyotga oid yuridik qonunlarni parlament qabul qiladi. Hukumat esa ularning amalga oshirilishini ta'minlaydigan qarorlar va farmoyishlarni ishlab chiqadi. Tegishli davlat idoralari qonunlarning amalga oshirilishini nazoratga oladi.

Uchinchisi, **siyosiy-ma'muriy** vositalar. Davlat hokimiyat sohibi bo'lganidan o'z siyosatiga rioya etilishini o'z organlari kuchi bilan ta'minlaydi. Davlat oliy siyosiy institut hisoblanar ekan, uning qarorlari va buyruqlariga hamma itoat etishi kerak bo'ladi. Ma'muriy usul yordamchi usul hisoblanadi, u bozor tizimida yaxshi natija bermaganidan cheklangan holda qo'llaniladi.

23.4. Davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo'nalishlari

Iqtisodiyot yaxlit bo'lar ekan iqtisodiy siyosat ham yagonadir. Lekin davlat siyosatining aniq yo'nalishlari mavjud.

Monetar siyosat – bu davlatning pul-kredit siyosati bo'lib, pul muomalasini tartiblash, tovar va pul massasi o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash, iqtisodiyotdagi pul oqimlarini boshqarib turish siyosati hisoblanadi. Uning maqsadi narxlarni va shunga ko'ra milliy pul birligi xarid qurbini, uning valuta kursini barqarorlashtirish, oxir-oqiba da pulga talab bilan uning taklifini muvozanatlashtirishdan iborat bo'ladi.

Monetar siyosatning 3 ta asosiy jihati bor:

1. Qayta moliyalashtirish yoki uchyot siyosati. Bunda davlat nomidan markaziy banklar uchyot stavkasini o'zgartiradi. Stavka oshganda pul qimmatlashib, unga talab qisqaradi. U pasaytirilganda pul arzonlashib, unga talab oshadi.

Bu ayni paytda kreditning arzon yoki qimmat bo'lishini bildiradi. Bu esa iqtisodiyotga kredit hisobidan yuboriladigan investitsiyalarni o'zgartirib, uning o'sishiga ta'sir etadi.

Masalan, Yevropa mamlakatlarida qayta moliyalashtirish stavkasi 2001-yil oxirida 1,7 % bo'lsa, 2013-yil oxirida bu 0,7 %ga tushdi. Bu bilan kredit arzonlashtirildi, chunki kommersiya banklari

shunga qarab kredit uchun undiriladigan foiz stavkalarini belgiladilar.

2. Ochiq bozorda operatsiyalar o'tkazish siyosati. Bu davlat obligatsiyalarini chiqarib firmalar, banklar va aholiga, chet elga sotish va vaqti kelganda ularni qaytadan sotib olishni bildiradi. Bu obligatsiyalarni olish qulay bo'ladi, chunki ularga qat'iy belgilangan foizni davlat to'laydi, bu bilan ularning daromadliligi kafolatlanadi. Davlat obligatsiyalari sotilganda pul ularga bog'lanib qoladi, natijada uning muomaladagi miqdori qisqaradi. Aksincha, ular qaytadan sotib olinganda pul ulardan bo'shab muomalaga keladi, u yerdagi pul miqdori ko'payadi. Demak, bu usul bilan ham pul miqdori tartiblanadi.

3. Majburiy rezerv siyosati. Bu siyosatga binoan markaziy banklar boshqa banklar uchun kredit resursining majburiy rezervini kiritadi. Bu tartibga ko'ra banklar kreditga beriladigan pulning bir qismini markaziy banklar ixtiyoriga beradi. Bu rezerv oshsa, kredit puli qisqaradi, agar u kamaysa, bu pul ko'payadi. Masalan, mamlakatda jami kredit resurslari 80 mlrd dollar. Shundan 10 % rezervga o'tkazilsa, kredit uchun 72 mlrd doll pul qoladi. Bordi-yu bu rezerv 15 foizga chiqarilsa, kreditga 68 mlrd dolllar qoladi. Bu bilan kreditga mo'ljallangan pulning taklifi oshadi yoki qisqaradi. Shunga qarab kredit olish goh oshib, goh qisqarib turadi. Monetar siyosatning aytilgan yo'nalishlari shuni ko'rsatadiki, unda turli iqtisodiy vositalar qo'llaniladi.

Monetar siyosat 2 xil bo'ladi:

1. Qattiq siyosat. Bunda pul massasi qisqartiriladi, uning emissiya (pul chiqarish) hisobidan o'sishi qat'iy chegaralanadi. Natijada pul massasi qisqarib, tovar massasiga tenglashadi. Pulning qisqarishi talabni kamaytiradi, narxlar esa o'smaydi, pul birligining xarid qurbi barqarorlashadi. Pul topishga intilish iqtisodiyotning jonlanishiga olib keladi. Bunday siyosat biz ilgari ko'rganimizdek, odatda iqtisodiyotni tanglikdan chiqarish yoki inflatsiyani jadal bostirish uchun qo'llaniladi.

2. Yumshoq siyosat. Bunda davlat pul massasining ortishiga to'sqinlik qilmaydi, pul emissiyasi hadeb cheklanavermaydi, natijada pul ko'payib, uning arzonlashuvi yuz beradi. Yumshoq siyosat iqtisodiyot o'sish pallasida bo'lganda ko'proq qo'llaniladi, chunki pul massasining o'sishiga qarab tovarlar massasi ham o'sadi. Bunda tovar-pul muvozanati pulni qisqartirish hisobidan emas, balki tovarlarning ko'payishi tufayli ta'minlanib turiladi.

Fiskal siyosat. Bu davlatning soliq-budjet siyosatidir, unga binoan soliqlar belgilanadi, budjet mablag'lari aniq maqsadlar yo'-

lida ishlatiladi. **Soliq siyosati** soliqlar vositasida budjetga pul to'plashga qaratiladi. Unga binoan soliq turlari aniqlanadi, soliq stavkalari, soliq solinadigan obyektlar, soliq imtiyozlari, soliq undirish tartibi belgilanadi.

Soliqlar davlatning iqtisodiyotga ta'sir etishida qo'llaniladigan **asosiy vositadir**. «Soliq tizimi nafaqat soliqlarni undirish, balki birinchi galda, rag'batlantirish xususiyatiga ega bo'lishi lozim»[15].

Iqtisodiyotni rag'batlantirish zarur bo'lganda soliqlardan imtiyozlar beriladi. Bunda soliq kamaytiriladi, soliqni undirish muhlati cho'ziladi yoki umuman soliq undirilmaydi. Natijada firmalarga tegadigan foyda ko'payadi, ular foydani reinvestitsiya qiladi, ya'ni qaytadan ishlab chiqarishni o'stirishga yuboradi. Ishlab chiqarish qizib ketganda uning o'sishini sekinlashtirish zarur bo'lsa soliqlar oshiriladi. Bu usul kapitalning eski tarmoqlardan chiqib yangi istiqbolli tarmoqlarga ko'chib o'tishiga ham yordam beradi, chunki eski joydagi yuqori soliq xarajatni oshirib, foydani kamaytirib yuboradi, yangi joydagi soliqning kamligi foydani oshiradi.

Fiskal siyosatda iqtisodiyotni barqarorlashtirish va o'stirish uchun ikki xil yo'ldan boriladi:

1.Ilgari kiritilgan va hozir amalda bo'lgan **iqtisodiy stabilizatorlarni** – vositalarni qo'llashni davom ettirish. Davlat qonun yo'li bilan shunday tartibni o'rnatadiki, unga binoan moliya normativlari (me'yorlari) joriy etiladi. Bular sharoit o'zgarishiga qarab avtomatik ravishda amal qilaveradi. Bular jumlasiga soliq stavkalarini, ishsizlik nafaqasi miqdori, daromadlarning inflatsiyaga qarab indeksatsiya qilinishi, ijtimoiy yordam ko'rsatish normativlarini kiritish mumkin. Masalan, daromad solig'i daromad miqdoriga nisbatan 15 % qilib belgilansa, daromad ko'payishi bilan uning miqdori ham avtomatik ravishda oshadi. Daromadlarni 20 % indeksatsiyalash tartibi o'rnatilgan bo'lsa, narx oshgan taqdirda shu 20 % darajada daromad ham ko'paytiriladi.

2. Sharoitga qarab yangi normativlarni kiritish yo'lidan borish, bu **diskretsion fiskal siyosat,** deb yuritiladi. Bu siyosat doirasida yangi soliq stavkalari joriy etiladi, yangi soliqlar kiritiladi, budjet mablag'larini sarflash normativlari o'zgartiriladi. Diskretsion siyosat o'zgargan sharoitga moslashish siyosatidir. Iqtisodiyot bir maromda o'sib borayotganda birinchi yo'l, u tanglikka yo'liqib, undan chiqish kerak bo'lganda ikkinchi, ya'ni diskretsion yo'l ustuvor bo'ladi.

---

[15] И.А.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. – Т.: Ўзбекистон, 2005, 89-бет.

shunga qarab kredit uchun undiriladigan foiz stavkalarini belgiladilar.

2. Ochiq bozorda operatsiyalar o'tkazish siyosati. Bu davlat obligatsiyalarini chiqarib firmalar, banklar va aholiga, chet elga sotish va vaqti kelganda ularni qaytadan sotib olishni bildiradi. Bu obligatsiyalarni olish qulay bo'ladi, chunki ularga qat'iy belgilangan foizni davlat to'laydi, bu bilan ularning daromadliligi kafolatlanadi. Davlat obligatsiyalari sotilganda pul ularga bog'lanib qoladi, natijada uning muomaladagi miqdori qisqaradi. Aksincha, ular qaytadan sotib olinganda pul ulardan bo'shab muomalaga keladi, u yerdagi pul miqdori ko'payadi. Demak, bu usul bilan ham pul miqdori tartiblanadi.

3. Majburiy rezerv siyosati. Bu siyosatga binoan markaziy banklar boshqa banklar uchun kredit resursining majburiy rezervini kiritadi. Bu tartibga ko'ra banklar kreditga beriladigan pulning bir qismini markaziy banklar ixtiyoriga beradi. Bu rezerv oshsa, kredit puli qisqaradi, agar u kamaysa, bu pul ko'payadi. Masalan, mamlakatda jami kredit resurslari 80 mlrd dollar. Shundan 10 % rezervga o'tkazilsa, kredit uchun 72 mlrd doll pul qoladi. Bordi-yu bu rezerv 15 foizga chiqarilsa, kreditga 68 mlrd dolllar qoladi. Bu bilan kreditga mo'ljallangan pulning taklifi oshadi yoki qisqaradi. Shunga qarab kredit olish goh oshib, goh qisqarib turadi. Monetar siyosatning aytilgan yo'nalishlari shuni ko'rsatadiki, unda turli iqtisodiy vositalar qo'llaniladi.

Monetar siyosat 2 xil bo'ladi:

1. Qattiq siyosat. Bunda pul massasi qisqartiriladi, uning emissiya (pul chiqarish) hisobidan o'sishi qat'iy chegaralanadi. Natijada pul massasi qisqarib, tovar massasiga tenglashadi. Pulning qisqarishi talabni kamaytiradi, narxlar esa o'smaydi, pul birligining xarid qurbi barqarorlashadi. Pul topishga intilish iqtisodiyotning jonlanishiga olib keladi. Bunday siyosat biz ilgari ko'rganimizdek, odatda iqtisodiyotni tanglikdan chiqarish yoki inflatsiyani jadal bostirish uchun qo'llaniladi.

2. Yumshoq siyosat. Bunda davlat pul massasining ortishiga to'sqinlik qilmaydi, pul emissiyasi hadeb cheklanavermaydi, natijada pul ko'payib, uning arzonlashuvi yuz beradi. Yumshoq siyosat iqtisodiyot o'sish pallasida bo'lganda ko'proq qo'llaniladi, chunki pul massasining o'sishiga qarab tovarlar massasi ham o'sadi. Bunda tovar-pul muvozanati pulni qisqartirish hisobidan emas, balki tovarlarning ko'payishi tufayli ta'minlanib turiladi.

Fiskal siyosat. Bu davlatning soliq-budjet siyosatidir, unga binoan soliqlar belgilanadi, budjet mablag'lari aniq maqsadlar yo'-

lida ishlatiladi. **Soliq siyosati** soliqlar vositasida budjetga pul to'plashga qaratiladi. Unga binoan soliq turlari aniqlanadi, soliq stavkalari, soliq solinadigan obyektlar, soliq imtiyozlari, soliq undirish tartibi belgilanadi.

Soliqlar davlatning iqtisodiyotga ta'sir etishida qo'llaniladigan **asosiy vositadir**. «Soliq tizimi nafaqat soliqlarni undirish, balki birinchi galda, rag'batlantirish xususiyatiga ega bo'lishi lozim»[15].

Iqtisodiyotni rag'batlantirish zarur bo'lganda soliqlardan imtiyozlar beriladi. Bunda soliq kamaytiriladi, soliqni undirish muhlati cho'ziladi yoki umuman soliq undirilmaydi. Natijada firmalarga tegadigan foyda ko'payadi, ular foydani reinvestitsiya qiladi, ya'ni qaytadan ishlab chiqarishni o'stirishga yuboradi. Ishlab chiqarish qizib ketganda uning o'sishini sekinlashtirish zarur bo'lsa soliqlar oshiriladi. Bu usul kapitalning eski tarmoqlardan chiqib yangi istiqbolli tarmoqlarga ko'chib o'tishiga ham yordam beradi, chunki eski joydagi yuqori soliq xarajatni oshirib, foydani kamaytirib yuboradi, yangi joydagi soliqning kamligi foydani oshiradi.

Fiskal siyosatda iqtisodiyotni barqarorlashtirish va o'stirish uchun ikki xil yo'ldan boriladi:

1.Ilgari kiritilgan va hozir amalda bo'lgan **iqtisodiy stabilizatorlarni** – vositalarni qo'llashni davom ettirish. Davlat qonun yo'li bilan shunday tartibni o'rnatadiki, unga binoan moliya normativlari (me'yorlari) joriy etiladi. Bular sharoit o'zgarishiga qarab avtomatik ravishda amal qilaveradi. Bular jumlasiga soliq stavkalarini, ishsizlik nafaqasi miqdori, daromadlarning inflatsiyaga qarab indeksatsiya qilinishi, ijtimoiy yordam ko'rsatish normativlarini kiritish mumkin. Masalan, daromad solig'i daromad miqdoriga nisbatan 15 % qilib belgilansa, daromad ko'payishi bilan uning miqdori ham avtomatik ravishda oshadi. Daromadlarni 20 % indeksatsiyalash tartibi o'rnatilgan bo'lsa, narx oshgan taqdirda shu 20 % darajada daromad ham ko'paytiriladi.

2. Sharoitga qarab yangi normativlarni kiritish yo'lidan borish, bu **diskretsion fiskal siyosat,** deb yuritiladi. Bu siyosat doirasida yangi soliq stavkalari joriy etiladi, yangi soliqlar kiritiladi, budjet mablag'larini sarflash normativlari o'zgartiriladi. Diskretsion siyosat o'zgargan sharoitga moslashish siyosatidir. Iqtisodiyot bir maromda o'sib borayotganda birinchi yo'l, u tanglikka yo'liqib, undan chiqish kerak bo'lganda ikkinchi, ya'ni diskretsion yo'l ustuvor bo'ladi.

---

[15] И.А.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. – Т.: Ўзбекистон, 2005, 89-бет.

Fiskal siyosat budjet orqali ham iqtisodiyotga ta'sir etadi. Budjet hisobidan davlat ishlab chiqarish infratuzilmasiga katta investitsiyalarni yuboradi, milliy iqtisodiyot uchun ahamiyatli ish (masalan, yangi texnologiyani yaratish) bilan shug'ullanuvchi korxonalarga subsidiya beriladi. Subsidiya moliyaviy yordam sifatida qaytarib olinmaydi, uning hisobidan xarajatlar qoplanib, foyda ko'payadi, bu bilan korxonalar rag'batlantiriladi.

Budjet siyosati ijtimoiy ne'matlarning yaratilishini kanda qilmay va kerakli miqdorda pul bilan ta'minlab turishga qaratiladi. Davlat budjeti balanslashgan bo'lishi, ya'ni daromadlarga qarab xarajatlar qilinishi zarur bo'ladi. Budjet siyosati shundan kelib chiqqan holda, budjet defitsitiga yo'l bermaslikni, defitsit yuz bergan taqdirda ham bu me'yorida bo'lishiga qaratiladi. Budjet siyosati davlatning ichki va tashqi qarzining ham me'yorida bo'lishini ta'minlashi zarur.

Fiskal siyosat 2 xil bo'ladi:

1. Faol fiskal siyosat. Bu qo'llanilganda diskretsion vositalar ishga solinadi, masalan, soliqlar kamaytiriladi, ulardan saylangan tarzda bo'lsa-da, siylovlar beriladi, budjetdan transfertlar berish ko'paytiriladi, firmalar subsidiyalar oladi. Bularning hammasi iqtisodiy faollikka olib keladi. Firmalar xarajati qisqarib foydasi ortadi, aholining transfertlar hisobidan xarid qobiliyati oshadi. Xullas, bu siyosat firmalar va xonadonlar talabini oshiradi. Mana,shunday yo'l ko'p hollarda iqtisodiyot qiyinchilikdan chiqib, o'zini o'nglab olishi uchun qo'llaniladi.

2. Nofaol fiskal siyosat. Bu siyosat moliyaviy stabilizatorlarni o'zgartirmay, ularni erkin ishlashiga yo'l berishga qaratiladi, chunki bozor mexanizmi yaxshi ishlab turgan bo'ladi. Iqtisodiyotning uzilishlarsiz yuksalib borishi tufayli moliya vositalarini o'zgartirishga hojat qolmaydi. Demak, bu siyosat iqtisodiy o'sish to'xtovsiz borayotgan kezlarda ish beradi.

Investitsiya siyosati. Bu investitsiya resurslarini shakllantirish va ularni kerakli sohalarga yuborilishini ta'minlashga qaratilgan siyosatdir. Bu siyosat investitsion faollikni oshirishga yoki kamaytirishga qaratiladi. Bu davlatning struktura (ishlab chiqarish tarkibini o'zgartirish) siyosati bilan bog'liq, bu esa ishlab chiqarishning eski sohalarini cheklab, yangi, masalan, eksportga mo'ljallangan sohalarini o'stirishni bildiradi.

Investitsiya siyosatiga ko'ra yangi istiqbolli sohalarga investitsiya qilingan foydadan umuman soliq olinmaydi yoki qisqartirilgan miqdorda olinadi. Yangi sohalardagi mol-mulkdan soliq olinmagan holda eski sohalardagi mol-mulkdan soliq ko'proq olinadi. Bu bilan

yangi sohalarning jadal o'sishi rag'batlantiriladi, eski sohalar esa rag'batlantirilmaydi.

Investitsiya siyosati texnika taraqqiyotini ham jadallashtiradi. Yangi texnologiyalarga pulni investitsiyalayotgan firmalarga subsidiyalar ajratiladi, soliqdan yengilliklar beriladi. Bu siyosat firmalarga tushadigan investitsiya yukini kamaytirishni ham ko'zlaydi. Shu maqsadda bir qator serkapital, binobarin katta investitsiyalarni talab qiluvchi va investitsiyalar o'zini tezda oqlamaydigan sohalarni moliyalashtirishni davlat o'z zimmasiga oladi. Bu bilan firmalar investitsiyasini serfoyda ishlarga yuborilishiga ko'mak beriladi.

Bozor qoidalariga binoan investitsiyalarni serfoyda sohalarga yuborilishi davom etadi. Biroq davlat xususiy investitsiyalarni umumiqtisodiy ahamiyatga molik sohalarga yuborilishini o'z qo'-lidagi moliya-kredit vositalari bilan rag'batlantiradi.

Agrar siyosat. Bu davlatning qishloq xo'jaligini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan siyosatidir. Mazkur siyosat qishloq xo'jaligining barqaror o'sishini, oziq-ovqat mustaqilligi va xavfsizligini ta'minlashni ko'zlaydi. Uning doirasida davlat qishloqdagi ishlab chiqarish infratuzilmasining (suv xo'jaligi, yo'l qurilishi, gaz va elektroenergiya ta'minotining) xarajatlarini qisman o'z zimmasiga oladi, davlat yerni ijaraga olib ishlatilishini, yerni garovga qo'yib kredit olishni huquqiy jihatdan ta'minlaydi. Agrar siyosatda (yer davlatniki bo'lgan joyda) davlatning xarid narxlari, davlat subsidiyalari kabi vositalar qo'llaniladi. Dehqonlarni qo'llab turish uchun yer solig'i yengil qilib belgilanadi.

Qishloq xo'jaligida rentabellik past bo'lganidan kapitalni u yerdan chiqib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun davlat fermerlarga subsidiya berib turadi, uning hisobidan xarajatlar qisman qoplanib fermerlar me'yordagi daromadga ega bo'lishadi va qishloq xo'jaligini tark etmaydilar. Fermerlarni rag'batlantirish uchun davlat qishloq xo'jaligi mahsulotini ularga ma'qul narxlarda sotib oladi. Davlat narxlari bozor narxlariga yaqin turadi, ularga binoan mahsulotni davlatga sotish fermerlar uchun qulay bo'ladi, chunki davlat xaridi mahsulotlarning sotilishini va kanda qilmay daromad olinishini kafolatlaydi.

Tashqi iqtisodiy siyosat. Bu davlatning o'zaro foydali tashqi aloqalarni rivojlantirish, mamlakat iqtisodiyotini jahon xo'jaligi bilan integratsiyalashuvini ta'minlashga qaratilgan siyosatidir. Bu siyosatning asosiy maqsadi milliy iqtisodiyotning **jahon xo'jaligidagi mavqeyini** mustahkamlashdir. Unga binoan eksport va import, chetga kapital chiqarish va chetdan kapital kiritish, ish kuchi migratsiyasiga doir tadbirlar amalga oshiriladi. Bu siyosatda bojxona

to‘lovlari, eksport-import litsenziyalari va kvotalari kabi vositalar qo‘llaniladi. Eksportni ko‘paytirish zarur bo‘lsa unga litsenziyalar (ruxsatnoma) beriladi, eksport kvotasi oshiriladi. Bordi-yu importni qisqartirish ma’qul bo‘lsa, uning kvotasi kamaytiriladi, import uchun boj to‘lovi oshiriladi, importga litsenziya berish chegaralanadi.

Davlat siyosati, **kapital chiqarish va kapital kiritish tartibi**ni ham belgilaydi. Kapital kiritish zarur bo‘lsa bu ish rag‘batlantiriladi. Kapital chiqishi ma’qul bo‘lsa davlat bunga sharoit yaratib beradi. Chet elga ish kuchini chiqarish uchun ham yordam beriladi. Bordi-yu mamlakatga arzon ish kuchi kerak bo‘lsa, uning chetdan oqib kelishi uchun migratsiya qoidalari (chegaradan o‘tish, yashash va ishlash uchun ruxsat olish va h.k.) yengillashtiriladi. Davlat siyosati xalqaro iqtisodiy tashkilotlar bilan hamkorlik qilishni ham mo‘ljallaydi.

Davlat iqtisodiy siyosatining samaradorligi uning monitoringi orqali aniqlanadi. Bunda iqtisodiy o‘sish sur’atlari, inflatsiya darajasi, eksport va import holati, tashqi qarz miqdori, budjet defitsiti kabi ko‘rsatkichlarga qarab iqtisodiy siyosat natijasi baholanadi.

Iqtisodiy siyosat doirasida davlatning turli dasturlari ishlab chiqiladi va amalga oshiriladi. Dasturlarda ko‘zlangan maqsad, amalga oshiriladigan chora-tadbirlar, ulardan kutiladigan natijalar, ularni moliyalashtirish manbalari aniqlanadi. Dasturlar milliy iqtisodiyot uchun ustuvor bo‘lgan muammolarni hal etishga qaratiladi. Bular jumlasiga tanglikdan chiqish, oziq-ovqat, energiya ta’minoti, texnologiyalarni yangilash, infratuzilmalarni rivojlantirish, eksport salohiyatini oshirish, qoloq hududlarni rivojlantirish kabi dasturlar kiradi.

Dasturlarda belgilangan muammolarning hal etilishi iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishga turtki beradi.

23.5. Global iqtisodiy siyosat

Bu xalqaro siyosat bo‘lib, iqtisodiy resurslar, yaratilgan tovar va xizmatlarni dunyo mamlakatlari o‘rtasida taqsimlab, ulardan samarali foydalanishni maqsad qilib qo‘yadi. Bu siyosatda chetga kapitalni investitsiya sifatida chiqarib, uni kerakli serfoyda sohalarga joylashtirish uchun o‘zaro kelishilgan soliqlar, bank foizlari, boj to‘lovlari, kvotalar kabi vositalar ishlatiladi. Tovarlarning qimmatlashib ketishiga yo‘l bermaslik uchun ularga eksport qilingan chog‘idagi soliqlar qo‘yish bilan cheklanib, ular importiga soliq belgilanmaydi yoki g‘oyat oz belgilanadi. Bu **ikkiyoqlama soliqqa**

tortishni bartaraf etish deb yuritiladi. Masalan, qo'shilgan qiymat solig'i yoki aksiz soliqlari tovarlar chiqarilgan joyda undirilib, tovarlar import qilingan yerda olinmaydi. O'zaro kelishuvlar asosida import qilingan texnologiya ham soliqdan ozod qilinadi. Xalqaro savdo-sotiqda yengillashtirilgan bojxona to'lovlari qo'llaniladi, bu to'lovlar o'zaro kelishilgan bo'ladi. Masalan, Xalqaro savdo tashkiloti a'zolari o'zaro savdo qilganda boj to'lovlari tovar qiymatining 10 foizidan oshmasligi kerak. Bu tashkilotga a'zo bo'lmagan mamlakatlar bilan savdo-sotiq qilinganda oshirilgan boj to'lovlari qo'llaniladi. Xalqaro kredit berish tartibi ham birgalikda belgilanadi. Bunga ko'ra kredit kvotalari, kredit muddati va kredit uchun foiz o'rnatiladi. Xalqaro kreditda kelishilgan foiz stavkasi **libor,** deb yuritiladi. Liborni yirik London banklari o'rnatadi, boshqa xalqaro banklar shunga qarab o'z foizlarini belgilaydilar. Masalan, 2003-yil uchun libor 1,4 % qilib belgilandi. Boshqa banklar bundan bir oz yuqori bo'lgan foizlar bilan kredit ajratishdi. Xalqaro kredit siyosatini yirik kreditor – qarz beruvchi mamlakatlar banklari hukumat ishtirokida amalga oshiradilar. Bular Parij va London qarz beruvchilar klubini tashkil etadi. Bu kredit siyosati kimga va qanchadan qarz berishni, qaysi qarzlarni kechib yuborishni, qaysi qarzlarni to'lash muddatini cho'zishni belgilab beradi.

Yirik xalqaro korporatsiyalar davlat ishtirokida eksport va import kvotalari o'rnatadilar. Bularga binoan qayerga qancha tovarni eksport qilish, qayerdan qancha tovarni import qilish, eksport-import tartibi aniqlab beriladi. Integratsion ittifoqlarga kirgan mamlakatlarda, masalan, Yevropa Ittifoqida davlatlararo eksport va import uchun qulay sharoit yaratib beriladi, bunda ayrim mamlakatlar tovarlarini diskriminatsiya qilish, ya'ni kamsitishga yo'l berilmaydi.

Global iqtisodiy siyosatni transmilliy, ya'ni **millatlararo korporatsiyalar, xalqaro tashkilotlar, yetakchi davlatlar hukumati, davlatlararo hukumat** va **parlament** belgilaydi. Bunga misol qilib Yevroparlament, Yevropa ministrlar kengashi qo'llaydigan siyosatni olish mumkin. Bu siyosatda o'zaro va boshqalar bilan bo'ladigan iqtisodiy aloqalarni qaysi yo'nalishda va qanday tartibda bo'lishi ko'rsatiladi. Global siyosat umuman yoki ayrim sohalarga tatbiqan qo'llaniladi. Transmilliy korporatsiyalar faqat o'z faoliyati doirasidagi xalqaro siyosatni belgilaydi. Masalan, OPEK tashkiloti neftni qazib olish va qayta ishlash kvotalarini, uning narxini o'z siyosatiga binoan belgilaydi. Bu yerda qabul qilingan neft narxining koridori o'rnatiladi. Xalqaro savdo birjalari jahon narxlarini o'rnatishga doir siyosatni qo'llaydilar.

Xalqaro valuta fondi, Jahon banki, Yevropa Tiklanish va taraqqiyot banki, Osiyo Rivojlanish banki kabi xalqaro institutlar valuta rejimini mustahkamlash, kreditni rivojlantirishga qaratilgan siyosatni qo'llaydilar. Ular milliy valuta kursini barqarorlashtirish va valuta riskini kamaytirish uchun milliy iqtisodiyotni rivojlantirib eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan kredit siyosatini qo'llaydilar.

Global iqtisodiy siyosat davlatlararo mehnat migratsiyasiga ham taalluqli bo'ladi. Mehnat migratsiyasini tartiblash uchun unga oid xalqaro qoidalar ishlab chiqiladi. Turli mamlakat hukumati va parlamentlari belgilagan migratsiya qoidalari bir-biriga yaqin turadi. Migratsiya oqimini nazorat qilish usullari ham kelishiladi, migratsiyaga oid informatsiyalar o'zaro almashtirilib turiladi.

Global siyosat tabiiy ravishda globalizatsiyaning afzalliklaridan foydalanish, uning salbiy jihatlarini kamaytirishga qaratiladi.

23.6. Iqtisodiy va ijtimoiy siyosatning o'zaro bog'liqligi

Bozor iqtisodiyotining ijtimoiyligi iqtisodiy siyosatni ijtimoiy siyosat bilan uzviy aloqada bo'lishini talab qiladi. Iqtisodiyot ijtimoiy taraqqiyot uchun zarur bo'lgan tovar va xizmatlarni yaratib bersa, o'z navbatida ijtimoiy muammolarning hal etilishi inson kapitalining rivoji orqali iqtisodiy o'sishga xizmat qiladi. Mana shunday bog'lanishning real hayotda bo'lishi iqtisodiy va ijtimoiy siyosatning uyg'unlashuvini talab qiladi.

Davlatning ijtimoiy siyosati — bu insonning hayotiy manfaatlarini yuzaga chiqarish, insonni himoya qilish va kamol topishiga qaratilgan siyosatdir.

Uning maqsadi ommaviy farovonlikni oshirishga ko'mak berishdir. Bu siyosatda ish bilan bandlik darajasini belgilash, minimal ish haqini o'rnatish, kambag'allik chegaralarini aniqlash, tirikchilik minimumini belgilash, ijtimoiy yordam me'yorlarini aniqlash kabi usullar qo'llaniladi. Uning asosiy yo'nalishlari bandlik, daromad va ijtimoiy yordam siyosatidir.

Bandlik siyosati. Bu mehnatga layoqatli va ishlayman degan kishilarni ish bilan ta'minlash, shu orqali ularga o'zini-o'zi boqishi uchun imkoniyat yaratishni ko'zlagan siyosatdir. Shu siyosatga amal qilgan holda davlat mamlakatda yangi ish o'rinlarini yaratish, mavjud ish o'rinlaridan to'laroq foydalanib, shu yerda band bo'lganlarni ko'paytirish yo'lini tutadi. Yangi ish o'rinlarini yaratgan firmalarga soliqdan siylovlar yoki subsidiyalar beriladi. Bir ish o'rnida ikki smena ishlashni uyushtirib, 2 kishini band qilganlar ham

davlatdan moliyaviy yordam oladi. Shuningdek, yangi ish o'rnini yaratib, uni zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlab shu yerdagi ish unumini va shunga ko'ra topiladigan daromadni oshirishga erishgan firmalar ham rag'batlantiriladi. Bandlik muammosining keskinligiga qarab uni hal etishning u yoki bu usuliga ustuvorlik beriladi. Kam rivojlangan mamlakatlarda ishsizlar g'oyat ko'p bo'lganidan bandlik siyosati har qanday ish o'rnini, hatto unumi past ish o'rinlarining yaratilishini ko'zlaydi, chunki bu o'rinlar arzon turadi. Aksincha, iqtisodi rivojlangan mamlakatlarda malakali mehnatni band qiluvchi unumi yuqori ish o'rinlarini, garchi ular qimmat tursa-da, yaratishga e'tibor katta bo'ladi. O'zbekistondagi bandlik siyosatida ham arzon ish o'rinlarini yaratishga ustuvorlik beriladi, dehqon va fermer xo'jaligida, kichik biznesda ish o'rinlarini yaratishni davlat rag'batlantiradi. O'zbekiston davlat budjeti hisobidan ish o'rinlari yaratiladi, ishsizlarga nafaqa beriladi va ishsizlar yangi kasblarga o'rgatiladi.

Ishsizlikni kamaytirish uchun hukumatlar ish kuchini chetga chiqarish choralarini ham ko'radi. Mehnat migratsiyasi xususida davlatlararo kelishuvlar tuziladi, davlat mana shu migratsiyaga xizmat qiluvchi firmalarni tashkil etib, ularni moliyalashtiradi.

Bandlik siyosati hamma ish qobiliyati borlarni ish bilan ta'minlab, 100 % bandlikka erishishni ko'zlamaydi, chunki bu mumkin emas. Mazkur siyosat rivojlangan mamlakatlarda to'la bandlikni ko'zlaydi, bu esa mehnat ahlining 94 foizi band bo'lishini bildiradi. Iqtisodi rivojlanmagan mamlakatlarda to'la bandlikka erishib bo'lmaganidan ishsizlik muammosini iloji boricha yumshatish ko'zlanadi.

Daromadlar siyosati davlat ijtimoiy siyosatining muhim bo'g'ini bo'lib, mazmunan daromadlarning taqsimlanishini tartiblashga qaratilgan siyosatdir. Bu siyosatda ijtimoiy soliqlar, ijtimoiy dotatsiyalar va budjet transfertlari kabi vositalar qo'llaniladi. Bandlikni, pensiya bilan ta'minlashni va mehnatning ijtimoiy sug'urtalanishini ta'minlash uchun firmalardan ular ajratgan mehnat haqi summasidan ijtimoiy soliqlar undiriladi. Bularning bir qismi davlat tomonidan ishsizlik nafaqasi ish qobiliyatini vaqtincha yo'qotganlarga daromad qilib beriladi.

Daromad siyosati soliqlarni progressiv, ya'ni daromad miqdoriga qarab oshib borishi tarzida belgilaydi. Ko'p daromad olgan katta soliq to'laydi. Shu yo'sinda yig'ilgan pul davlat budjetida to'planib muhtojlarga yordam sifatida taqsimlanadi.

Daromad siyosati qariyalarni pensiya bilan ta'minlashni ham ko'zlaydi. Shu o'rinda 2 xil pensiya tizimi uyushtiriladi. Birinchisi,

hamjihatlik tizimi bo‘lib, bunga ko‘ra ishlayotganlar daromadining bir qismi olinib, ishlamayotganlarga davlat pensiyasi sifatida beriladi. Ikkinchisi, **jamg‘arilgan pensiya tizimi** bo‘lib, bunga ko‘ra har bir xodim ishlagan paytidagi daromadining bir qismini pensiya jamg‘armasiga o‘tkazish orqali pensiya pulini o‘zi to‘plab boradi va qarigan paytida oladi. Bu jamg‘armaga ajratiladigan pulning bir qismini ishlovchilar bersa, ikkinchisini esa firmalar to‘laydi. Olinadigan pensiya jamg‘arilgan puldan ko‘p bo‘ladi, chunki to‘plangan pul ishga solinib yil sayin tug‘ib boradi.

Ijtimoiy himoya siyosati. Bu aholining nochor qatlamlariga yordam berish, ularni qo‘llab-quvvatlab turish siyosatidir. Unga ko‘ra o‘zi ishlab pul topishga qodir bo‘lmagan kishilarga budjet hisobidan pul bilan va moddiy shaklda yordam ko‘rsatiladi. Daromadi kam kishilar soliqlardan ozod qilinadi, ularga turli nafaqalar berib turiladi, bir yo‘la yordam ham ko‘rsatiladi. Muhtoj kishilarga bepul oziq-ovqat va kiyim-kechak tarqatiladi, bepul yotoqxonalar ajratiladi. Ijtimoiy yordam miqyosi muhtojlar soniga va davlatning moliyaviy imkoniyatlariga bog‘liq bo‘ladi.

O‘zbekiston davlatining ijtimoiy siyosatida ham muhtojlarga yordam berish katta o‘rin tutadi. Mamlakat budjetidan ijtimoiy yordam uchun maxsus pul fondi ajratiladi. G‘arb mamlakatlarida uy-joy sotib olish uchun bankdan olingan kredit foizlarining bir qismini davlat to‘laydi. Shuningdek, davlat davolanish uchun olingan kredit foizini ham o‘zi to‘lab beradi.

Davlat turli ijtimoiy dasturlarni ishlab chiqib, ularni moliyalashtiradi. Bular orasida kambag‘allarga yordam berish dasturlari alohida o‘rin tutadi. Bu dasturlarda kambag‘allarga nafaqa berish, ularni uy-joy va ish bilan ta’minlash, ularga bepul tibbiyot xizmatlarini ko‘rsatish, ularni yangi kasblarga tayyorlashga urg‘u beriladi. Ijtimoiy siyosat jamiyatdagi tengsizlikni haddan tashqari oshib ketishiga yo‘l qo‘ymasligi kerak. Daromadlarni boylar bilan kambag‘allar o‘rtasida qayta taqsimlash orqali tengsizlik qisqartiriladi. Daromadlarning boylar qo‘lida to‘planishi ma’lum me’yorda bo‘lishi ta’minlanadi. Daromadlarning farqlanish chegarasi ham belgilanadi. Bunga ko‘ra boylar va kambag‘allar daromadi o‘rtasidagi farq ilgari aytganimizdek 13—15 martadan oshmasligi kerak. Aytilgan tengsizlik me’yori ma’qul hisoblanadi, ijtimoiy siyosat shuni mo‘ljalga oladi. Ijtimoiy siyosat daromadlarni tartiblash va ijtimoiy yordam uyushtirish orqali jamiyatdagi ijtimoiy garmoniyani, ya’ni turli guruhlarning hamjihatligini ta’minlaydi. Bu bilan ijtimoiy nizolarning oldi olinadi, ijtimoiy tinchlik-xotirjamlik ta’minlanadi.

Xulosalar

1. Iqtisodiy siyosat iqtisodiyot ishtirokchilarining tutgan yo'l-yo'riqlari va qo'llagan chora-tadbirlari sifatida mikro, makro va mega (xalqaro) darajada bo'ladi. Mikrosiyosat – bu firmalar va xonadonlarning siyosati. Makrosiyosat – bu davlatning milliy iqtisodiyotga oid siyosati. Megasiyosat turli davlatlar, xalqaro kompaniyalar va xalqaro tashkilotlarning jahon iqtisodiyotiga taalluqli siyosatidir. Xonadon siyosati o'z iste'molini maksimumlashtirish, kelajak uchun jamg'arma hosil qilish va nihoyat jamg'arma qadr-qiymatini saqlab qolishga qaratiladi. Firma siyosati foydani maksimumlashtirish va o'z mavqeyini mustahkamlashni ko'zlaydi. Bu siyosat tarkiban ishlab chiqarish, tijorat, narx-moliya va raqobat siyosatidan iborat bo'ladi.

2.Davlatning siyosati uning iqtisodiyotdagi o'rnidan kelib chiqadi. Davlat iqtisodiyotning oddiy ishtirokchisi emas, balki uni tartiblab turuvchi kuch bo'lib, iqtisodiyotga bozor qonun-qoidalariga to'sqinlik qilmaydigan, balki bularga sharoit yaratib beradigan darajada aralashadi. Bunga u o'z siyosati orqali erishadi. Bu siyosatning maqsadi umumilliy bo'lib, barqaror iqtisodiy o'sishni, iqtisodiy mustaqillikni, iqtisodiy xavfsizlikni, milliy pul qadr-qiymatining barqarorligini, xalq farovonligini, milliy iqtisodiyotning integratsiyalashuvini va nihoyat, milliy iqtisodiyotning kelajagini ta'minlashdan iboratdir. Davlat o'z siyosatini iqtisodiy, huquqiy va siyosiy-ma'muriy vositalar yordamida amalga oshiradi.

3. Davlatning monetar siyosati – bu pul-kredit siyosati bo'lib, pul muomalasini tartiblashni ko'zlaydi. Bu tarkiban qayta moliyalashtirish yoki uchyot siyosati, ochiq bozor operatsiyalarini o'tkazish siyosati, majburiy rezerv siyosatidan iborat bo'ladi. Bu bilan iqtisodiyotning yetarli darajada monetarizatsiyalashuviga erishiladi. Monetar siyosat qattiq va yumshoq bo'ladi. Qattiq siyosat qo'llanilganda pul emissiyasiga yo'l berilmaydi, pul massasi qisqartiriladi. Yumshoq siyosat bo'lganda pul massasining o'sishiga to'sqinlik qilinmaydi, iqtisodiyotning pul bilan ta'minlanishi oshiriladi.

4. Davlatning fiskal siyosati – bu soliq-budjet siyosatidir. Uning maqsadi soliqlar vositasida budjetga pul undirish va bu pulni ijtimoiy ne'matlar yaratish uchun sarflashdan iborat. Soliq davlatning moliyaviy vositasi bo'lib, u fiskal (pul undirish) va rag'batlantirish funksiyasini bajaradi. Fiskal siyosatda doimiy moliyaviy stabilizatorlar va sharoitga moslashgan diskretsion vositalar qo'llaniladi. Fiskal siyosat faol bo'lganda diskretsion vositalar ishga solinadi. U nofaol bo'lganda ishlab turgan stabilizatorlardan foydalaniladi.

hamjihatlik tizimi bo'lib, bunga ko'ra ishlayotganlar daromadining bir qismi olinib, ishlamayotganlarga davlat pensiyasi sifatida beriladi. Ikkinchisi, **jamg'arilgan pensiya tizimi** bo'lib, bunga ko'ra har bir xodim ishlagan paytidagi daromadining bir qismini pensiya jamg'armasiga o'tkazish orqali pensiya pulini o'zi to'plab boradi va qarigan paytida oladi. Bu jamg'armaga ajratiladigan pulning bir qismini ishlovchilar bersa, ikkinchisini esa firmalar to'laydi. Olinadigan pensiya jamg'arilgan puldan ko'p bo'ladi, chunki to'plangan pul ishga solinib yil sayin tug'ib boradi.

Ijtimoiy himoya siyosati. Bu aholining nochor qatlamlariga yordam berish, ularni qo'llab-quvvatlab turish siyosatidir. Unga ko'ra o'zi ishlab pul topishga qodir bo'lmagan kishilarga budjet hisobidan pul bilan va moddiy shaklda yordam ko'rsatiladi. Daromadi kam kishilar soliqlardan ozod qilinadi, ularga turli nafaqalar berib turiladi, bir yo'la yordam ham ko'rsatiladi. Muhtoj kishilarga bepul oziq-ovqat va kiyim-kechak tarqatiladi, bepul yotoqxonalar ajratiladi. Ijtimoiy yordam miqyosi muhtojlar soniga va davlatning moliyaviy imkoniyatlariga bog'liq bo'ladi.

O'zbekiston davlatining ijtimoiy siyosatida ham muhtojlarga yordam berish katta o'rin tutadi. Mamlakat budjetidan ijtimoiy yordam uchun maxsus pul fondi ajratiladi. G'arb mamlakatlarida uy-joy sotib olish uchun bankdan olingan kredit foizlarining bir qismini davlat to'laydi. Shuningdek, davlat davolanish uchun olingan kredit foizini ham o'zi to'lab beradi.

Davlat turli ijtimoiy dasturlarni ishlab chiqib, ularni moliyalashtiradi. Bular orasida kambag'allarga yordam berish dasturlari alohida o'rin tutadi. Bu dasturlarda kambag'allarga nafaqa berish, ularni uy-joy va ish bilan ta'minlash, ularga bepul tibbiyot xizmatlarini ko'rsatish, ularni yangi kasblarga tayyorlashga urg'u beriladi. Ijtimoiy siyosat jamiyatdagi tengsizlikni haddan tashqari oshib ketishiga yo'l qo'ymasligi kerak. Daromadlarni boylar bilan kambag'allar o'rtasida qayta taqsimlash orqali tengsizlik qisqartiriladi. Daromadlarning boylar qo'lida to'planishi ma'lum me'yorda bo'lishi ta'minlanadi. Daromadlarning farqlanish chegarasi ham belgilanadi. Bunga ko'ra boylar va kambag'allar daromadi o'rtasidagi farq ilgari aytganimizdek 13–15 martadan oshmasligi kerak. Aytilgan tengsizlik me'yori ma'qul hisoblanadi, ijtimoiy siyosat shuni mo'ljalga oladi. Ijtimoiy siyosat daromadlarni tartiblash va ijtimoiy yordam uyushtirish orqali jamiyatdagi ijtimoiy garmoniyani, ya'ni turli guruhlarning hamjihatligini ta'minlaydi. Bu bilan ijtimoiy nizolarning oldi olinadi, ijtimoiy tinchlik-xotirjamlik ta'minlanadi.

Xulosalar

1. Iqtisodiy siyosat iqtisodiyot ishtirokchilarining tutgan yo'l-yo'riqlari va qo'llagan chora-tadbirlari sifatida mikro, makro va mega (xalqaro) darajada bo'ladi. Mikrosiyosat – bu firmalar va xonadonlarning siyosati. Makrosiyosat – bu davlatning milliy iqtisodiyotga oid siyosati. Megasiyosat turli davlatlar, xalqaro kompaniyalar va xalqaro tashkilotlarning jahon iqtisodiyotiga taalluqli siyosatidir. Xonadon siyosati o'z iste'molini maksimumlashtirish, kelajak uchun jamg'arma hosil qilish va nihoyat jamg'arma qadr-qiymatini saqlab qolishga qaratiladi. Firma siyosati foydani maksimumlashtirish va o'z mavqeyini mustahkamlashni ko'zlaydi. Bu siyosat tarkiban ishlab chiqarish, tijorat, narx-moliya va raqobat siyosatidan iborat bo'ladi.

2.Davlatning siyosati uning iqtisodiyotdagi o'rnidan kelib chiqadi. Davlat iqtisodiyotning oddiy ishtirokchisi emas, balki uni tartiblab turuvchi kuch bo'lib, iqtisodiyotga bozor qonun-qoidalariga to'sqinlik qilmaydigan, balki bularga sharoit yaratib beradigan darajada aralashadi. Bunga u o'z siyosati orqali erishadi. Bu siyosatning maqsadi umumilliy bo'lib, barqaror iqtisodiy o'sishni, iqtisodiy mustaqillikni, iqtisodiy xavfsizlikni, milliy pul qadr-qiymatining barqarorligini, xalq farovonligini, milliy iqtisodiyotning integratsiyalashuvini va nihoyat, milliy iqtisodiyotning kelajagini ta'minlashdan iboratdir. Davlat o'z siyosatini iqtisodiy, huquqiy va siyosiy-ma'muriy vositalar yordamida amalga oshiradi.

3. Davlatning monetar siyosati – bu pul-kredit siyosati bo'lib, pul muomalasini tartiblashni ko'zlaydi. Bu tarkiban qayta moliyalashtirish yoki uchyot siyosati, ochiq bozor operatsiyalarini o'tkazish siyosati, majburiy rezerv siyosatidan iborat bo'ladi. Bu bilan iqtisodiyotning yetarli darajada monetarizatsiyalashuviga erishiladi. Monetar siyosat qattiq va yumshoq bo'ladi. Qattiq siyosat qo'llanilganda pul emissiyasiga yo'l berilmaydi, pul massasi qisqartiriladi. Yumshoq siyosat bo'lganda pul massasining o'sishiga to'sqinlik qilinmaydi, iqtisodiyotning pul bilan ta'minlanishi oshiriladi.

4. Davlatning fiskal siyosati – bu soliq-budjet siyosatidir. Uning maqsadi soliqlar vositasida budjetga pul undirish va bu pulni ijtimoiy ne'matlar yaratish uchun sarflashdan iborat. Soliq davlatning moliyaviy vositasi bo'lib, u fiskal (pul undirish) va rag'batlantirish funksiyasini bajaradi. Fiskal siyosatda doimiy moliyaviy stabilizatorlar va sharoitga moslashgan diskretsion vositalar qo'llaniladi. Fiskal siyosat faol bo'lganda diskretsion vositalar ishga solinadi. U nofaol bo'lganda ishlab turgan stabilizatorlardan foydalaniladi.

Davlatning monetar va fiskal siyosati asosiy bo'lsa-da, bulardan tashqari investitsiya, agrar va tashqi iqtisodiy siyosatlar ham qo'llaniladi.

5. Megasiyosat xalqaro siyosat bo'lib, umumbashariy, ya'ni global tavsifga ega. Bu siyosat moddiy, moliyaviy va mehnat resurslarini, shuningdek, yaratilgan tovar va xizmatlarni dunyo uzra samarali taqsimlashga qaratiladi. Bu siyosatda kvotalar, boj to'lovlari, eksport-import soliqlari, xalqaro foiz stavkalari kabi vositalar qo'llaniladi. Global siyosatni dunyodagi yetakchi mamlakatlar hukumatlari, xalqaro tashkilotlar, banklar, moliya korporatsiyalari, transmilliy korporatsiyalar amalga oshiradi. Bundan maqsad globalizatsiya afzalliklaridan foydalanishdir.

6. Davlatning iqtisodiy va ijtimoiy siyosati o'zaro bog'langan. Ijtimoiy siyosat iqtisodiy imkoniyatlardan kelib chiqadi va o'z navbatida inson kapitalini o'stirish orqali iqtisodiy taraqqiyotga faol ta'sir etadi. Bu siyosat insonga loyiq turmush darajasini berish, uni kamol toptirishga qaratiladi, tarkiban bandlik daromad va ijtimoiy himoya siyosatlaridan iborat bo'ladi. Bandlik siyosati qo'shimcha ish o'rinlarini yaratib, ishsizlikni kamaytirish, kishilarga ishlab pul topish imkoniyatlarining yaratilishini ko'zlaydi. Daromad siyosati daromadlarning taqsimlanishini tartiblaydi. Unga binoan daromadlarning budjetga olingan qismidan muhtojlarga yordam ajratiladi, daromadlarga progressiv soliq belgilanadi, minimal ish haqi, minimal pensiya miqdori belgilab qo'yiladi. Ishsizlik nafaqasi o'rnatiladi, ijtimoiy yordam siyosatiga binoan yordamga muhtoj aholiga pul nafaqalari, natural transfertlar ajratiladi. Ijtimoiy siyosat aholining differensiatsiyasini g'oyat chuqurlashib, uni qarama-qarshi qutblarga ajralib ketishiga yo'l bermaslikni ko'zlagan holda uning me'yorida bo'lishiga qaratiladi. Bu bilan nizolarga yo'l berilmaydi, aksincha, ijtimoiy hamjihatlik va totuvlik ta'minlanadi.

Tayanch tushunchalar

Iqtisodiy siyosat; mikrosiyosat; makrosiyosat; megasiyosat; xonadon siyosati; firma siyosati; davlatning iqtisodiy roli; davlatning iqtisodiy siyosati; monetar siyosat; qattiq va yumshoq monetar siyosat; fiskal siyosat; faol va nofaol fiskal siyosat; investitsiya siyosati; agrar siyosat; tashqi iqtisodiy siyosat; global iqtisodiy siyosat; ijtimoiy siyosat; bandlik siyosati; daromadlar siyosati; ijtimoiy himoya siyosati.

MUNDARIJA

Kirish 3

I B O‘ L I M
IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI

I bob. IQTISODIYOT NAZARIYASINING PREDMETI VA METODOLOGIYASI

1.1. Iqtisodiyot nazariyasi predmeti 5
1.2. Metodologiya 8
1.3. Tahlil uslublari 10
1.4. Iqtisodiy kategoriyalar va qonunlar 13
1.5. Funksiyalar 15

II bob. IQTISODIYOT VA UNING UMUMIY SHART-SHAROITI

2.1. Iqtisodiy faoliyat – ehtiyojlarni qondirish vositasi 18
2.2. Iqtisodiy faoliyat va uning turlari 20
2.3. Iqtisodiy resurslar 24
2.4. Iqtisodiy tanlov 28

III bob. ISHLAB CHIQARISH – IQTISODIYOTNING BOSH BO‘G‘INI

3.1. Ishlab chiqarish omillari 32
3.2. Ishlab chiqarish va uning tarkibiy tuzilishi 35
3.3. Ishlab chiqarish samaradorligi 38
3.4. Mehnat unumdorligining turlari va omillari 40
3.5. Mehnat unumdorligining ahamiyati 42
3.6. Ishlab chiqarish chegarasi 43
3.7. Ishlab chiqarish natijasining kamayishga moyilligi 45
3.8. Ko‘lam samarasi 48
3.9. Ishlab chiqarishning takrorlanib turishi 49
3.10. Milliy boylik va iqtisodiy salohiyat 51

IV bob. IJTIMOIY-IQTISODIY TIZIMLAR

4.1. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim belgilari 55
4.2. Ijtimoiy-iqtisodiy tizim turlari 58
4.3. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning rivojlanishi va o‘rin almashuvi 65
4.4. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish 67
4.5. Bozor tizimining transformatsiyasi 70

II B O‘ L I M
BOZOR IQTISODIYOTINING QONUN-QOIDALARI

V bob. BOZOR VA UNING TUZILISHI

5.1. Bozorning zarurligi 75
5.2. Bozor infratuzilmasi 77
5.3. Bozorning funksiyalari 79
5.4. Bozorning tarkibiy tuzilishi 80
5.5. Bozor ko‘lami 85

VI bob. TALAB VA TAKLIF

6.1. Talab 89
6.2. Talabga ta’sir etuvchi omillar 91
6.3. Talab qonuni. Talabning narxga bog‘liq elastikligi 94
6.4. Talabning daromadga bog‘liq elastikligi 98
6.5. Tovar nafliligining talabga ta’siri 100
6.6. Taklif qonuni 102

VII bob. BOZOR TIZIMIDA TADBIRKORLIK

7.1. Tadbirkorlikning mohiyati 111
7.2. Tadbirkorlik turlari 114
7.3. Tadbirkorlar toifasi 116
7.4. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari 118
7.5. Tadbirkorlar uyushmalari 122

VIII bob. TADBIRKORLIK XARAJATI

8.1. Kapital va uning turlari 125
8.2. Firmaning xarajatlari 128
8.3. Xarajat turlari 130
8.4. Xarajatlarning o‘zgarishi 134

IX bob. TADBIRKORLIKDA FOYDA VA ZARAR

9.1. Daromad va foyda 138
9.2. Rentabellik 143
9.3. Foydani maksimumlashtirish 145
9.4. Zarar ko‘rish va bankrotlik 147
9.5. Tadbirkorlik riski 149
9.6. Tadbirkorlik riskini boshqarish 151

X bob. UY XO‘JALIKLARI

10.1. Uy xo‘jaligi va uning turlari 156
10.2. Uy xo‘jaliklarining iqtisodiyotning boshqa subyektlari bilan munosabatlari 157
10.3. Uy xo‘jaligining iste’molchilik faoliyati 161
10.4. Uy xo‘jaliklarining ishlab chiqarish faoliyati 163

10.5. Uy xo'jaliklarida jamg'arish jarayoni 165
10.6. Uy xo'jaliklarini inson kapitalini yaratishdagi ishtiroki 167

XI bob. BOZOR NARXLARINING SHAKLLANISHI

11.1. Narxning mohiyati va funksiyalari 170
11.2. Erkin bozor narxlarining yuzaga kelishi 173
11.3. Monopol bozor narxlarining shakllanishi 177
11.4. Bozor narxlarining turlanishi 181
11.5. Narx strategiyasi 184

XII bob. RAQOBAT

12.1. Raqobatning mohiyati 188
12.2. Raqobatlashuv usullari 191
12.3. Mukammal raqobat 193
12.4. Nomukammal raqobat 197
12.5. Raqobat strategiyasi 203
12.6. Raqobatchilik muhiti 206

XIII bob. MEHNAT

13.1. Mehnat resurslari 211
13.2. Mehnat bozori 212
13.3. Mehnatga talab va mehnat taklifi 214
13.4. Bandlik 220
13.5. Ishsizlik va uning shakllari 222

XIV bob. BOZOR MEXANIZMI

14.1. Bozor mexanizmi tushunchasi 228
14.2. Bozor muvozanati va manfaatlarni uyg'unlashtirish 230
14.3. Talab-taklif mexanizmining ishlashi 234
14.4. Raqobat va rag'bat 238
14.5. Bozor mexanizmining samaradorligi 241

XV bob. IQTISODIY O'SISH

15.1. Milliy iqtisodiyot 247
15.2. Nominal va real yalpi ichki mahsulot 250
15.3. Iqtisodiy o'sish 251
15.4. Iqtisodiy o'sish omillari 254
15.5. Iqtisodiy o'sish turlari 258
15.6. Iqtisodiy o'sish samaradorligi 262
15.7. Samaradorlikning ijtimoiy ahamiyati 263
15.8. Yalpi ichki mahsulotning ishlatilishi 264

XVI bob. IQTISODIY BEQARORLIK

16.1. Umumiqtisodiy muvozanatlar 268
16.2. Iqtisodiyotning siklli o'sishi 272

16.3. Sikl turlari ... 278
16.4. Iqtisodiy beqarorlikdan chiqish ... 279

XVII bob. IQTISODIY XAVFSIZLIK

17.1. Iqtisodiy xavf-xatarlar ... 285
17.2. Iqtisodiy xavfsizlik va uning turlari ... 287
17.3. Xavfsizlikning me'yoriy chegaralari ... 291
17.4. Iqtisodiy xavfsizlikning ta'minlanishi ... 293

XVIII bob. PUL TIZIMI

18.1. Pulning mohiyati va iqtisodiyot uchun ahamiyati ... 300
18.2. Pulning qadr-qiymati ... 302
18.3. Pul turlari ... 304
18.4. Pul muomalasi ... 307
18.5. Pulga talab va pul taklifi ... 308
18.6. Inflatsiya ... 310
18.7. Inflatsiya turlari ... 313
18.8. Inflatsiya oqibatlari ... 316

XIX bob. MOLIYA

19.1. Iqtisodiyotning real va moliya sektori ... 320
19.2. Moliya munosabatlari ... 321
19.3. Moliya tizimi ... 322
19.4. Moliyaning funksiyalari ... 323
19.5. Moliyaning turlari ... 325
19.6. Moliya bozori ... 330
19.7. Kreditning mohiyati ... 333
19.8. Kreditning turlanishi ... 337
19.9. Kredit institutlari ... 338

XX bob. MOLIYAVIY KRIZISLAR

20.1. Krizisning mohiyati va turlari ... 342
20.2. Krizislarning sabablari va yuzaga kelish mexanizmlari ... 344
20.3. Krizis oqibatlari ... 352
20.4. Krizislardan chiqish. Davlatning antikrizis dasturlari ... 355
20.5. Krizisdan chiqishda global hamkorlik ... 357

XXI bob. IQTISODIYOTNING OCHIQLIGI

21.1. Ochiq iqtisodiyot tushunchasi ... 361
21.2. Taqqosiy afzallik qoidasi ... 362
21.3. Xalqaro savdo-sotiq ... 364
21.4. Kapitalning xalqaro harakati ... 367
21.5. Mamlakatlararo mehnat migratsiyasi ... 369
21.6. Valuta ayirboshlash ... 371
21.7. Integratsiya va globalizatsiya ... 374

XXII bob. IQTISODIYOTNING IJTIMOIYLIGI

22.1. Bozor iqtisodiyotining ijtimoiy yo'nalishi 380
22.2. Iqtisodiy farovonlik 382
22.3. Bozor va nobozor daromadlari 384
22.4. Daromadlarning shakllanish mexanizmi 386
22.5. Turmush darajasi 388
22.6. Turmush darajasining farqlanishi 390
22.7. Aholining daromadga qarab guruhlanishi 392
22.8. Kambag'allik muammosi 394
22.9. Ijtimoiy farovonlik 396

XXIII bob. IQTISODIY SIYOSAT

23.1. Mikroiqtisodiy siyosat 400
23.2. Davlatning iqtisodiyotdagi roli 402
23.3. Davlat iqtisodiy siyosatining maqsadi va vositalari 405
23.4. Davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo'nalishlari 407
23.5. Global iqtisodiy siyosat 412
23.6. Iqtisodiy va ijtimoiy siyosatning o'zaro bog'liqligi 414

AHMADJON O‘LMASOV
ALISHER VAHOBOV

IQTISODIYOT NAZARIYASI

(to‘ldirilgan va qayta ishlangan nashri)

Muharrir: **N. Rustamova**
Badiiy muharrir: **M. Odilov**
Rasmlar muharriri: **A. Tillaxo‘jayev**
Kompyuterda sahifalovchi: **U.Raxmatov**

Nashr. lits. AI № 174. Bosishga ruxsat 16.09.2014-y.da berildi.
Bichimi 60×90 $^{1}/_{16}$. Ofset qog‘ozi №2. «TimesUZ» garniturasi.
Shartli b.t. 26,5. Nashr hisob t. 26,5. Adadi 5500 dona.
№ 201-14 buyurtma.

«IQTISOD-MOLIYA» nashriyotida tayyorlandi.
100084. Toshkent, Kichik halqa yo‘li, 7-uy.

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligining
«O‘qituvchi» nashriyot-matbaa ijodiy uyi bosmaxonasida chop etildi.
100194, Toshkent, Yunusobod dahasi, Yangishahar ko‘chasi, 1-uy.