

MAKRO VA MIKRO IQTISODIYOT



45k: 330. 101
k5k: 65. 01

№72 O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT SHARQSHUNOSLIK INSTITUTI

Xolmatov Nemat Boymirzayevich,
Imomova Nilufar Asomiddinovna

MAKRO VA MIKRO IQTISODIYOT

fanidan

O'QUV QO'LLANMA

*5231000 – Xorijiy mamlakatlar iqtisodiyoti va
mamlakatshunosligi ta'lim yo'nalishida tahsil
olayotgan talabalar uchun o'quv qo'llanma
sifatida tavsiya etilgan*



Toshkent
«Tafakkur avlodi»
2020

UO•K: 330.101.54(075.8)

KBK: 65.012ya73

X 72

X 72 **N.Xolmatov, N.Imomova.**

«**Makro va mikroiqtisodiyot**» fanidan o'quv qo'llanma. – T.:
«Tafakkur avlodi», 2020. – 268-b.

Ushbu o'quv qo'llanma bozor islohotlari sharoitda bozor mexanizmi amal qilishi, tadbirkorlik subyektlarining xatti-harakatlari, uy, korxona va davlat xo'jaligining faoliyati xususiyatlari, davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo'nalishlari, makroiqtisodiy vaziyat va uning barqarorligini ta'minlash muammolarini ilmiy-nazariy o'rganish, bu borada iqtisodiy tafakkurni kengaytirish hamda mukammallashtirish, talabalarda tegishli darajada amaliy ko'nikmalarni ham shakllantirishga yo'naltirilgan bo'lib, «Makro va mikroiqtisodiyot» fani-ning predmeti, vazifalari va metodi, mikroiqtisodiyotga kirish, bozordagi talab va taklif, talab va taklif elastikligi, iste'molchilar xatti-harakati, ishlab chiqarish va texnologiya, firmaning xarajatlari, mukammal raqobat, monopoliya, nomukammal raqobat, makroiqtisodiyotga kirish, asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar, «AD-AS» modeli («Aggregate demand-Aggregate supply»), iste'mol, jamg'arish va investisiya, iqtisodiyotning siklli rivojlanishi, ishsizlik, inflyatsiya, davlatning monetar va fiskal siyosati, iqtisodiy o'sishning umumiy tavsifi va modellari kabi mavzularni qamrab oladi.

Ushbu maxsus kurs TDSHI XMI va S fakulteti talabalari, shuningdek makro va mikroiqtisodiyot muammolari bilan qiziquvchilar uchun foydali qo'llanma hisoblanadi.

Mas'ul muharrir:

I.f.d. professor N.To'xlijev

Taqrizchilar:

Toshkent Davlat Sharqshunoslik Instituti "Iqtisodiyot nazariyasi"

kafedrasi dotsenti, i.f.n., M.H.Kamilova

Toshkent Moliya Instituti "Mintaqaviy iqtisodiyot"

kafedrasi dotsenti, i.f.n., A.A.Rafiyev

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2019 yil 27 dekabrda 1186-sonli buyrug'iga binoan nashrga tavsiya etildi.

ISBN 978-9943-6691-7-8

© «Tafakkur avlodi», 2020

KIRISH

O'zbekistonda so'nggi davrda ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning sur'atlari jadallashib, jamiyat hayotining barcha sohalarida yangilanish, zamonaviylashuv va zamon talablaridan kelib chiqib sifat o'zgarishlari yuz bermoqda. Bu oliy ta'lim tizimi, va xususan, o'quv jarayonida ham kuzatilmoqda. O'quv adabiyotlarining yangi avlodini yaratish, bu jarayonda zamonaviy xorijiy o'quv adabiyotlaridan foydalanish, oliy ta'limning yangi malaka talablaridan kelib chiqib ta'lim jarayonida ilg'or texnologiyalarni qo'llash, talabalarning mustaqil ta'lim olishlari uchun barcha shart-sharoitlarni yaratish shular jumlasidandir.

Mamlakatimizda mavjud moddiy, iqtisodiy, intellektual resurslardan oqilona foydalanish, cheklangan zahiralardan yuqori samara olish, aholi turmush darajasining pasayib ketishining oldini olish va muttasil oshirib borish, inqirozning salbiy oqibatlarini yumshatish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar ko'rilmogda, tegishli islohotlar olib borilmogda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoevning 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni bilan tasdiqlangan "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi"da to'rtinchi ustuvor yo'nalish - Ijtimoiy sohani rivojlantirishda muhim vazifalardan biri sifatida umumiy o'rta ta'lim, o'rta maxsus va oliy ta'lim sifatini yaxshilash hamda ularni rivojlantirish chora-tadbirlarini amalga oshirish nazarda tutilgan. O'quv adabiyotlarining tarkibi, tuzilishi va mazmunini uzluksiz takomillashtirib borish mana shu chora-tadbirlardan biridir.

Mazkur o'quv qo'llanma davlat ta'lim standartlari, ta'lim yo'nalishi malaka talablari, yangi avlod o'quv adabiyotlarini yaratish va o'quv jarayoniga tadbqiq etish bo'yicha yangi talablar asosida tayyorlangan.

Mamlakatimiz iqtisodiyotida yangi sifatga ega bo'lgan mikro va makro jarayonlar yuzaga chiqmogda. Bu eng avvalo, bozor munosabatlarining chuqurlashuvi, korxonalar uy xo'jaligi va davlatning bozor subyektlari sifatida faoliyatining takomillashuvi, shuningdek, makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning tobora barqarorlashib borishi makroiqtisodiy muvozanatga erishishning zamonaviy tamoyillariga o'tilayotganligi bilan bog'liqdir. Milliy iqtisodiyotdagi mazkur jarayonlarni chuqurroq idrok etish uchun makro va mikroiqtisodiyot fanini ilg'or, rivojlangan davlatlardagi o'quv adabiyotlaridan foydalangan holda o'qitish bugungi dolzarb vazifalardan hisoblanadi.

O'quv qo'llanmada ana shu vazifardan kelib chiqib, mikroiqti-sodiyotga kirish, bozordagi talab va taklif, talab va taklif elastikligi, iste'molchilar xatti-harakati, ishlab chiqarish va texnologiya, firma-niing xarajatlari, mukammal raqobat, monopoliya, nomukammal raqo-bat, makroiqtisodiyotga kirish, asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar, "AD-AS" modeli ("Aggregate demand-Aggregate supply"), iste'mol, jamg'arish va investisiya, iqtisodiyotning siklli rivojlanishi, ishsizlik, inflyatsiya, davlatning monetar va fiskal siyosati, iqtisodiy o'sish kabi mavzular mazmuni yoritib berildi.

Mazkur o'quv qo'llanma talabalarning iqtisodiyotdagi barcha jarayonlarni, quyi tizimdagi korxona, firma, tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatidan boshlab, makro darajadagi barcha iqtisodiy munosabat-larni nazariy-usulbiy jihatdan o'rganish orqali bilim, malaka va ko'nikmalarini shakllantirishlariga imkon beradi.

Shuningdek, o'quv adabiyotida ishlab chiqarish, taqsimot, alma-shuv va iste'mol jarayonida iqtisodiy subyektlarning bozorga xos xatti-harakatlari, ular orasidagi munosabatlar zamonaviy o'quv adabiyotlari materiallari asosida keng ochib berilgan. Milliy iqtisodiyot amal qili-shining mikro parametrlari, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va uy xo'jaligi faoliyatining tamoyillari, shart-sharoitlari va omillari, mak-roiqtisodiy jarayonlarning global va lokal masalalari ham ko'rsatilgan.

O'quv qo'llanmani tayyorlashda O'zbekiston Respublikasi Statis-tika Davlat qo'mitasi, Iqtisodiyot vazirligi, tarmoq ilmiy tadqiqot muassasalari tahliliy materiallari, xalqaro iqtisodiy tashkilotlar va ilmiy-tadqiqot markazlari tomonidan nashr etilgan statistik va tahliliy to'plamlar materiallari ishlatiladi.

O'quv qo'llanmasi oliy ta'lim muassasalari iqtisodiyot ta'lim yo'-nalishlari talabalariga, shuningdek, milliy iqtisodiyotda namoyon bo'-layotgan mikro va makrodarajadagi masalalar bilan qiziquvchilarga mo'ljallangan.

1-MAVZU. “MIKROIQTISODIYOT” GA KIRISH¹

Mavzuning o‘quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

Iqtisodiy nazariya, mikroiqtisodiyot, makroiqtisodiyot, pozitiv mikroiqtisodiyot, normativ miroiqtisodiyot, iqtisodiy model, resurslar, ehtiyojlar, kam-yoblik, iqtisodiy talab, alternativ xarajatlar, iqtisodiy tahlil metodologiyasi

Asosiy savollar

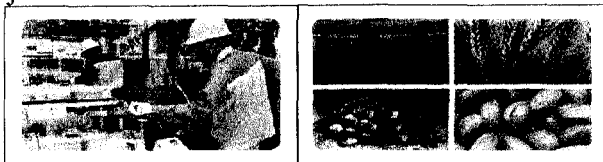
1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda “Mikroiqtisodiyot” fanining roli
2. “Mikroiqtisodiyot” fanining predmeti, vazifalari va metodi
3. Tanlash muammosi. Alternativ harajatlar
4. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi

1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda

“Mikroiqtisodiyot” fanining roli

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

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



¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 4

“Iqtisod” soʻzi yunoncha oikonomos soʻzidan kelib chiqib, “xoʻjalikni boshqaruvchi odam” maʼnosini anglatadi. Ilk boqishda bu soʻz gʻayrioddiy tuyilishi mumkin. Lekin, aslida, xoʻjalik bilan iqtisodiyotni bogʻlab turadigan koʻp omillar bor. Kim ovqat pishiradi? Qaysi teledasturni tomosha qilish huquqi kimda? Kirlarni kim yuvadi? Qisqasi, har bir oila aʼzosining qobiliyatlarini hisobga olgan holda, hoʻjalikning ikir-chikirlari oila aʼzolari orasida taqsimlanishi kerak.

Huddi xoʻjalikdagi kabi, jamiyatda ham turli qarorlar qabul qilinadi va bajarish jarayoni oʻzaro taqsimlanadi. Jamiyat qaysi vazifalarni kimlar qilishi haqida qaror qabul qilish uchun qandaydir yoʻl topishi kerak. Jamiyatga oziq-ovqat yetkazib beradigan, kiyim kechak tikadigan, kompyuter dasturlarini yaratadigan kishilar kerak. Jamiyat oʻz aʼzolarini (yer, binolar va mashinalarni) turli ishlarga joylashtirib boʻlgach, ular tarafidan ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmat taqsimotini ham oʻz navbatida nazorat qilishi kerak. Jamiyat kimlarning ikra, kimlarning esa kartoshkaga loyiqqligini, va baʼzi kishilarning Ferrari egasi boʻlib, boshqalarning esa avtobusdan foydalanishini belgilab berishi kerak¹.

Resurslarning tanqisligi muammosi mavjudligi bois, jamiyatda resurslarning boshqaruvi, ulardan oqilona foydalanish juda muhim ahamiyatga ega. Tanqislik - jamiyatning chegaralangan resurslarga egaligini, va shu sababdan insonlar xohlagan har qanday mahsulot va xizmat turlarini ishlab chiqara olish imkoniyati mavjud emasligini anglatadi. Bunga misol tariqasida bir xoʻjalikning aʼzosi oʻzi xohlagan har qanday mahsulotni yarata olmasligi kabi, jamiyatning hamma aʼzolarida ham oʻzi xohlagan yuqori hayot standartlariga erishish imkoni yoʻqligini keltirishimiz mumkin.

Iqtisodiyot bu - jamiyat oʻzining cheklangan resurslarini qay tarzda boshqarishini oʻrganuvchi fandir. Koʻpgina jamiyatlarda resurslar qudratli diktator tarafidan emas, balki millionlarcha xoʻjalik va firmalarning oʻzaro xarakatlari orqali taqsimlanadi. Shu bois iqtisodchilar, insonlarnig qay tarzda qaror qabul qilishlarini, yaʼni, ularning qancha ishlashi, nimalarni xarid qilishi, qancha tejab qolishlari va tejab qolgan mablagʻlarini qanday qilib sarflashlarini tahlil qiladilar. Shuningdek, iqtisodchilar, insonlarning bir-biriga oʻzaro taʼsirini ham

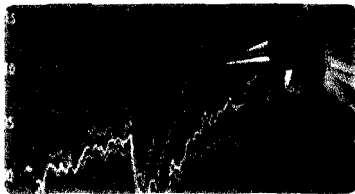
¹ N. Gregory Mankiw. Principles of Economics, 6Edition. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Page 3

o'rganadilar. Masalan, ular ko'pchilik xaridor va sotuvchilarning mahsulotning qanday narxda va qancha miqdorda sotilishini belgilab berishlarini o'rganadilar. Va nihoyat, iqtisodchilar bir butun holda iqtisodiyotga o'z ta'sirini ko'rsatadigan kuch va trendlarni, shu jumladan, iqtisodiyotning o'rtacha o'sishini, jamiyatning ish qidirib yurgan qatlamlarini va narxlarning qay darajada ko'tarilishini tahlil qiladilar.

Iqtisodiyot ko'p jihatlariga ega, lekin bir nechta asosiy g'oyalar ostida birlashadi. Ular quyidagi tamoyillarda o'z aksini topadi. Bu tamoyillar bilan tanishtirishdan maqsad – iqtisodiyotning umumiy jihatlarini yoritib berishdir. Ushbu tamoyillarni “kelajakda sodir bo'ladigan holatlarning bashorati” deb hisoblashingiz mumkin.

Insonlarning qanday qaror qabul qilishi

Zamonamizda iqtisodiyotning nimani ifoda qilishi hech kimga sir emas. Los Anjeles yoki AQSH, hatto butun dunyo iqtisodiyoti haqida so'z yurutsak ham, iqtisodiyotning bir guruh insonlarning o'zaro munosabatlarini aks ettiruvchi va turmushlaridagi ikir-chikirlarini ko'rsatuvchi element ekanligini anglab yetamiz. So'zimizning tasdiqi o'laroq iqtisodiyotni shakllantiruvchi shaxslarning holatini iqtisodiyot holati aks ettirishini ko'ramiz va bu yo'nalishda biz iqtisodiyot fanini shaxsiy qaror qabul qilishning to'rtta tamoyilini o'rganishdan boshlaymiz.



1-Tamoyil: Insonlarning o'zaro bitimga kelishida yuzlashuvi

Balki siz shunday iborani qayerdadir eshitgandirsiz: “Mushuk te-kinga oftobga chiqmaydi”, albatta falsafa yuritishni bir chetga qo'ya-miz-da, lekin bu iboraning zamirida ancha haqiqat yashirib yotgani-ni ko'ramiz. Istagimiz doirasida bo'lgan bir narsani qo'lga kiritish uchun, odatda biz boshqa sevgan narsamizdan voz kechishimiz kerak. Qaror qabul qilish bir maqsadning boshqa bir maqsad bilan o'zaro bitimga kelishini talab qiladi.

Misol tariqasida bir talabaning o'ziga tegishli bo'lgan eng qiy-matli resursini, yani o'z vaqtini qanday taqsimlashi kerakligini ko'rib

chiqishimiz mumkin. Talaba butun bor vaqtini faqat iqtisodiyotni yoki faqat psixologiyani o'rganishga sarf qilishi mumkin, boshqa tarafdin esa, ushbu vaqtin bu ikki fanni bir vaqtda o'rganish uchun taqsimlashi mumkin. Talaba o'rganayotgan fanga ajratgan har bir soatini, boshqa fanga sarflashi mumkin bo'lgan har bir soat bilan almashadi. Talaba o'qishi uchun ajratgan har bir soatini, mudrab olish uchun, velosiped xaydash uchun, televizor ko'rish uchun yoki bo'lmasa qo'shimcha xarajatlar qilish maqsadida bo'sh vaqtini qisman ishlash bilan o'tkazishga ajratishi mumkin bo'lgan soatga almashtirishi mumkin. Boshqa tarafdin esa, ota-onalarning oilaviy daromadlarini qanday sarflashini ko'rib chiqishimiz mumkin. O'z navbatida ular, oilaviy daromadlarini oziq-ovqat, kiyim-kechak yoki oilaviy ta'til uchun sarflashlari mumkin, yana boshqa maqsadlar uchun, yani o'z oila daromadlarini farzandlarining taxsil olishi yoki nafaqalari uchun ham ajratib qo'yishlari mumkin. Bu holatda yuqorida ko'rsatilgan maxsulotlardan biriga sarflangan har bir qo'shimcha dollar, boshqa maxsulotlarga nisbatan bir dollar kam sarflanishi kerak¹.

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

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

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

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

2. Mikroiqtisodiyot fanining predmeti va vazifalari

Zamonaviy iqtisodiy nazariya tarkibiy jihatidan ikkita katta bo'limga ajratiladi: Mikroiqtisodiyot va Makroiqtisodiyot.

¹ N. Gregory Mankiw. Principles of Economics, 6Edition. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Page 4-5.

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

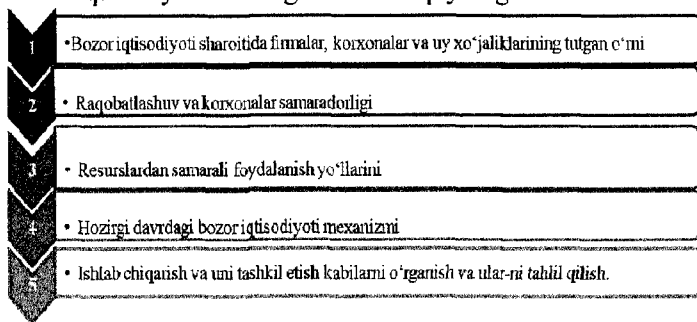
O‘rganish obyekti – Milliy daromad, Yalpi ichki mahsulot, iqtisodiy o‘sish va umumiy bandlik darajasi, narxlar indeksi, iste‘mol xarajatlari, milliy jamg‘armalar va boshqa yirik ko‘rsatkichlarni o‘rganadi.

Mikroiqtisodiyot – alohida iqtisodiy subyektlar (iste‘molchilar, ishchilar, investorlar, firmalar va boshqa) faoliyatini o‘rganadi.

Mikroiqtisodiyot fanining predmeti – bozor iqtisodiyoti sharoitida aniq tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste‘mol xajmi, narxlarning shakllanishi, resurslarning tarmoqlararo qayta taqsimlanishi, iste‘molchilarning tovar sotib olishi, ishlab chiqaruvchilarning esa, uni ishlab chiqarishi, sotishi va shu kabi boshqa jarayonlarni o‘rganish hisoblanadi¹.

Mikroiqtisodiyot fani barcha ijtimoiy-iqtisodiy fanlar bilan uzviy bog‘liqdir. Masalan, iqtisodiyot nazariyasi, kichik biznes va tadbirkorlik, tarmoqlar iqtisodiyoti, buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil, moliya va kredit, marketing va menejment, oily matematika, bank ishi va boshqalar.

Mikroiqtisodiyot fanining vazifalari quyidagilardan iborat:



Mikroiqtisodiyot fani alohida shaxslar, uy xo‘jaliklari, korxona, davlat va boshqa ijtimoiy tashkilotlarning iqtisodiy xarakterlarini o‘rganadi va quyidagi usul (metod) lardan, ya‘ni tahlil va sintez, monografik usul, iqtisodiy statistika usuli, hisoblash konstruktiv, tajribaviy usul, abstrakt mushohada usuli, matematik modellashirish, induksiya va deduksiya usuli, optimallashtirish va muvozanatni aniqlash usullaridan foydalanadi.

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 4

3. Tanlash muammosi. Alternativ xarajatlar

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

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

Ularni ikkiga bo'lish mumkin : Erkin va iqtisodiy.

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

Iqtisodiy resurslar – qisman chegaralangan. Ulardan foydalangan-da xarajatlarni qoplash majburiyati mavjud.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Axborot – “Jahon xo‘jaligi va undagi jarayonlar haqida ma’lumotlar”. Aniq ma’lumot, axborotga ega bo‘lish, iqtisodiy subyektlar oldida turgan global muammolarni hal qilishga turtki bo‘ladi.

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

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

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

Jamiyatda insoniyat doimiy ravishda asosiy to‘rtta iqtisodiy savollarga javob berishga xarakat qiladi :

- 1- Nima ishlab chiqarish kerak?
- 2- Qanday ishlab chiqarish kerak?
- 3- Kim uchun ishlab chiqarish kerak?
- 4- Qachon ishlab chiqarish kerak?

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

Pareto iqtisodiy samarasi – bu bozorning shunday vaziyatiki, unda xech kim boshqa bir kishining iqtisodiy holatini yomonlash-tirmay o‘z ahvolini yaxshilab olmaydi.

4. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi

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

Pozitiv yondashuv – iqtisodiy subyekt qabul qilgan qarorni obyektiv tahlil qilish va oqibatlarini bashoratlashni ko‘zda tutadi. Pozitiv yondashuv tadqiq qilinayotgan jarayonning sabab va oqibatlarini aniqlashga yordamlashadi.

Normativ yondashuv – qarama-qarshi tadqiq qilinayotgan jarayonga nisbatan subyektiv baho berish bilan shug'ullanadi. Tadqiq qilish natijasida amaliy taklif va tavsiyalar beradi.

Iqtisodchilar foydalanadigan tadqiq qilishning eng asosiy usullaridan biri iqtisodiy jarayonlarni modellashdir¹.

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

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

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

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

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

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

Talab va taklif o'rtasidagi muvozanat modeli bozorning mikro-iqtisodiy tahlilining asosini tashkil etadi.

Nazorat savollari

1. Jamiyatdagi iqtisodiy muammolarni idrok etishda "Mikro-iqtisodiyot" fanining roli.

2. Mikro-iqtisodiyot fani predmeti, vazifalari va metodi nimalardan iborat?

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 6

3. Tanlash muammosi deganda nimani tushunasiz?

4. Iqtisodiy tahlil metodologiyasi haqida tushuncha bering.

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. Iqtisodiyotning doimiy va bosh muammosi hamda uning yechimi.

2. Tanlash muammosining hal etilishi bo'yicha o'rganilayotgan mamlakatlar tajribasi.

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Termin va tushunchalarni izohlang

	Tushunchalar	
1.	<i>Mikroiqtisodiyot</i>	alohida iqtisodiy subyektlar (iste'molchilar, ishchilar, investorlar, firmalar va boshqa) faoliyatini o'rganadi. <i>Mikroiqtisodiyot</i> – bozor sharoitida konkret tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'mol hajmi, narhlarning shakllanishi, resurslarning tarmoqlararo qayta taqsimlanishi, iste'molchilarning tovar sotib olishi, ishlab chiqaruvchilarning esa uni ishlab chiqarish, sotish va shu kabi boshqa savollarni o'rganadi.
2.	<i>Resurslar</i>	inson uchun kerakli bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishda foydalaniladigan moddiy ne'matlar va xizmatlar yig'indisidir.
3.	<i>Ehtiyoj</i>	shaxsni xayot faoliyatini ushlab turish uchun shart bo'lgan obyektiv ehtiyojlar. Ehtiyojlar birlamchi (oziq – ovqat mahsulotlari) va ikkilamchi (tafakkurni kuchaytirish) bo'lishi mumkin.
4.	<i>Alternativ xarajatlar</i>	bir tovarni ishlab chiqarish, uning sonini oshirish uchun boshqa bir tovardan voz kechish alternativ harajatlar, yoki voz kechilgan imkoniyatlar xarajatlari.
5.	<i>Bozor</i>	alohida, mustaqil qaror qabul qiluvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar hamda sotuvchi va xaridorlar o'rtasidagi o'ziga xos shakldagi munosabatlar yig'indisidir.

6.	<i>Uy xo'jaliklari</i>	moliyaviy masalalarni birgalikda xal qiluvchi, bir tom ostida yashaydigan shaxslardan iborat xo'jalik birligidir. Uy xo'jaliklari iste'molchilar sektoriga tegishlidir.
7.	<i>Firma</i>	ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanadigan, asosiy ishlab chiqarish muammolarini shaxsan o'zi xal qiladigan iqtisodiy subyektdir. Firma ishlab chiqaruvchi sektoriga tegishlidir.
8.	<i>Davlat</i>	keng ma'noda xo'jalik subyekti va bozorni nazorat qilish xuquqiga ega yuridik va siyosiy xokimiyat organlari yig'indisidir. Davlat o'z faoliyatida jamiyatdagi farovonlik, samaradorlikni oshirishga xarakat qiladi.
9.	<i>Bozor iqtisodiyoti tizimi</i>	xususiy tadbirkorlik, tanlash erkinligi, raqobat muhitiga asoslanadi. Bozor iqtisodiyotida alohida subyektlarning shaxsiy qiziqishlari inobatga olinadi.

2- topshiriq

Masalalar

1. Kanstovar ishlab chiqarish texnologiyasi bo'yicha firma kuniga 10 000 ta ruchka va 6 000 ta qalam yoki 8 000 ta ruchka va 8 000 ta qalam ishlab chiqarish mumkin. Aniqlang:

Miqdor bo'yicha firmaning transformasion imkoniyatlarini baholang. Ma'lumotlarga ko'ra, qo'shimcha 2 000 ta qalam ishlab chiqarishning alternativ xarajatlari 2 000 ta ruchka ishlab chiqarishdan voz kechishni anglatadi. Transformasion imkoniyati 1:1 ga teng.

2. Toshkentdan Xorazmga sayohat poyezd bilan 8 soatni, samolyot bilan 3 soatni tashkil etadi. Samolyot chiptasi 250 000 so'm, poyezd chiptasi esa, 100 000 so'mni tashkil etadi. Sayohatga uch kishi Aliyev, Boqiyev va Vasilovlar ketishmoqda. Aliyev bir soat uchun 20 000, Boqiyev 30 000, Vasilov 50 000 so'm pul mablag'ini oladi. Ushbu shaxslar qaysi transport turida sayoharga chiqishlarini aniqlang. Ushbu masalada 100 000 so'm qaysi transport turida ketishdan qat'iy nazar qaytarilmaydigan harajardir ($250000 - 100000 = 150000$). Qaytarilmaydigan vaqt esa, 3 soatni tashkil etadi ($8 - 5 = 3$). Har bir sayohatchi uchun maqbul variantni aniqlang. Masalada mana shu 150 000 so'm va 5 soatni solishtirish kerak. Aliyev mana shu 5 soat ichida 100 000 so'm ishlab topadi ($5 \cdot 20000 = 100000$).

Uning alternativ harajati 100 000 dan kam, samolyot bileti 150 000 dan ortiq. Unga to'g'ri kelmaydi. U poyezd bilan ketadi.

Boqiyev $30000 \cdot 5 = 150000$. Unga baribir, poyezd yoki samolyot bilan. Vasilov esa, $50000 \cdot 5 = 250000$ so'm. Bu qo'shimcha 150 000 so'm harajatdan yuqori va u "vaqt bu - pul" degan qoidga amal qiladi. U albatta, samolyot bilan ketishni ixtiyor qiladi.

3- topshiriq

Testlar

1. Iqtisodiyot nazariyasi quyidagi muammolarni xal etishga qaratilgan.

a. Kambag'allar bo'lmisligi uchun, ne'matlarni qanday taqsimlash muammosini;

b. Boylar bo'lmisligi uchun, ne'matlarni qanday taqsimlash muammosini;

c. Ne'matlarning cheklanganligi muammosini;

d. Cheksiz ehtiyojlar muammosini.

2. Mikroiqtisodiyot o'rganadi:

a. Iqtisodiy subyektning ratsional xatti-xarakatini;

b. Bozor narxining shakllanishini;

c. Resurslarni taqsimlash muammosini;

d. Yuqoridagilarni barchasi.

3. Qaysi ta'kid to'g'ri?

a. Sariyog' ishlab chiqarish qisqarsa, non ishlab chiqarish ortadi.

b. Sariyog' ishlab chiqarish non ishlab chiqarishdan yuqori bo'lishi kerak.

c. Sariyog' va non ishlab chiqarish davlatning ehtiyojlariga mos kelishi kerak.

d. Sariyog' va non ishlab chiqarish iqtisodiy subyektlarning talablariga mos kelishi kerak.

4. "Chegaraviy" termini mikroiqtisodiyotga quyidagini anglatadi:

a. Iqtisodiy kattalikning ozgina o'zgarishi;

b. Iqtisodiy kattalikning chegaraviy o'zgarishi;

c. Iqtisodiy kattalikning qo'shimcha o'zgarishi;

d. Iqtisodiy kattalikning katta darajada o'zgarishi;

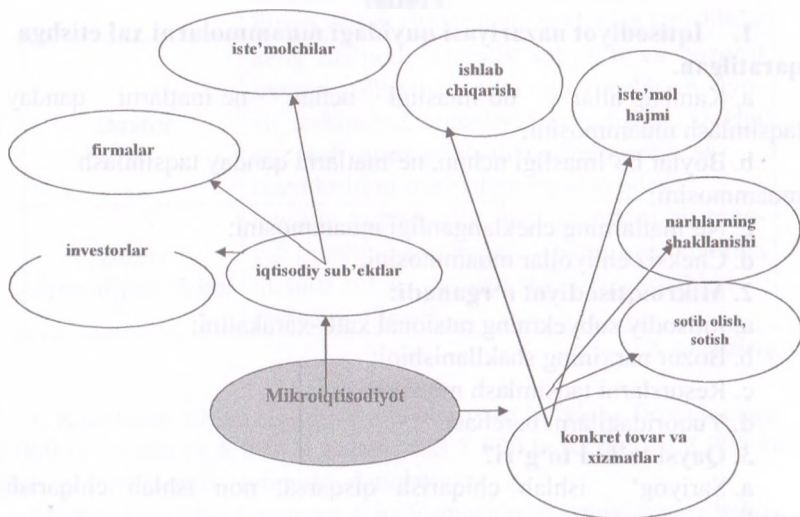
5. "Doiraviy oqim" modeli o'z ichiga quyidagilarni oladi:

a. Tovar-pul oqimini;

- b. Ne'matlar, xizmatlar bozori va ishlab chiqarish omillari bozori oqimi;
 c. Bozor narxlarining shakllanishi;
 d. A va B to'g'ri.

4- topshiriq

Klaster



5- topshiriq

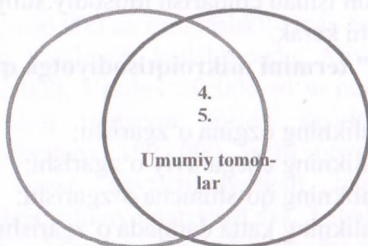
Venna diagrammasi

Mikroiqtisodiyot

Makroiqtisodiyot

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.



GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Mikroiqt isodiyot</i>	<i>Micro economy</i>	<i>Микро коно- мика</i>	alohida iqtisodiy subyektlar (iste'molchilar, ishchilar, investorlar, firmalar va boshqa) faoliyatini o'rganadi. <i>Mikroiqtisodiyot</i> – bozor sharoitida konkret tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'mol hajmi, narhlarning shakllanishi, resurslarning tarmoqlararo qayta taqsimlanishi, iste'molchilarning tovar sotib olishi, ishlab chiqaruvchilarning esa uni ishlab chiqarish, sotish va shu kabi boshqa savollarni o'rganadi.
2.	<i>Resurslar</i>	<i>Resources</i>	<i>Ресурсы</i>	inson uchun kerakli bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishda foydalaniladigan moddiy ne'matlar va xizmatlar yig'indisidir.
3.	<i>Ehtiyoj</i>	<i>Needs</i>	<i>Потребности</i>	shaxsni xayot faoliyatini ishlab turish uchun shart bo'lgan ob'ektlar ehtiyojlar. Ehtiyojlar birlamchi (oziq ovqat mahsulotlari) va ikkilamchi (tafakkurni kuchaytirish) bo'lishi mumkin.
4.	<i>Alternativ xarajat- lar</i>	<i>Alternative costs</i>	<i>Альтер- натив- ные</i>	bir tovarni ishlab chiqarish, uning sonini oshirish uchun boshqa bir tovardan voz

			<i>издержки</i>	kechish alternativ harajatlar, yoki voz kechilgan imkoniyatlar xarajatlari.
5.	<i>Bozor</i>	<i>Market</i>	<i>Рынок</i>	alohida, mustaqil qaror qabul qiluvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar hamda sotuvchi va xaridorlar o'rtasidagi o'ziga xos shakldagi munosabatlar yig'indisidir.
6.	<i>Uy xo'jaliklari</i>	<i>House holders</i>	<i>Домашние хозяйства</i>	moliyaviy masalalarni birgalikda xal qiluvchi, bir tom ostida yashaydigan shaxslardan iborat xo'jalik birligidir. Uy xo'jaliklari iste'molchilar sektoriga tegishlidir.
7.	<i>Firma</i>	<i>Firm</i>	<i>Фирма</i>	ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanmaydigan, asosiy ishlab chiqarish muammolarini shaxsan o'zi xal qiladigan iqtisodiy subyektdir. Firma ishlab chiqaruvchi sektoriga tegishlidir.
8.	<i>Davlat</i>	<i>Government</i>	<i>Государство</i>	keng ma'noda xo'jalik subyekti va bozorni nazorat qilish xuquqiga ega yuridik va siyosiy xokimiyat organlari yig'indisidir. Davlat o'z faoliyatida jamiyatdagi farovonlik, samaradorlikni oshirishga xarakat qiladi.
9.	<i>Bozor iqtisodiyoti tizimi</i>	<i>Market economy system</i>	<i>Система рыночной экономики</i>	xususiy tadbirkorlik, tanlash erkinligi, raqobat muhitiga asoslanadi. Bozor iqtisodiyotida alohida subyektlarning shaxsiy qiziqishlari inobatga olinadi.

2–MAVZU. BOZORDAGI TALAB VA TAKLIF¹

Mavzuning o‘quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Bozor mexanizmi va uning elementlari
2. Bozordagi talab. Talab qonuni. Talabga ta‘sir etuvchi omillar
3. Bozordagi taklif. Taklif qonuni. Taklifga ta‘sir etuvchi omillar
4. Talab va taklif muvozanati.

1. Bozor mexanizmi va uning elementlari

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

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

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

Turli tizimlarni tasniflash ikki mezonga asoslanadi :

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

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

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

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 19-20.

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

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

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

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

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

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

Infratuzilma – bozorga xizmat ko‘rsatuvchi, uning me'yorda faoliyat borishi, tovar va xizmatlarni xarakatlanishiga yordam beruvchi institutlar majmuasini tashkil qiladi.

Infratuzilma o‘z ichiga quyidagi elementlarni oladi :

1. Birjalar (tovar, fond, valyuta)
2. Auksionlar, yarmarkalar
3. Ulgurji va chakana savdo qiluvchi korxonalar
4. Banklar, fondlar
5. Sug‘urta kompaniyalari
6. Mehnat birjasi
7. Axborot markazlari
8. Yuridik kontoralar
9. Reklama agentliklari
10. Auditorlik va konsalting firmalari

Bu elementlar bir – biri bilan o‘zaro bog‘liq. Agar ular bir – biri bilan mutanosiblikda rivojlansa, iqtisodiyotda muvozanat bo‘ladi,

agarda birorta element beqarorlashsa (masalan, bank sohasi) bozor iqtisodiyotining umumiy holatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Bozor tarkibi – alohida bozor elementlarining tartib bilan joylashuvi.

Bozor tarkibini turlicha tasniflash mumkin.

1. Bozor munosabatlarining obyektiga qarab: iste'mol tovarlari bozori, xizmatlar, sanoat mahsulotlari, xom – ashyo, qimmatli qog'ozlar bozori va boshqalar;

2. Bozor munosabatlarining subyektiga qarab: xaridorlar va sotuvchilar bozori;

3. Geografik joylashuviga qarab: mahalliy bozor, jahon bozori;

4. Raqobat muhitiga qarab: mukammal raqobatlashgan bozor, nomukammal raqobatlashgan bozor;

5. Tarmoqlar bo'yicha: avtomobil bozori, neft bozori;

6. Sotish xarakteriga qarab: ulgurji va chakana bozor;

7. Qonunchilikka muvofiqligiga qarab: qonuniy va noqonuniy bozor, "qora" bozor.

Tarixiy tajribaga muvofiq, bozor mexanizmi quyidagi ustunliklarga ega:

Bozor – quyidagi shart-sharoitlarni taminlaydi:

1. O'zgaruvchan sharoitlarga tezda moslashishga yordam beradi.

2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida fan va texnika yutuqlaridan unumli foydalanishni ta'minlaydi.

3. Resurslarni samarali taqsimlaydi.

4. Insonlarning turli ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishni yo'lga qo'yadi.

Shu bilan birgalikda bozor mexanizmi mukammal emas, uning kamchiliklari ham mavjud:

1. Bozor aholi uchun ijtimoiy himoyani;

2. Ish bilan ta'minlash, doimiy daromadni;

3. Barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlamaydi, chunki bozorda siklli rivojlanish bo'ladi, ya'ni o'sish, jonlanish, iqtisodiy pasayish, inqiroz, infilatsiya, ishsizlik holatlari ham bo'ladi.

Bularning holatlarning barchasi iqtisodiyotga davlatning aralashuvi zarur ekanligini ko'rsatadi.

Bozor muvafqiyatsizliklari – bozor mexanizmining iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlab bera olmaydigan iqtisodiy vaziyatdir.

Iqtisodiy nazariyada bozor munosabatlarining uchta subyektini alohida ko'rsatiladi – Uy xo'jaliklari, firmalar va davlat.

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

Firma – ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanadigan, asosiy ishlab chiqarish muammolarini shaxsan o'zi xal qiladigan iqtisodiy subyektdir. Firma ishlab chiqaruvchi sektoriga tegishlidir.

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

2. Bozordagi talab. Talab qonuni.

Talabga ta'sir etuvchi omillar

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

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

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

Talab individual va bozor talabiga bo'linadi. Individual talab alohida shaxsning talabi, ularning jami, bozor talabini keltirib chiqaradi.

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

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

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

Bozor eksperimenti (tadqiqoti) – yangi parametrlar, yangi narxlar o'rnatilganda, iste'molchilarni solishtirma taxlil qilinganda tovarni to'g'ridan-to'g'ri test qilishni ko'zda tutadi.

Statistik usul - real statistik ma'lumotlarni o'rganish asosida ma'lum davr uchun aniq bir tovarga bo'lgan talab va narxni o'zaro bog'liqligi, talabga ta'sir etuvchi boshqa omillar tadqiq qilinadi.

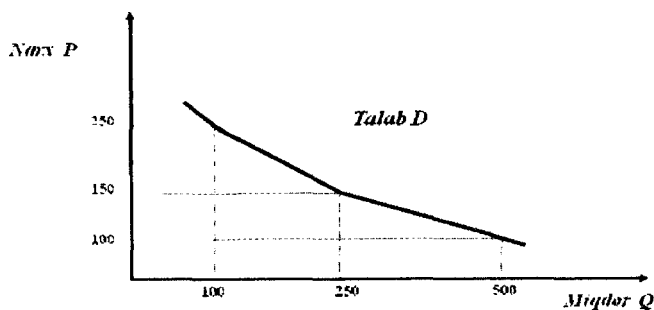
Talabning hajmini aniqlash uchun, talab hajmi va talab narxi kabi ko'rsatgichlardan foydalaniladi.

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

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

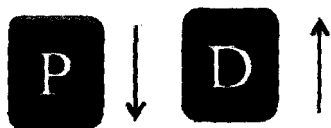
Agarda bozordagi real narx, konkret iste'molchi talabi narxidan past bo'lsa, unda ortiqcha iste'molchilar paydo bo'ladi, mazkur tovar va xizmatlar sotib olayotgan shaxs sof foyda oladi.

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



1-rasm. Talab egri chizig'i

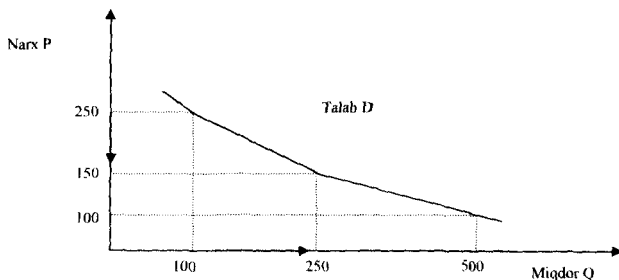
Talab hajmi va talab narxi o'rtasidagi teskari bog'liqlik ***talab qonuni*** deyiladi. Bu qonunning mohiyati shundaki, arag biror bir tovarga bo'lgan narx pasaysa, unga bo'lgan talab ortib boradi, teskari, agar narx oshib borsa, talab xajmi pasayadi.



Талаб қонуни

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

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



2-rasm. Talabning o'zgarishi

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

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

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

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

1. Iste'molchilarning xohish va istaklari;
2. Iste'molchilarning daromadlari;

3. Iste'molchilarning soni;
4. Boshqa tovarlarga bo'lgan narxlar;
5. Yaqin kelajakdagi iqtisodiy o'zgarishlar.

Bularga mos ravishda tovarni ham shartli ravishda quyidagilarga ajratish mumkin:

1. Neytral tovarlar – asosiy tovarga nisbatan kam darajada ta'sir ko'rsatuvchi tovarlar. Masalan choy.

2. O'rnini bosuvchi tovarlar – asosiy tovarga raqobatbardosh bo'lgan tovarlar. Masalan: kofe o'rniga choy.

3. To'ldiruvchi xarakterdagi tovarlar – asosiy tovarni to'ldiruvchi tovarlar. Masalan: choy va kofeni to'ldiruvchi shakar.

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

– **funksional talab**, tovarning iste'molchilik sifatlarini taqozo etuvchi talab

– **nofunksional talab**, iste'molchilik xarakteristikalaridan tashqari, boshqa omillarni ham taqozo etuvchi talab.

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

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

Ko'rgazmali iste'mol samarasi bu shunday paradoksal holatki, bunda tovarlarga bo'lgan talab ularni boshqa (o'ziga o'xshash) tovarlarga nisbatan yuqori narxda bo'lganligiga sabab oshib boradi. Bunga sabab bu tovarni yuqori obro'-e'tiborga ega, elita ko'rinishida bo'lganligidir. Bu holatni ilk bor amerikalik iqtisodchi Torsten Veblen aniqlagan va o'z asarida aks ettirgan¹.

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 132-133.

3. Bozordagi taklif. Taklif qonuni. Taklifga ta'sir etuvchi omillar

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

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

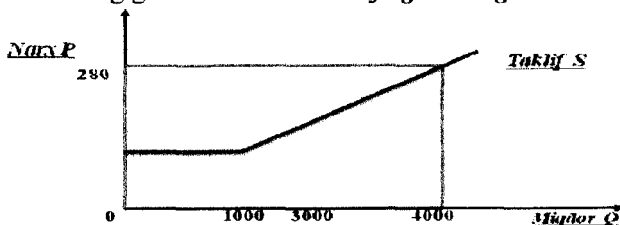
Taklif xajmi Q_s – joriy vaqtda bozorda sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar xajmi, soni. Ularning xajmi doimiy ravishda ishlab chiqarish va sotish xajmi bilan bir xil bo'lavermaydi.

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

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

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

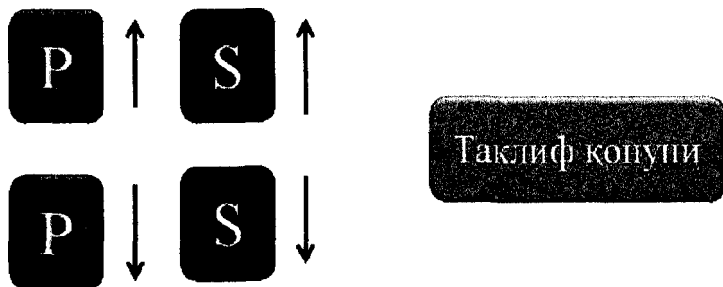
Taklif xajmi nafaqat narxga balki, bozor kon'yunkturasining boshqa parametrlariga ham bog'liq. Bu bog'liqlik **taklif funksiyasi** deb ataladi. Uning grafik ko'rinishi **taklif egri chizig'i** hisoblanadi.



3-rasm. Taklif egri chizig'i

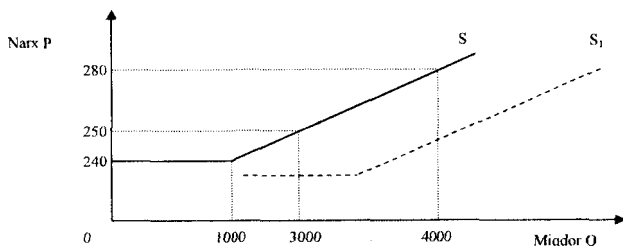
Aksariyat bozorlar uchun taklif egri chizig'i o'sib boruvchi xarakterga ega, chunki bozordagi narx qanchalik yuqori bo'lsa, ishlab chiqaruvchi firmalar mazkur tovarni ko'proq ishlab chiqarish va sotishni istaydilar. Narxlarning yanada yuqorilab borishi firmalarga qo'shimcha ishchi kuchi olish evaziga o'z ishlab chiqarishlarini yanada kengaytirish va daromadlarini oshirishlariga turtki bo'ladi.

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



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

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



5- rasm. Taklif egri chizig'ining o'zgarishi

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

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

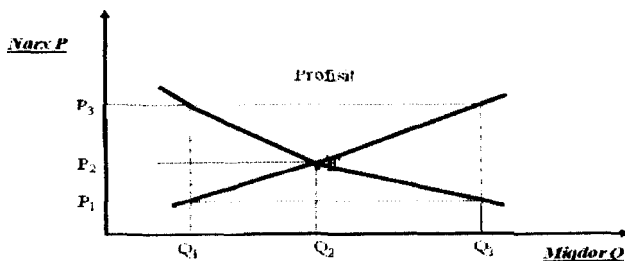
Taklifning narxga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

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

4. Talab va taklif muvozanati

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

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



5-rasm. Talab va taklif muvozanati.

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

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

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

Nazorat savollari

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

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. Bozordagi talabni aniqlash va tahlil qilish bo'yicha o'rganilayotgan mamlakatlar tajribasi.
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda talab va taklif qonunining amal qilish xususiyatlari.
3. O'zbekiston sharoitida bozor, uning tarkibi va amal qilish mexanizmi.

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Asosiy tushunchalar mazmunini izohlang

Bozor tarkibining tasniflanishi		
1.	Bozor munosabatlari ning obyektiga qarab:	iste'mol tovarlari bozori, xizmatlar, sanoat mahsulotlari, xom – ashyo, qimmatli qog'ozlar bozori va boshqalar;
2.	Bozor munosabatlari ning subyektiga qarab:	xaridorlar va sotib oluvchilar bozori;
3.	Geografik joylashuviga qarab:	mahalliy bozor, jahon bozori;
4.	Raqobat muhitiga qarab:	mukammal raqobatlashgan bozor, nomukammal raqobatlashgan bozor;
5.	Tarmoqlar bo'yicha:	avtomobil bozori, neft bozori;
6.	Sotish xarakteriga qarab:	ulgurji va chakana bozor;
7.	Qonunchilikka muvofiqligiga qarab:	qonuniy va noqonuniy bozor, "qora" bozor.

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

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

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

Talab hajmi va talab narxi o'rtasidagi teskari bog'liqlik **talab qonuni** deyiladi.

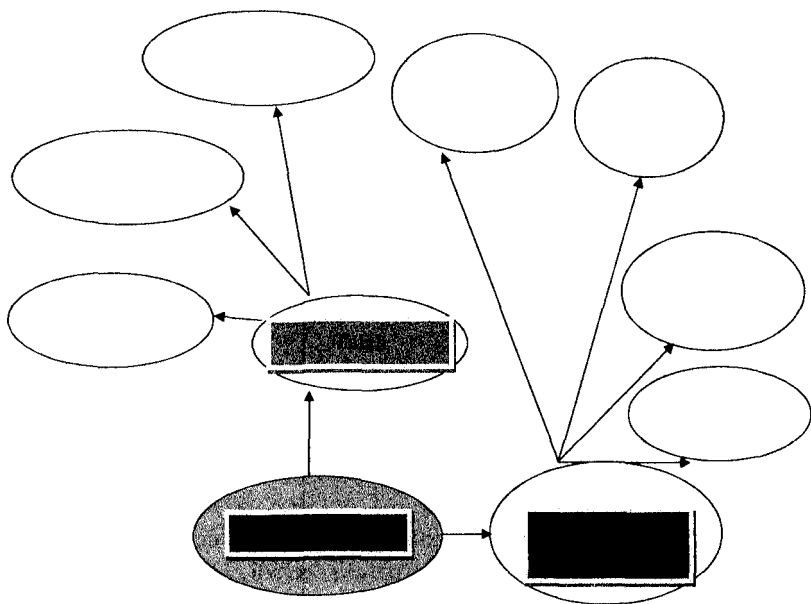
Taklif – joriy vaqtda bozorda mavjud va sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar yig'indisidir.

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

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

2- topshiriq

Ushbu klaster shaklini to'ldiring va rivojlantiring



3- topshiriq

Quyidagi savollar bo'yicha guruhlarda ishleng:

1. Talab qonunini tushuntiring. Talabga qanday omillar ta'sir qiladi? Bu omillardan har biri o'zgarsa, talab egri chizig'ida qanday o'zgarish ro'y beradi?

2. Taklif qonunini tushuntiring. Taklifga qanday omillar ta'sir qiladi? Bu omillardan har biri o'zgarsa, talab egri chizig'ida qanday o'zgarish ro'y beradi?

Masalalar

Namuna

1. Biror bir tovarga bo'lgan talab va taklif funksiyalari berilgan bo'lsin,

$$Q_d = 100 - 1.5P$$

$$Q_s = 20 + 0.5P$$

Berilgan funksiyalardan foydalanib bozor muvozanatini aniqlang.

Yechimi:

Bizga ma'lumki, bozor muvozanati talab va taklif hajmlari o'zaro tenglashganda ta'minlanadi. $Q_e = Q_D = Q_S$

$$\text{Demak, } 100 - 1.5P = 20 + 0.5P \Rightarrow 2P = 80 \Rightarrow P_e = 40$$

$$Q_e = 100 - 1.5 \times 40 = 40$$

Javob: Muvozanat narx 40 birlik, muvozanat hajm ham 40 birlikka teng

2. Talabalar oshxonasida taomga bo'lgan talab va taklif funksiyalari berilgan bo'lsin,

$$Q_d = 2400 - 100P$$

$$Q_s = 1000 + 250P$$

Q – bir kunda sotiladigan taomlar

hajmi. P – taom narxi (shartli birlikda)

1) Berilgan funksiyalardan foydalanib muvozanatli narx va hajmni aniqlang.

2) Rahbariyat talabalar haqida o'ylab taom narxini 3 sh.b qilib belgiladi, bu holat qanday oqibatlarga olib keladi.

Yechimi:

1) Bizga ma'lumki, muvozanat talab va taklif hajmlari o'zaro tenglashganda ta'minlanadi. $Q_e = Q_D = Q_S$ $P_e = P_D = P_S$

$$2400 - 100P = 1000 + 250P$$

$$1400 = 350P$$

$$P = 4 \text{ (sh.b)}$$

Narx orqali hajmni aniqlaymiz.

$$Q = 2400 - 100P$$

$$Q = 2400 - 100 \times 4$$

$$Q = 2000 \text{ (dona)}$$

2) Endi narx 3 (sh.b) qilib belgilandi.

$$Q_D(3) = 2400 - 100 \times 3$$

$$Q_D = 2100 \text{ (dona)}$$

$$Q_S(3) = 1000 + 250 \cdot 3$$

$$Q_S = 1750$$

Shunday qilib, agar narx 3 sh.b qilib belgilansa, $2000 - 1750 = 250$ dona kam taom sotiladi, erkin narxga nisbatan. Shu bilan birga defisit kuniga $2100 - 1750 = 350$ dona taomni tashkil etadi.

3. Mandaringa bo'lgan talab va taklif funksiyalargi quyidagicha berilgan

$$Q_D = 5000 - 5P;$$

$$Q_S = -500 + 5P$$

Bozorning muvozanat parametrlari aniqlansin.

4. Biror tovarga talab funksiyasi $Q_D = 1200 - 5P$, taklif funksiyasi esa $Q_S = -300 + 2.5P$ ko'rinishida berilgan. Ishlab chiqaruvchilarning har bir ishlab chiqarilgan tovari uchun davlat tomonidan narx 150 so'm qilib belgilandi. Aniqlansin:

1) Berilgan funksiyalardan foydalanib bozorning muvozanat parametrlari aniqlansin.

2) Ishlab chiqaruvchining holati qanday o'zgaradi?

Testlar

1. Bozor talabiga quyidagi omillardan qaysi biri ta'sir etmaydi?

- a) istemolchilarning daromadi;
- b) o'rnini bosuvchi tovarlar narxi;
- c) to'ldiruvchi tovarlar narxi;
- d) istemolchilar soni;
- e) sotuvchilar soni.

2. Agar bozor narxi muvozanat narxdan past bo'lsa:

- a) ortiqcha taklif paydo bo'ladi;
- b) defitsit paydo bo'ladi;
- c) istemolchilar bozori paydo bo'ladi;
- d) resurslar narxi kamayadi;
- e) sotuvchilar kamayadi.

3. Tovarning muvozanat narxi bu-

- a) ortiqcha talabni paydo qiladigan narxdan yuqori narx;
- b) ortiqcha talab ham, ortiqcha taklif ham bo'lmaydigan narx;
- c) ortiqcha taklifni paydo qiladigan narxdan yuqori narx;
- d) hammasi to'g'ri;
- e) to'g'ri javob keltirilmagan.

4. Texnologiyaning takomillashuvi nimaning siljishiga olib keladi:

- a) egri talab chizig'ini yuqori va o'ngga;
- b) egri talab chizig'ini chapga va pastga;
- c) egri taklif chizig'ini yuqori va o'ngga;
- d) egri taklif chizig'ini chapga va pastga;
- e) to'g'ri javob keltirilmagan.

5. X mahsulotni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan materiallar narxi oshganligi uchun:

- a) talab egri chizig'i yuqoriga (o'ngga siljiydi);
- b) taklif egri chizig'i (chapga siljiydi);
- c) talab va taklif egri chiziqlari yuqoriga siljiydi;
- d) taklif egri chizig'i pastga (o'ngga siljiydi);
- e) to'g'ri javob keltirilmagan.

6. Talab hajmiga quyidagi omillardan qaysi biri ta'sir ko'rsatmaydi?

- a) iste'molchilar daromadi;
- b) to'ldiruvchi tovarlar narxining o'zgarishi;

- c) resurslarning narxi;
- d) iste'molchilar soni;
- e) to'g'ri javob keltirilmagan.

7. Taklif qonuniga ko'ra, boshqa omillar o'zgaras bo'lgan sharoitda tovar narxining ko'tarilishi:

- a) talabning oshishiga;
- b) taklifning pasayishiga;
- c) taklif hajmining oshishiga;
- d) taklif hajmining pasayishiga olib keladi;
- e) to'g'ri javob yo'q.

8. Bozor infratuzilmasi- bu:

- a) monopoliya, oligopoliya, talab, taklif;
- b) ayirboshlash munosabatlariga xizmat qiluvchi muassasaviy tuzilma;
- c) bozorga jalb etilgan tovar va xizmatlar;
- d) hammasi to'g'ri.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>An'anaviy iqtisodiy tizim</i>	<i>Traditional economic system</i>	<i>Традицион ная экономи- ческая система</i>	tabiiy, ya'ni qishloq xo'- jaligi ishlab chiqarishiga asoslanadi.
2.	<i>Bozor iqtisodiyoti tizimi</i>	<i>Market economy system</i>	<i>Система рыночной экономики</i>	xususiy tadbirkorlik, tan- lash erkinligi, raqobat mu- hitiga asoslanadi. Bozor iqtisodiyotida alohida sub- yektlarning shaxsiy qizi- qishlari inobatga olinadi. "Sof bozor iqtisodiyoti" – davlatning iqtisodiyotga aralashuvini, boshqaruvini to'liq inkor etadi. Davlat

				faqat “o‘yin qoidalariga” rioya qilinishini nazorat qilib turadi. Bozordagi subyektlar faqatgina shaxsiy manfaatlari, foydalarini ko‘zda tutib, faoliyat olib boradilar.
3.	<i>Ma'muriy buyruq-bozlikka asoslangan qisodiy tizim</i>	<i>Administrative command system</i>	<i>Административно командная система</i>	bozor iqtisodiyotiga teskari tizim bo‘lib, davlat mulkchiligiga asoslanadi, ya’ni barcha vositalar davlatga tegishli bo‘ladi.
4.	<i>Infratuzilma</i>	<i>Market infrastructure</i>	<i>Рыночная инфраструктура</i>	bozorga xizmat ko‘rsatuvchi, uning me’yorda faoliyat borishi, tovar va xizmatlarni xarakatlanishiga yordam beruvchi institutlar majmuasini tashkil qiladi.
5.	<i>Bozor tarkibi</i>	<i>Market component</i>	<i>Компоненты рынка</i>	alohida bozor elementlarining tartib bilan joylashuvi.
6.	<i>Bozor muvafaqqiyatsizliklari</i>	<i>Market failures</i>	<i>Провалы рынка</i>	bozor mexanizmining iqtisodiy resuslarni samarali taqsimlab bera olmaydigan iqtisodiy vaziyatdir.
7.	<i>Bozordagi talab</i>	<i>Demand</i>	<i>Спрос</i>	bozordagi tovar yoki xizmatga bo‘lgan insonlarning ehtiyojini bilvosita ko‘rinishidir. Talab – tovar yoki xizmatga bo‘lgan to‘lov qobiliyatli ehtiyojdir.
8.	<i>Talab (D)</i>	<i>Quantity of demand</i>	<i>Объём спроса</i>	bu nafaqat istak, balki bozordagi narx bo‘yicha uni olish imkoniyatini bildiradi.

9.	Talab narxi (P_d)	Price of demand	Цена спроса	joriy vaqtda aniq tovar va xizmatlar uchun xaridorlar tomonidan to'lanadigan maksimal narx.
10.	Ommaviy iste'mol samarasi	Effectiveness of mass consumption	Эффект от массового потребления	tovarga bo'lgan individual talabning oshib borishi natijasida unga bo'lgan bozor talabi kengayib borishi tushuniladi. Ommaviy iste'mol insonlarni zamondan ortda qolmaslikka ijtimoiy doiraga mos kelishga intilishini ko'rsatadi.
11.	Snob samarasi	Effectiveness of snob	Эффект от сноба	ommaviy iste'mol qilina-yotgan tovarga individual talabning qisqarishi tushuniladi. Bu samara iste'molchilarni ommadan ajralib turishga xarakat qilishida, individuallikka intilishida ko'zga tashlanadi. Kamyob san'at asarlari, qimmatbaho sport mashinalari va zamonaviy kiyim-kechaklar snob tovarlari deyiladi. Ularni xarid qilish, yagona birlikdagi tovarlarga egalik qilish, individuallikka intilish hisoblanadi.
12.	Ko'rgazmali iste'mol samarasi	Effectiveness of show consumption	Эффект от наглядного потребления	bu shunday paradoks holatki, bunda tovarlarga bo'lgan talab ularni boshqa (o'ziga o'xshash) tovarlarga nisbatan yuqori narxda bo'lganligiga sabab oshib boradi. Bunga sabab

				bu tovarni yuqori obro'-e'tiborga ega, elita ko'rinishida bo'lganligidir. Bu holatni ilk bor amerikalik iqtisodchi Torsten Veblen aniqlagan va o'z asarida aks ettirgan.
13.	<i>Taklif (S)-</i>	<i>Supply</i>	<i>Предложение</i>	joriy vaqtda bozorda mavjud va sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar yig'indisidir.
14.	<i>Taklif narxi</i>	<i>Price of supply</i>	<i>Цена предложения</i>	joriy vaqtda, joriy joyda, mavjud tovarga sotuvchi tomonidan qo'yiladigan minimal narx.
15.	<i>Bozor muvozanati</i>	<i>Market equilibrium</i>	<i>Рыночная равновесие</i>	iqtisodiy subyektlarni qoniqtiradigan va unga hech qanday o'zgartirish kiritishni talab etmaydigan bozor xolati.

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI

1- KEYS: BUG'DOY BOZORI¹

Bug'doy muhim qishloq xo'jalik maxsulotlari, shu bois uning bozori qishloq xo'jaligi bo'yicha mutaxassis bo'lgan iqtisodchilar tomonidan bataqsil o'rganiladi. 80-yillar boshda bug'doy bozorida jiddiy o'zgarishlar yuz berdi, bu Amerika fermalari va AQShning qishloq xo'jaligi borosidagi siyosati uchun jiddiy oqibatga olib keldi. Nima bo'lganini anglab olish uchun taklif va talabning qanday o'zgarganligini o'rganib chiqish zarur.

Statistik ma'lumotlardan aniqlash mumkinki, 1981 yilda bug'doy taklifi egri chizig'i quyidagi shaklga yaqin bo'ldi

$$QS = 1800 + 240P$$

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 36.

Bunda bug'doy narxi bir bushel uchun dollarda bedgilanadi, bug'doy taklifi esa bir yilga million beshel hisobidan o'lchanadi. Bu ma'lumotlar ko'rsatishicha, 1981 yili bug'doyga talab egri chizig'i quyidagicha iqodalanadi.

$$QD = 3550 + 266P$$

Talab va taklifni tenglashtirib, bug'doyning 1981 yildagi muvozanatli narxini quyidagicha ifodalash mumkin:

$$QS = QD$$

$180 + 240P = 350 - 266P$ yoki $506P = 1750$, bunda ir bushel bug'doy narxi 3.45 dollarni tashkil etadi.

Shuni qayd etish kerakki. bug'doyga talab ikki xil bo'ladi —ichki (amerikalik istemolchilarniki) a tashqi (ekesport, xorijdagi istemolchilarniki).

80-yillarning o'rtalariga kelib, bug'doyga ichki talab ozgina ko'tariladi, tashqi talab keskin pasayib ketdi va uning yanada pasayishiga moyiligi ravshan bo'lib qoldi. Ekesport talabining qisqarish sabablari ko'p. 1985 yildga borib bug'doyga talab egri chizig'ning tenglamasi quyidagicha ko'rinishda bo'ladi.

$$QD = 2580 - 194P$$

Takliq egri chizig'inig xolatini taxminan 1981 yildagidek qoldi.

Endi taklif va talabni tenglashtirish va 1985 yilgi muvozanatli narxni aniqlash mumkin: $1800 + 240P = 2580 - 194P$ yani bir bushel bug'doy narxi $P = 1.8$ dollar.

Biz shuni ko'rishimiz mumkinki, tashqi talablardagi katta siljish, bozordagibug'doy narxini -1985 yilg 3.46 dollardan 1985 yilda narx 1.80 dollargacha pasayishga olib keldi. Haqiqatan ham 1981 yilgi narx 3.46 dollarga yaqin, 1985 yilgi u 1.8 dollarga qadar tushib kutganmi? Yo'q, albatta. Istemolchilar 1981 yili 3.7 dollarga yaqin, 1985 yili esa 3.2 dollar to'lashgan. Boz ustiga amerikalik fermerlar har bir bushel uchun 4 dollardan ziyod pul olishgan. Nega? Chunki AQSh hukumati bug'doy narxini saqlab turgan va fermerlarga subsidiya to'lagan.

EXAMPLE 2.5 The Market for Wheat



Wheat is an important agricultural commodity, and the wheat market has been studied extensively by agricultural economists. During the 1980s and 1990s, changes in the wheat market had major implications for both American farmers and U.S. agricultural policy. To understand what happened, let's examine the behavior of supply and demand over this period.

From statistical studies, we know that for 1981 the supply curve for wheat was approximately as follows:⁷

$$\text{Supply: } Q_S = 1800 + 240P$$

where price is measured in nominal dollars per bushel and quantities in millions of bushels per year. These studies also indicate that in 1981, the demand curve for wheat was

$$\text{Demand: } Q_D = 3550 - 266P$$

By setting the quantity supplied equal to the quantity demanded, we can determine the market-clearing price of wheat for 1981:

$$Q_S = Q_D$$

$$1800 + 240P = 3550 - 266P$$

$$506P = 1750$$

$$P = \$3.46 \text{ per bushel}$$

To find the market-clearing quantity, substitute this price of \$3.46 into either the supply curve equation or the demand curve equation. Substituting into the supply curve equation, we get

$$Q = 1800 + (240)(3.46) = 2630 \text{ million bushels}$$

⁷For a survey of statistical studies of the demand and supply of wheat and an analysis of evolving market conditions, see Larry Salathe and Sudchada Langley, "An Empirical Analysis of Alternative Export Subsidy Programs for U.S. Wheat," *Agricultural Economics Research* 38, No. 1 (Winter 1986). The supply and demand curves in this example are based on the studies they survey.

3-MAVZU. TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIGI

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Elastiklikning mohiyati va uning asosiy xususiyatlari.
2. Narx bo'yicha talab elastikligi.
3. Daromad bo'yicha talab elastikligi.
4. Taklifning elastikligi.

1. Elastiklikning mohiyati va uning asosiy xususiyatlari¹

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

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

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

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

Elastiklikning iqtisodiy tahlilga kiritilishi katta ahamiyat kasb etadi. Jumladan,

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

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 32-33.

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

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

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

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

$$E = \frac{A}{B};$$

A o'zgaruvchining foizdagi o'zgarishi

B o'zgaruvchining foizdagi o'zgarishi

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

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

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

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

2. Narx bo'yicha talab elastikligi

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

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

Narxga bog'liq talab elastikligini quyidagicha yozamiz:

$$E^P = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

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

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

$$\Delta Q\% = \frac{\Delta Q}{Q} * 100\% ; \Delta P\% = \frac{\Delta P}{P} * 100\% ;$$

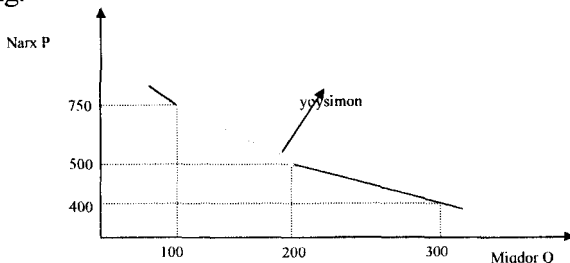
Narxga bog'liq talab elastikligi talab chizig'ining alohida nuqtasida o'lchanadi va egri chiziq bo'yicha siljiganimizda, u o'zgarib boradi. Shunga mos ravishda, real statistik ma'lumotlarga ko'ra, **nuqtaviy** va **yoysimon** elastiklik koeffisientlarini aniqlash mumkin.

Yoysimon elastiklik koeffisientini aniqlash formulasi:

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1)/2} \cdot \frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1)/2}$$

Misol: Limonga bo'lgan talab 100 dona bo'lganda, har bir limonning narxi 750 so'mni tashkil qildi, talab 200 dona bo'lganda, har bir dona limon 500 so'm bo'lsin.

Talab egri chizig'ini chizing va yoysimon elastiklik koeffisientini hisoblang.



6-rasm. Narxga bog'liq talab elastikligi va yoysimon elastiklik koeffisienti.

Bu yerda Q_1 - va P_1 - talabning va tovar narxining boshlang'ich qiymatlari, Q_2 - va P_2 - talabning va tovar narxining o'zgargan qiymatlari.

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

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

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

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

Talabning narx elastikligiga ta'sir etadigan omillardan quyidagilarini alohida ko'rsatish mumkin:

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

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

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

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

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

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

3. Daromad bo'yicha talab elastikligi

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

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

$$E_d^1 = \frac{\Delta Q \%}{\Delta I \%}$$

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

4. Taklifning elastikligi¹

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

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

$$E_s^p = \frac{\Delta Q \%}{\Delta P \%}$$

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

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 43.

Taklif elastikligini aniqlab beruvchi asosiy omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

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

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

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

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

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

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

Nazorat savollari

1. Elastiklik tushunchasiga ta'rif bering, uning xususiyatlari nimalardan iborat?

2. Giffen tovarlari deb qanday tovarlarga aytiladi? Misollar keltiring.

3. Narx bo'yicha talab elastikligi nima?

4. Daromad bo'yicha talab elastikligi qanday bo'ladi?

5. Taklifning elastikligini ta'riflang.

6. Talabning narx elastikligiga ta'sir etadigan omillar nimalardan iborat?

7. Taklif elastikligini aniqlab beruvchi asosiy omillar nimalardan iborat?

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. O'rganilayotgan mamlakatlar amaliyotida elastiklikni iqtisodiy tahlilga kiritilishining ahamiyati.

2. O'zbekiston sharoitida talab va taklif hamda ularni o'zgarishiga ta'sir etuvchi asosiy omillar.

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Blis-so'rov uchun savollar

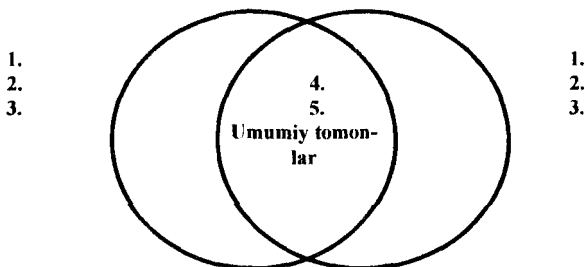
1. Elastiklikning umumiy tushunchasiga ta'rif bering.
2. Elastiklikning xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Narx bo'yicha talab elastikligi nima?
4. Daromad bo'yicha talab elastikligi qanday bo'ladi?
5. Taklifning elastikligini ta'riflang.

2- topshiriq

Venna diagrammasi

Talabning elastikligi

Taklifning elastikligi



3- topshiriq

Misol va masalalar

1. Tarvuzga bo'lgan talab 100 dona bo'lganda har bir tarvuz narxi 3100 so'mni tashkil qiladi. 160 dona bo'lganda bir dona tarvuz 2900 so'm bo'lsin. Yoysimon elastiklik koeffitsientini hisoblang?

2. Iste'molchining daromadi yiliga 700 000 so'mdan 1 mln.ga oshdi. Makaronga bo'lgan talab yiliga 3 kg dan 1 kg ga pasaydi. Yog'ga bo'lgan talab 5 kg dan 7 kg ga oshdi, daromadga nisbatan va mahsulot xarakteriga nisbatan talab elastikligini aniqlang?

3. Agarda daromadlarning 1,1 marotobaga ortishi natijasida choynaklarga bo'lgan talabning 5 % ga ortishi natijasida choynaklar bo'yicha olingan daromadlarning elastikligi nimaga teng?

4. Bug'doyga bo'lgan narxning talab elastikligi 0,8 ga teng bo'lgan holda barcha xarajatlarni saqlagan holda fermerlarga hosildorlikni 10 foizga oshirish foydalimi?

5. Daftarga bo'lgan talab 100 dona bo'lganda har bir daftar narxi 1000 so'mni tashkil qiladi. Talab 200 dona bo'lganda bitta daftar narxi 900 so'm bo'lsin. Yoysimon elastiklik koeffisientini hisoblang?.

6. Quyidagi jadvalda talab funksiyasi berilgan. Bo'sh kataklarni to'ldiring.

P	Q	TR	$\Delta P/P$	$\Delta Q/Q$	Ed	Talab
1	7	7	100	14	0,14	noelastik
2	6					
3	5					
4	4					
5	3					
6	2					
7	1					

4- topshiriq

Testlar

1. Talabning elastikligi quyidagicha aniqlanadi:

a) talab qilinayotgan miqdor o'zgarishining narx o'zgarishiga nisbati orqali;

b) narx o'zgarishining talab qilinayotgan miqdor o'zgarishiga nisbati orqali;

c) miqdorning foiz o'zgarishini narxning foiz o'zgarishiga nisbati orqali;

d) talab egri chizig'i orqali;

e) talab egri chizig'i orqali.

2. Tovarining narxga bog'liq talab elastikligi 0.5 ga teng bo'lsa, bunda:

a) narxning har qanday o'zgarishi talabni 50 %ga o'zgartiradi;

b) talab qilinayotgan miqdorning 1% o'sishiga narxning 0.5 % kamayishiga mos keladi;

c) talab qilinayotgan miqdorning 1% o'sishiga narxning 2% o'sishi mos keladi;

d) narxning 0.5 o'zgarishi, talabni ham xuddi shu miqdorda o'zgartiradi;

e) to'g'ri javob keltirilmagan.

3. Narx bo'yicha taklif mutloq elastik bo'lgani holda, ishlab chiqaruvchidan sotilgan har birlik mahsulot uchun belgilangan soliq olinsa, u holda:

- a) muvozanat narx ko'tariladi;
- b) muvozanat sotuv hajmi kamayadi;
- c) iste'molchi ortiqchaligi kamayadi;
- d) sotuvchilar ortiqchaligi kamayadi;
- e) to'g'ri javob keltirilmagan;

4. Talabning narx bo'yicha elastikligi:

- a) zeb-ziynat buyumlariga qaraganda kundalik ehtiyoj mollarida nisbatan yuqori bo'ladi;
- b) iste'molchilar uchun eng zaruriy hisoblangan tovarlarda yuqori bo'ladi;
- c) tovar ishlab chiqarishning al'ternativ harajatlari katta bo'lganda yuqori bo'ladi;
- d) tovar iste'molchiga kamroq zarur bo'lsa yuqori bo'ladi;
- e) to'g'ri javob keltirilmagan.

5. Agar taklif noelastik bo'lib, unga bo'lgan talab kamaysa, sotuvchining daromadi:

- a) o'sadi;
- b) kamayadi;
- c) agar talab elastik bo'lsa kamayadi;
- d) agar talab noelastik bo'lsa kamayadi;
- e) o'zgarmaydi.

6. Agar tovarning miqdori bir xil narxda sotilsa, u holda bu tovarga bo'lgan talab:

- a) mutloq noelastik hisoblanadi;
- b) mutloq elastik hisoblanadi;
- c) noelastik hisoblanadi;
- d) elastik hisoblanadi;
- e) birga teng.

7. Tovar narxining 1 % ga kamayishi natijasida unga bo'lgan talab hajmi 2 % ga oshsa, bunday talabga:

- a) elastik;
- b) noelastik;
- c) birlik elastik;
- d) mutloq noelastik talab deyiladi;

8. Agar mahsulotning narxi 5 % ga tushganda unga bo'lgan taklif hajmi 9 % ga pasaysa, bunday taklif:

- noelastik;
- birlik elastik;
- elastik;
- mutloq elastik taklif deb yuritiladi;
- to'g'ri javob keltirilmagan.

GLOSSARIY

	Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atama-ning ingliz tilida nomlanishi	Atama-ning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	Elastiklik koeffisienti	Coefficient of elastic	Коэффициент эластичности	bir omilning boshqa bir omil bir foizga o'zgarishi natijasida son jihatidan o'zgarishi darajasini bildiradi.
2.	To'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik	Positive coefficient	Позитивный коэффициент	(ijobiy koeffisient) bunda bir omilni o'sib borishi boshqa bir omilni oshib borishiga turtki bo'ladi.
3.	Qarama-qarshi bog'liqlik	Negative coefficient	Негативный коэффициент	(salbiy koeffisient) bunda bir omilning ortib borishi boshqa bir omilni yo'q bo'lib ketishiga olib keladi. Masalan, daromad bo'yicha talab elastikligining ortib borishi natijasida birmuncha pastroq darajadagi tovarlarning yo'q bo'lib ketishiga olib keladi.
4.	Narx bo'yicha talab elastikligi E_d^P	Elastics of demand according to price	Эластичность спроса по цене	narxning bir foizga o'zgarishi natijasida talabning son jihatdan foiz bo'yicha o'zgarishi darajasini ko'rsatadi.

5.	Talab elastik	Elastic of demand	Эластичный	Agar talabning narx bo'yicha elastiklik koeffisienti $E_d > 1$ bo'lsa, <i>talab elastik</i> deyiladi.
6.	Talab noelastik	No elastics of demand	Неэластичный	Agar talabning narx bo'yicha elastiklik koeffisienti $E_d < 1$ bo'lsa, <i>talab noelastik</i> deyiladi.
7.	Talab birlik elastiklikka ega	Proportional elastics of demand	Пропорциональный	Agar talabning narx bo'yicha elastiklik koeffisienti $E_d = 1$ bo'lsa, <i>talab birlik elastiklikka ega</i> deyiladi.
8.	Daromad bo'yicha talab elastikligi koeffisienti E_d^R	Elastics of demand according to revenue	Эластичность спроса по доходу	iste'molchilik daromadlarini bir foizga o'zgarishi natijasida talab hajmining son jihatidan o'zgarishi darajasi hisoblanadi.
9.	Narx bo'yicha taklif elastikligi koeffisienti E_s^P	Elastic of supply according to price	Эластичность предложения по цене	narxning bir foizga o'zgarishi natijasida taklif hajmining son jihatidan foiz bo'yicha o'zgarishini bildiradi. Bunday elastiklikning qiymati ijobiy bo'ladi, chunki, ishlab chiqaruvchilar uchun yuqori narx ularni ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga rag'batlantiradi.

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI

2-KEYS: AVTOMOBILGA BO'LGAN NARXGA VA DAROMADGA BOG'LIQ TALABNING ELASTIKLIGI KOEFFISIENITI¹

Benzinga va avtomobillarga talabning tavsifi ba'zi bir jihatdan turlicha bo'lishi bo'lishi mumkin. Bular bir-birini to'ldiruvchi tovarlar bo'ladi, chunki bir tovar narxining oshishi boshqasiga talabni qisqartiradi. Ularning tegishli dinimik holatin (qisqa vaqtdagisiga nisbatan uzoq vaqtdagisi) mutlaq qarama- qarshidir: benzin uchun uzoq vaqtadagi tegishli koeffisientdan ko'p bo'ladi, avtomobillarga esa buning teskarisi to'g'ri keladi. Benzin va avtomobilga bo'lgan talabga oid bir qator statistik tadqiqotlar bajarilgan. Biz bu yerda talabning narxga va daromadga bog'liq o'zgaruvchanligiga oid xisob kitoblarni keltiramiz, bularda talabning o'zgaruvchanligi sharxlab o'tilgan. Jadval AQShda qisqa va uzoq davrdagi va ular tutash bo'lgandagi talabning narxga va daromadga bog'liq o'zgaruvchanlik koeffisientini ko'rsatadi. Qisqa va uzoq davrdagi o'zgaruvchanlik koeffisientlari katta farqlanishini qayd etamiz. 1974 yili OPEK kartelining narx siyosati natijasida benzinga narx oshgandan so'ng

Benzinga talabning narx va daromadga bog'liq o'zgaruvchanlik koeffisienti

Ko'rsatgichlar	Narx va daromadning o'zgarish davri, yil hisobida					
	1	2	3	5	10	20
Narx	-0.11	-0.22	-0.32	-0.49	-0.82	-1.17
Daromad	0.07	0.13	0.20	0.32	0.54	0.78

ko'plar (shular jumlasida avtomobil va neft sanoatining raxbarlari xam) tezda benzinga talab ko'p o'zgarmaydi, deb bayonot berdilar, chunki talab unchalik o'zgaruvchan emas edi. Shubhasiz, neft narxi oshgandan keyingi bir yilda shunday bo'ldi, chunki talab qilinadigan benzin miqdori ko'p o'zgarmadi. Ammo sekin-asta talab o'zgardi. Odamlar o'zining "avtomobilchi" odatlarini o'zgarishi va katta avtomobillarni kichik litrajlisi bilan almashtirish uchun bir oz vaqt kerak edi. Shunday xodisa 1979-1980 yillarda neft narxining ikkinchi

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 42-43.

marta kekin ko'tarilishidan so'ng davom etadi. Qisman shu sababdan OPEK, bir barrel neft narxini 30 dollardan yuqorida tutib qola bilmadi, narxlar tushib ketdi. Jadvalda avtomobilga bo'lgan narxga va daromadga bog'liq talabning o'zgaruvchanligi ko'rsatilgan.

Jadvalda avtomobilga bo'lgan narxga va daromadga bog'liq talabning o'zgaruvchanligi ko'rsatilgan.

Ko'rsatgichlar	Narx va daromadning o'zgarish davri, yil hisobida					
	1	2	3	5	10	20
Narx	-1.20	-0.43	-0.75	-0.55	-0.42	-0.40
Daromad	3.00	2.33	1.88	1.38	1.02	1.00

Qisqa vaqtdagi o'zgaruvchanlik uzoq davrdagisiga nisbatan ancha ko'proq bo'lishini aytib o'tamiz. Daromadga bog'liq o'zgaruvchanlik uchun avtomobil sanoati yuksak siklli bo'lishi oydinlashadi. Masalan, 1982 yildagi iqtisodning pasayishi paytida chinakam yalpi milliy mahsulot 3%ga (inflyatsiyani xisobga olganda) kamaydi, avtomobillarni sotish (importi ham ko'shganida) 8%ga kamaydi, keyinchalik avtomobillarni sotish hajmi oldingi, ya'ni 1983-1984 yilgi darajasida tiklandi. **Elastiklik koeffisientlarini hisoblang.**

4-MAVZU. ISTE'MOLCHILARNING XATTI-HARAKATI

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

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

1. Iste'molchilar xatti-harakatining tahlili¹

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



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

Iste'mol nazariyasi quyidagi taxmin-mulohazalarga asoslanadi:

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

b. Iste'molchilarning xohish-istagining mutanosibligi (tranzitivligi). Agar iste'molchi A tovar guruhini B ga nisbatan ko'proq istasa

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 64-65.

va B tovar guruhini S tovar guruhidan ko'ra ko'proq xohlasa, unda u A tovar guruhini S tovar guruhiga nisbatan ko'proq xohlagan bo'ladi, ya'ni: $A > B$, $B < S$; $A > S$.

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

Iste'molchilik xatti-harakati – bu iste'molchilarning turli tovar va xizmatlarga talabini shakllantirish jarayoni. Insonlarning xaridiga ta'sir etuvchi omillarga qarab, bozor talabini quyidagilarga ajratish mumkin:

– **funksional talab**, tovarning iste'molchilik sifatlarini taqozo etuvchi talab

– **nofunksional talab**, iste'molchilik xarakteristikalaridan tashqari, boshqa omillarni ham taqozo etuvchi talab.

2. Naflilik funksiyasi. Yalpi va chekli naflilik

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

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

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

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

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

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

$$U=f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$$

$U = \text{nafllilik.}$

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n = \text{iste'mol qilinadigan ne'matlar miqdori.}$

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

Chekli nafllilik (Mariginal utility) – bir birlik qo'shimcha iste'mol natijasida olinadigan qo'shimcha nafllilikdir.

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

$$MU = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{TU}{Q};$$

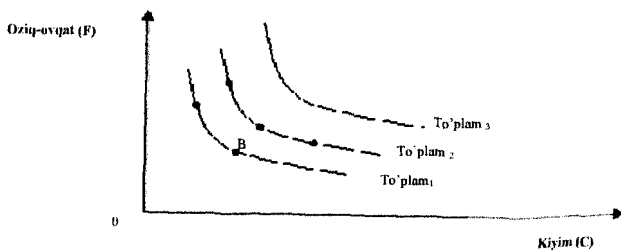
3. Befarqlik egri chizig'i

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

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

Iste'mol tovarlarining turli xil assortimenti

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



7-rasm. Turli iste'mol tovarlari va xizmatlar to'plamlari

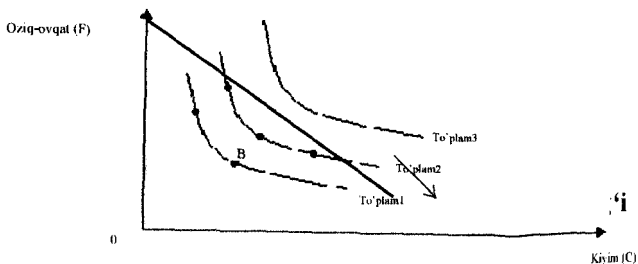
Byudjet chegarasi – ma'lum qiymatdagi tovar miqdorini xarid qilish uchun umumiy xarajatlarning daromadga teng bo'lishini ko'rsatadi. Byudjet chegarasi iste'molchi uchun qaysi tovarlar guruhi ko'proq nafliroq ekanligini ko'rsatadi.

$P_1x_1 + P_2x_2 = I$ Ikkita tovar uchun byudjet chegarasi tenglamasi.

$x_1 = I/2 \cdot P_1$; $x_2 = I/2 \cdot P_2$ Iste'mol ne'matlarining optimal hajmini aniqlash formulasi.

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

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



8-rasm. Turli iste'mol tovarlari va xizmatlar to'plamlari va byudjet chizig'i

4. Iste'molchining optimal tanlovi

Iste'molchi nimani afzal ko'rishi va byudjet chegaralanishini ko'rib chiqildi, endi ayrim iste'molchilar har bir tovar turidan qanchasini xarid etish uchun ularni tanlab olishini ko'rishimiz mumkin. Iste'molchilar o'z tanlovini oqilona bajaradilar deb taxmin qilamiz. Bu bilan iste'molchilar mavjud va chegarali byudjetiga qarab tovarlarni o'z ehtiyojlarini maksimal ravishda qondira oladigan qilib tanlaydilar. Iste'mol tovarlari va xizmatlar to'plamining optimal tanlovi ikki talabga javob berishi lozim. Birinchidan, tanlov byudjet chizig'ida bo'lishi bo'lishi mumkin. Ikkinchi muhim sharti, iste'mol tovarlari va xizmatlarning optimal to'plami iste'molchilarga ular eng ma'qul ko'rgan kombinatsiyada yetkazib berilishi lozim.

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

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

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

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

Nazorat savollari

1. *Iste'molchilar xatti-harakatiga ta'sir etuvchi omillar?*
2. *Iste'molchilar xatti-harakatitini tahlil qilishda mavjud yondashuvlar qaysilari?*
3. *Naflilik funksiyasi nima?*
4. *Yalpi va chekli naflilikni ta'riflang.*
5. *Iste'molchining optimal tanlovi qanday bo'ladi?*

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. O'zbekiston sharoitida iste'molchilarning huquq va majburiyatlari
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda yuqori naflilikka erishishning asosiy omillari
3. Iste'molchining optimal nuqtasini aniqlash bo'yicha olib borilgan tadqiqot natijalari

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Iste'molchining huquqlarini izohlang

tanlov huquqi	xavfsizlik huquqi	tinglanish huquqi	axborotga egalik huquqi
---------------	-------------------	-------------------	-------------------------

Alohida iste'molchining turli iqtisodiy tarmoqlarda turlicha ahamiyat kasb etishi

An'anviy iqtisodiyotda alohida iste'molchilar o'rtasida farq ahamiyatsiz, chunki iste'mol turi va miqdorini an'analar belgilaydi.	Ma'muriy buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyotda hukumat tuzilmalari vakillari eng muhim iste'molchi sifatida ishtirok etadi. Oddiy iste'molchiga esa mahsulotlar cheklangan assortimentda taklif etiladi.	Bozor iqtisodiyotida Iste'molchilarning pullari ishlab chiqaruvchilarning yagona daromad manbaidir, shuning uchun iste'molchining aynan shu tanlovi oxir o'qibatda ishlab chiqariladigan mahsulot turi va miqdorini belgilaydi.
---	--	---

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

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

O'rta iste'molchi hatti-harakatlarining o'ziga xos umumiy xususiyatlari

iste'molchi talabi iste'molchining shaxsiy byudjeti hajmiga ta'sir etuvchi uning daromadlari darajasiga bog'liq	har bir iste'molchi shaxsiy puliga «istaganini» xarid qilishga, ya'ni umumiy foydalilikni maksimallashtirish ga intiladi	o'rta iste'molchi shaxsiy aniq afzalliklar tizimi, o'z ta'bi hamda moddaga munosabatiga ega	iste'molchining talabiga bozorda o'zaro o'rinbosar yoki bir-birini to'ldiruvchi tovarlar bor yoki yo'qligi ta'sir etadi
---	--	---	---

Guruhlarga savollar

1. Iste'molchilarning asosiy huquq va majburiyatlari nimalardan iborat?
2. Yuqori nafilikka erishishning asosiy omillarini sanang.
3. Iste'molchining optimal nuqtasi nima?
4. Nafilik funksiyasi, yalpi va me'yoriy nafilikka ta'rif bering.
5. Iste'molchining optimal tanlovi qanday bo'ladi?

3- topshiriq**Masalalar**

1. Iste'molchining optimal iste'mol majmuasi $x = 1000$ va $y = 6000$. Iste'molchining daromadi 600000 so'mga teng bo'lsa, tovarlar narxi va nafilik darajasi aniqlansin. Iste'molchining naflik funksiyasi quyidagicha berilgan: $U = 2XY$

2. Ikkita X va Y tovarlarning naflik funksiyasi berilgan $U=XY$. Iste'molchi daromadi 1200 so'mga, tovarlar narxi esa 30 so'm va 40 so'mga teng bo'lsa. muvozanat tovarlar majmuasi va naflik qiymati aniqlansin.

3. Bir kg olmani narxi 4000 so'm, nokniki esa 6000 so'mga teng. Iste'molchining daromadi 60000 so'm. Aniqlansin: a) Byudjet chizig'i chizilsin. b) Byudjet chizig'ining yotqlik burchagi aniqlansin. c) Daromad 10 %ga oshsa ushbu burchak koeffitsienti qanday o'zgaradi? d) Nok narxi 20 foizga tushsa byudjet chizig'i yotqligi aniqlansin. e) Iste'molchi 2 kg nokdan voz kechsa uni qancha kg olma bilan almashtiradi?

4. Fotimaning 35 000 so'm mablag'i bor. U mehmonlar kelishi munosabati bilan uyiga tort olmoqchi. Mehmonlar va oilasining tort yeyishdan oladigan umumiy nafiligi (TU), chekli nafiligi (MU) quyida aks ettirilgan jadval ma'lumotlarida keltirilgan pul miqdori bilan o'lchaydi.

Tortlar soni	Mehmonlar		Oilasi	
	TU	MU	TU	MU
1	80	80	120	
2	140			90
3	190	50		60
4	235		300	
5		35	310	

Agar tort narxi 4000 so'mga teng bo'lsa, bo'sh kataklarni to'ldiring va Fotima uchun eng ma'qul yo'lni tanlang.

4- topshiriq

Testlar

1. Iste'molchilar tanlovi nazariyasida, iste'molchi nimani maksimallashtirishga harakat qiladi deb yuritiladi?

- a) o'rtacha nafililikni;
- b) umumiy nafililikni;
- c) umumiy va chekli nafililikning farqini;
- d) chekli nafililikni;
- e) to'g'ri javob yo'q.

2. Muvozanat nafililik holatiga erishish uchun iste'molchi nima qilishi zarur?

- a) oliy kategoriyali mahsulotlarni sotib olishi kerak;
- b) sifatsiz tovarlarni harid qilmasligi;
- c) biror bir tovar sotib olish uchun sarflanayotgan bir birlik pul miqdoridan olinayotgan nafililik boshqa bir tovardan ham bir birlik pul evaziga olinadigan nafililikka teng bo'lishi zarur;
- d) pulning chekli nafililigi har bir tovar narxiga teng bo'lishiga ishonch hosil qilishi kerak.
- e) to'g'ri javob yo'q.

3. Qaysi hollarda befarqlik kartasida joylashgan nuqtaga iste'molchining muvozanat holati deymiz?

- a) eng yuqorida joylashgan befarqlik chizig'iga;
- b) byudjet chizig'i bilan befarqlik egri chizig'i kesishgan har qanday nuqtaga;
- c) byudjet chizig'i bilan befarqlik chizig'ining burchak koeffitsienti bir biriga teng bo'lganda;
- d) byudjet chizig'i chegarasidan tashqarida yotgan nuqtaga;
- e) to'g'ri javob yo'q.

4. Iste'molchilar daromadining ko'payishi grafikda qanday o'zgarish hosil qiladi?

- a) byudjet chizig'i o'ngga parallel siljiydi;
- b) byudjet chizig'ining og'ish burchagi o'zgaradi;
- c) byudjet chizig'i chapga parallel siljiydi;
- d) byudjet chizig'ining og'ish burchagi qisqaradi;
- e) to'g'ri javob yo'q.

5. Iste'molchi uchun befarqlik chizig'ining joylashuvi va yotiqligi nimani anglatadi?

- a) uning xoxishi va daromadi hajmini;
- b) faqat tovar mahsulotining narxini;
- c) iste'molchining xoxishini, daromadi hajmini va sotib olayotgan tovar narxini;
- d) faqat uning xoxishini;
- e) to'g'ri javob yo'q.

6. Iste'molchi daromadi 48 ming ni tashkil etadi. U bu puliga x kg olma va y kg nok sotib olmoqchi. Olma narxi 2 ming, nok narxi 3 ming so'mga teng. Iste'molchi naflik funksiyasi $U(X,Y)=X \times Y$ bo'lsa, maksimal naflikni ta'minlovchi tanlov aniqlansin.

- a) $X=12$ va $Y=8$;
- b) $X=9$ va $Y=10$;
- c) $X=15$ va $Y=6$;
- d) $X=10$ va $Y=15$;
- e) $X=6$ va $Y=12$;

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Iste'molchi</i>	<i>Consumer</i>	<i>Потребитель</i>	bozor mexanizmining asosiy subyektlaridan biri bo'lib uning bozordagi iqtisodiy ahamiyati va roli juda muhim hisoblanadi.
2.	<i>Iste'molchi xatti-harakati</i>	<i>Consumer position</i>	<i>Поведение потребителя</i>	bu iste'molchilarning turli tovar va xizmatlarga talabini shakllantirish jarayoni.
3.	<i>Naflilik</i>	<i>Utility</i>	<i>Полезность</i>	tovar va xizmatlarning moddiy va ma'naviy ehtiyojlar qondirilishini ta'minlash, ya'ni ularning qanoatlantirish

				manbai bo'lish xususiyati hisoblanadi.
4.	Yalpi naflilik	Total utility	Совокупная полезность	ma'lum bir vaqtda, ma'lum bir tovar yoki xizmatni iste'mol qilish natijasida olinadigan yalpi qondirish.
5.	Naflilik funktsiyasi	Function of utility	Функция полезности	iste'molchining individual istagini aniqlab beruvchi iste'mol xajmi va yalpi naflilik o'rtasidagi son jihatdan bog'liqlikni ko'rsatadi.
6.	Chekli naflilik	Marginal utility	Предельная полезность	bir birlik qo'shimcha iste'mol natijasida olinadigan qo'shimcha naflilikdir.
7.	Befarqlik egri chizig'i	Curve of indifference	Кривые безразличия	iste'molni bir xil darajada qondiruvchi yaroqli, foydali tovar tanlovlari yig'indisini tashkil etadi. Befarqlik egri chizig'i iste'molchi uchun bir xil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyalarini ifodalaydi.
8.	Byudjet chegarasi	Limit of budget	Бюджетная линия	ma'lum qiymatdagi tovar miqdorini xarid qilish uchun umumiy xarajatlarning daromadga teng bo'lishini ko'rsatadi. Byudjet chegarasi iste'molchi uchun qaysi tovarlar guruhi ko'proq nafliroq ekanligini ko'rsatadi.
9.	Ideal rasional iste'molchi (tejamkor kishi)	Homo economics	Рациональный потребитель	shaxsiy afzalliklari tizimini mutlaqo aniq biladigan, barcha muqobillarni hisobga oladigan va o'zi uchun maksimal foyda olish tamoyiliga muvofiq holda qaror qabul qiladigan kishi.

10	<i>Iste'molchining optimal nuqtasi</i>	<i>Consumer's optimal point</i>	<i>Оптимальная точка потребности</i>	Iste'molchining yalpi naflligini maksimallashtiruvchi tovarlar yig'imi iste'molchining optimal nuqtasi hisoblanadi.
----	--	---------------------------------	--------------------------------------	---

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI 4-KEYS: YANGI AVTOMOBIL KONSTRUKSIYASINI YARATA BORISH

Faraz qilaylik, siz "Ford" avtomobil kompaniyasining rahbarlaridan birisiz. Siz yaqin yillarda bozorda sotishga mo'ljallangan mashinalarning yangi modelini chiqarishni rejalashtirishingiz kerak. Agar siz bozorni o'rganish topshirig'ini bersangiz, bunda avtomobilning ikki belgisi-dizayn va texnikaviy ko'rsatgichlari (masalan, tezligi, ishlatishning sodda bo'lishi) asosiy mezonlari bo'lib xizmat qiladi. Mashinanig modeli va texnikaviy ko'rsatgichlari qanchalik yaxshi bo'lsa, shunchalik mashinaga talab xam yuqori bo'ldi. Ammo mashina tashqi ko'rinishiga konstruktiv o'zgarishlar kiritish, yangi mashinaning texnikaviy tavsiflaridagi o'zgarishlar pul talab qiladi. Xo'sh, mashinaning har bir belgisini qanday hisobga olish zarur bu savolga javob faqat mashinani ishlab chiqarish xarajatlari emas, balki mashinaning u yoki bu tavsifini iste'molchi naqadar afzal ko'rishiga xam bog'liq. Mashina yangi modeligi ishlab chiqishda mana shu afzal ko'rishlikni o'rganish ham ahamiyatga ega. mana shunday o'rganish usullaridan biri iste'molchilar orasida so'rov o'tkazish bo'lib, shu jarayonda iste'molchilarga mashina dizaynining turli darajadagi bir nechta modeli (sodda va nisbatan komfortabel bo'lmagan moddeldan tortib, to murakkablashgan va baxmal bilan bezatilgan modelgacha) va turlicha texnikaviy tavsiflar tanlab olish uchun taklif etiladi. Agar tadqiqot puxta o'ylab o'tkazilgan bo'lsa, iste'molchi ikki belgidan qaysi birini afzal ko'rishga va yana eng muximi, so'rovda qatnashgan kishilar mashinaning bir sifatidan boshqasi foydasiga qay darajada voz kechishga tayyor yekanliklari haqida ishonch xosil etish mumkin bo'ladi. Aytaylik ko'pchilik kishilar afzal ko'rishni bildirdilar. Ular texnikaviy ko'rsatgichlari dizayniga qaraganda shu qadar afzal ko'radilarki, hatto avtomobilning yaxshi texnikaviy sifatlariga uning dizaynini qancha bo'lsa-da,

qurbon qilishga tayyor bo'ladilar. Bu kishilar mashinaning tashqi ko'rinishi uning texnikaviy takkomiligiga nisbatan afzal ko'radilar, ular dizayn chiroyli bo'lganni uchun mashinani ko'p yuriasligiga ham rozi bo'ladilar. Mashinaning xar bir parametrini ta'minlash uchun ketadigan xarajatlar darajasini bilgan holda avtomobil kompaniyasining raxbari, agar u yaxshi raxbar bo'lsa, kelasi yil bozorga chiqarilishi zarur bo'lgani modelni tanlab oladi. 1969 yili "Ford" kompaniyasidagi LI Yakokka xuddi shunday qilgan. Yakokka shunga ishonch hosil qildiki, bozorda o'ziga to'q va mustaqil bo'lgan yosh amerikaliklarning qiziqishini uyhotadigan mashina kerak. Yakokka shunday mashina dizaynini ishxonadagi o'rtog'i Donal'd Freyodan so'rab oldi. Yakokka va Frey o'ziga xos dzayni bor mashinani konstrkksiyasini yaratdilar. Bu mashinani boshqa modaga kirgan mashina "Jeneral motors"- ning "Korvert" modeli kabi mashinaga nisbatan kam sarf qilingan xolda ishlab chiqarish mumkin.

Natijada bozorja xech kim erishmagan yutuqqa ega o'lgan "Ford mustang" mashinasi paydo bo'ldi. Birinchi yilning o'zidayoq 418.000 ta "Mustang" sotildi va bu "Ford"ga millionlab dollarlarga teng foyda keltirdi.

EXAMPLE 3.1 Designing New Automobiles (I)



Suppose you worked for the Ford Motor Company and had to help plan new models to introduce. Should the new models emphasize interior space or handling? Horsepower or gas mileage? To decide, you would want to know how people value the various attributes of a car, such as power, size, handling, gas mileage, interior features, and so on. The more desirable the attributes, the more people

would be willing to pay for a car. However, the better the attributes, the more the car will cost to manufacture. A car with a more powerful engine and more interior space, for example, will cost more to produce than a car with a smaller engine and less space. How should Ford trade off these different attributes and decide which ones to emphasize?

The answer depends in part on the cost of production, but it also depends on consumer preferences. To find out how much people are willing to pay for various attributes, economists and marketing experts look at the prices that people actually do pay for a wide range of models with a range of attributes. For example, if the only difference between two cars is interior space, and if the car with 2 additional cubic feet sells for \$1000 more than its smaller counterpart, then interior space will be valued at \$500 per cubic foot. By evaluating car purchases over a range of buyers and a range of models, one can estimate the values associated with various attributes, while accounting for the fact that these valuations may diminish as more and more of each attribute is included in a car. One way to obtain such information is by conducting surveys in which individuals are asked about their preferences for various automobiles with different combinations of attributes. Another way is to statistically analyze past consumer purchases of cars whose attributes varied.

One recent statistical study looked at a wide range of Ford models with varying attributes.³ Figure 3.7 describes two sets of indifference curves, derived from an analysis that varies two attributes: interior size (measured in cubic feet) and acceleration (measured in horsepower) for typical consumers of Ford automobiles. Figure 3.7(a) describes the preferences of typical owners of Ford Mustang

³Amil Petrin, "Quantifying the Benefits of New Products: The Case of the Minivan," *Journal of Political Economy*, 2002, vol. 110, pp. 705-729. We wish to thank Amil Petrin for providing some of the empirical information in this example.

5-MAVZU. ISHLAB CHIQUARISH VA TEXNOLOGIYA

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi.
2. Firmaning qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish davrdagi faoliyati.
3. Bir o'zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish
4. Miqyos (masshtab) samarasi

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi¹

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

Ishlab chiqarish - bu kerakli mahsulotlarni tayyorlash uchun ishchi kuchidan, uskuna va texnologiyadan, tabiiy resurslardan hamda materiallardan ma'lum miqdordagi kombinatsiyada foydalanish jarayonidir. Masalan, o'z ustaxonasiga ega bo'lgan shaxs stol ishlab chiqarish uchun ishchi kuchidan, xom ashyo sifatida taxta, temirdan, arra va boshqa uskunalariga sarflangan kapitaldan foydalanadi².

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

Buyurtma asosida ishlab chiqarish – individual ravishda ishlab chiqarish bo'lib, o'z sohasida yagona bir mahsulotni yuzaga chiqaradi. Bunda nafaqat san'at asari balki, yirik samolyot, bino, elektrostansiyalar ham misol bo'la oladi. Bunday ishlab chiqarish malakali mutaxassislarni va zamonaviy texnika va texnologiyalarni talab etadi.

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 188-189.

² Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b., 95 b.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ishlab chiqarish munosabatlari birinchi navbatda mahsulot ishlab chiqarishdagi texnologik munosabatlardir.

Texnologiya - bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to‘g‘risidagi amaliy bilimlardir. Ma‘lumki, texnologiyaning takomillashuvi fanda va texnikadagi yangi yutuqlarning ishlab chiqarish jarayoniga joriy qilish orqali boradi. Yangi texnologiya yangi ishlab chiqarish usullaridan foydalanishni, yangi mashina va mexanizmlardan yanada yuqori malakaga ega bo‘lgan mehnatdan foydalanishni taqozo qiladi. Yangi texnologiya yangi turdagi mahsulotlarni yaratishga yordam beradi. Yangi texnologiya mahsulot sifatini oshirishga, ish sharoitlarini yaxshilash-

ga, berilgan resurslar miqdori o'zgarmaganda ishlab chiqariladigan mahsulot miqdorini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga olib keladi.

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

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

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

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

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

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

$$Q = f(L)$$

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

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

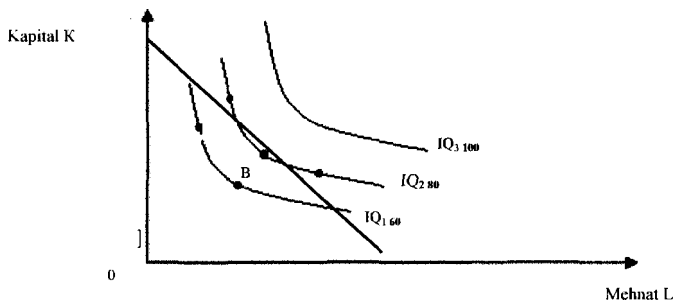
Izokvanta – bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdır.

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

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

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

Izokosta chizig'i – bu ishlab chiqarish xarajatlarini ifodalovchi chiziq bo'lib, u umumiy qiymati bir xil bo'lgan ikkita ishlab chiqarish omillari sarflarining barcha kombinatsiyalarini ifodalovchi nuqtalarni o'z ichiga oladi.



2. Firmaning qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish davrdagi faoliyati

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Bir o'zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish

Ma'lum vaqt oralig'ida jami ishlab chiqarilgan mahsulotni **umumiy mahsulot (Total product)** desak, **o'rtacha mahsulot (Average product)** – umumiy mahsulotni ushbu mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaruvchan va doimiy ishlab chiqarish omillari (**L, K**) sarfiga nisbati bilan aniqlanadi:

$$AP = \frac{TP}{L} ; AP = \frac{TP}{K}$$

AP – o'rtacha mahsulot, **TP** – umumiy mahsulot miqdori, **L, K** – sarflangan o'zgaruvchan va doimiy ishlab chiqarish omillari.

Chekli mahsulot – bu o'zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miqdorda qo'shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulotning o'sgan qismiga aytiladi. Masalan, qisqa muddatli ishlab chiqarishda bitta o'zgaruvchan omil, ya'ni faqat mehnat sarflansa, chekli mahsulot:

$$MP_L = \frac{Q_2 - Q_1}{L_2 - L_1} = \frac{Q}{L}$$

MP_L – mehnatning chekli mahsuloti yoki mehnatning chekli mahsuldorligi. Mehnatning bir birlik oshishi natijasida umumiy mahsulotning oshishini ko'rsatadi.

Q₁, Q₂ – Umumiy mahsulotning ikkita ketma-ket kelganlari.

L₁, L₂ – Mehnatning ikkita ketma-ket kelganlari.

Bir o'zgaruvchan omil qatnashgandagi ishlab chiqarish¹

Kapital sarfi, K	Mehnat sarfi, L	Mahsulot ishlab chiqarish hajmi, Q	O'rtacha mahsulot, $AP = \frac{TP}{L}$	Chekli mahsulot, $MP_L = \frac{Q_2 - Q_1}{L_2 - L_1} = \frac{Q}{L}$
15	0	0	-	-
15	1	12	12	12
15	2	32	16	20

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 190-191.

15	3	60	20	28
15	4	80	20	20
15	5	95	19	15
15	6	108	18	13
15	7	112	16	4
15	8	112	14	0
15	9	108	12	-4
15	10	100	0	-8

Birinchi ustun ishlab chiqarishda qatnashadigan kapitalning o'z-garmasligini ko'rsatib turibdi. Ikkinchi ustunda mehnat sarfi keltirilgan. Bir birlik mehnat sarfiga to'g'ri keladigan mahsulot o'rtacha mahsulot bo'lib, u to'rtinchi ustunda keltirilgan. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mehnat sarfiga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi 84 birlikka yetguncha ortib, undan keyin qisqarib boradi. O'rtacha mahsulot maksimal bo'lganda mehnat sarfi to'rt birlikni tashkil etadi.

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

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

4. Miqyos samarasi

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

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

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

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

Ishlab chiqarish miqyosi kengayganda omillar sarfi sur'ati ishlab chiqarish hajmining o'sish su'ratiga teng bo'lsa, bunday o'sishga o'zgarmas miqyos samarasi deyiladi¹.

Nazorat savollari

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

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. Zamonaviy texnika va texnologiyalarning ishlab chiqarish samaradorligini oshirishdagi o'rni va rolini tushuntiring. (O'rganiyatotgan mamlakatlar misolida).

¹ Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b., 117 b.

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Blis-so'rovnoma

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi nima?
2. Firmaning qisqa davrdagi faoliyati qanday olib boriladi?
3. Uzoq muddatli ishlab chiqarish uchun nimalar talab etiladi?

2-topshiriq

ZAMONAVIY ISHLAB CHIQUARISH			
Moddiy ishlab chiqarish (ashyoviy mahsulotlarni ishlab chiqaradi)		Nomoddiy ishlab chiqarish (ma'naviy, axloqiy va boshqa qadriyatlarini yaratadi)	
Moddiy ne'matlarni ishlab chiqarish	Moddiy xizmatlarni ishlab chiqarish (transport, ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bo'yi- cha aloqa va b.)	Nomoddiy xizmatlarni ishlab chiqarish (ma'rifat, sog'liqni saqlash, san'at va b.)	Nomoddiy ne'matlarni ishlab chiqarish
xizmat ko'rsatish sohalari			

3-topshiriq

Mustaqil ishlash uchun masala va topshiriqlar

1. Jadval malumotlari asosida 100 birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun Izokvanta grafigi chizilsin:

Mehnat harajatlari, L	Kapital harajatlari, K				
	10	20	30	40	50
10	20	40	70	90	100
20	35	60	100	140	160
30	60	100	140	160	190
40	80	140	180	200	220
50	100	180	200	220	230

Agar ishlab chiqarish funksiyasi $Q=2LK$. Ishchi kuchi narxi 10\$, kapital narxi 12,5 \$. Korxona xarajatlari uchun mablag' 500 \$ bol'sa, izokosta chizig'ini chizing. Maksimal mahsulot ishlab chiqarish uchun qancha mehnat va kapitaldan foydalanishini aniqlang.

2. Ishlab chiqarish funksiyasi $Q=K \times L$. Firma harajati 4 800 000 so'm teng. Agar bir soatlik ish haqi 3 000 so'm, bir soatlik ijara haqi 4 000 so'm bo'lsa, maksimal ishlab chiqarish hajmi topilsin.

3. Jadvaldagi bo'sh kataklarni to'ldiring.

Ishchi kuchi hajmining o'zgarishi (L)	Umumiy mahsulot hajmi (Q)	Chekli mahsulot (MP)	O'rtacha mahsulot (AP)
3	...	...	20
4	...	15	...
5	100	...	...
6	...	5	...
7	...	...	13

Testlar

1. Izokvanta nimani anglatadi?

- yalpi egri ishlab chiqarish hajmini;
- bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar kolmbinatsiyasini;
- berilgan resurslar hajmida turlicha ishlab chiqarish hajmlarini;
- o'rtacha egri mahsulotni;
- to'g'ri javob yo'q.

2. Izokvanta va izokosta chiziqlarida joylashgan har qanday nuqta nimani bildiradi?

- ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmini;
- qiymat ko'rinishidagi mahsulot hajmini;
- harajatlar summasini;
- resurslar hajmi kombinatsiyasini;
- to'g'ri javob yo'q.

3. 500 ta ishchi kuchiga ega bo'lgan korxona oyiga 10 ming dona poyabzal ishlab chiqarardi, keyin ishchilarni 100 taga kopaytirib 15 ming ta poyabzal ishlab chiqara boshladi. Mehnatning chekli mahsuloti aniqlansin.

- 50 ta;
- 60 ta;
- 70 ta;
- 80 ta;
- 90 ta.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atamaning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Ishlab chiqarish</i>	<i>Produc- tion</i>	<i>Произ- водство</i>	korxonalarining asosiy faoli- yati turi bo'lib, bu jarayon cheklangan resurslardan foy- dalangan holda amalga oshiriladi. Ishlab chiqarila- digan mahsulot miqdori, ushbu tovarlarni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan resurslar hajmidan va ishlab chiqarishda foydalanilayotgan texnologiyaning holati va darajasiga bog'liqdir.
2.	<i>Iqtisodiy samara- dorlik</i>	<i>Economic effecti- veness</i>	<i>Экономи- ческая эффек- тивность</i>	firmaning ishlab chiqarish xarajatlari va daromadlari o'r- tasidagi qiymat ko'rinishidagi bog'liqlikni ko'rsatadi.
3.	<i>Texnologik samara- dorlik</i>	<i>Techno- logic effecti- veness</i>	<i>Техноло- гическая эффек- тивность</i>	foydalanilayotgan resurslar va natural ko'rinishda olinayot- gan mahsulot o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi.
4.	<i>Ishlab chiqarish funktsiyasi</i>	<i>Function of production</i>	<i>Функция производ- ство</i>	sarflanadigan ishlab chiqarish omillari miqdori bilan, ushbu omillardan foydalangan holda maksimal ishlab chiqarila- digan mahsulot miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ishlab chiqarish funksiyasi orqali ifodalash mumkin.
5.	<i>Izokvanta</i>	<i>Izokvant</i>	<i>Изокван- ты</i>	bu bir xil hajmdagi mah- sulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqar-

				rish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdır.
6.	<i>Izokosta chizig'i</i>	<i>Curve of izocost</i>	<i>Изокоста</i>	bu ishlab chiqarish xarajatlarini ifodalovchi chiziq bo'lib, u umumiy qiymati bir xil bo'lgan ikkita ishlab chiqarish omillari sarflarining barcha kombi-natsiyalarini ifodalovchi nuqtalarni o'z ichiga oladi.
7.	<i>Doimiy resurslar</i>	<i>Fixed recourses</i>	<i>Постоян-ные ресурсы</i>	ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan va ko'rib o'tilayotgan davr mobaynida o'zgarmas holatda qoladigan resurslardir.
8.	<i>O'zgaruv- chan resurslar</i>	<i>Variable recourses</i>	<i>Перемен-ные ресурсы</i>	ishlab chiqarish hajmiga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq resurslardir.
9.	<i>O'rtacha mahsulot</i>	<i>Average product</i>	<i>Средний продукт</i>	umumiy mahsulotni ushbu mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaruvchan va doimiy ishlab chiqarish omillari (L,K) sarfiga nisbati bilan aniqlanadi:
10	<i>Chekli mahsulot</i>	<i>Marginal product</i>	<i>Предель-ный продукт</i>	bu o'zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miq-dorda qo'shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulot-ning o'sgan qismiga aytiladi.

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI

5-KEYS: GILAM SANOATIDA MASSHTAB SAMARASI

AQShda shimoliy Jorjiyada Dalton shahrida gilam saroati joylashgan markazlashgan. 20 asrning 1 yarmida kichik sanoat korxonalari yirik hajmdagi sanoat korxonalariga aylandi. Masalan: AQSh gilam sanoatining top 10 talikka kiruvchi sanoat korxonalari 2001 yilda yuk va yillik tovar aylanmasi bo'yicha 1-jadvalga berilgan.

AQSh gilam sanoatining yirik korxonalari, mln. dollar yiliga		
1.	Shaw Industries	4012,0
2.	Mohawk	3350,0
3.	Armstrong	1816,0
4.	Bealieu of America	1300,0
5.	Dal-Tile	667,0
6.	Interface Flooring	639,8
7.	Mannington Mills	555,0
8.	Collins and Aikman	500,0
9.	The Dixie Group	484,6
10.	DomcoTarkett	419,5

Joriy yillik 4 ta uchun yirik ishlar ko'rish mumkin bu yerda shuningdek, chakana savdogarlar, ulgurji tarqatuvchi distiributorlar, sotib oluvchi guruhlar, chakana savdo tarmoqlari ham mavjud. Gilam sanoati qaysi sabablarga ko'ra tez suratlarda o'sadi? Shu bilan birgalikda, innovatsiyalar yani kuchli, tezroq, yanada samaraliroq gilam to'qiydigan mashinalarning kiritilganligi xarajatlarni qisqarishi hamda gilamlarni soni va sifati yanada o'sishiga olib keladi. O'sish bilan birgalikda innovatsiya va raqobat gilam bozoridagi narxlarning pasayishiga olib keladi. Yuqorida aytilganlarning o'sish ko'rsatkichlarini masshtab samarasi bilan izohlash mumkinmi? Ularga rangi mustahkam rangli bo'yoqlarga to'quv texnologiyasining mavjudligi, shuningdek, chakana savdogarlar hamda iste'molchilarga yetkazib beruvchi distiributorlarning mavjudligi. Gilam ishlarini o'zi haqida nima degan bo'lardingiz? Gilam ularga yuqori tezlikda, to'quv mashinasining turli xil turda to'qilgan gilamlarni olishga hohlagan o'lchamda kesa oladigan mashinalarning mavjudligi, qadoqlash, markirovka qilish va ularni tarqatish ishlari ham ichiga kiradi. Gilam sanoati asosiy kapitali, ya'ni bino va asbob uskunalariga qilingan xarajatlar jami xarajatlarning 77% to'g'ri keladi, qolgan 23% ishchi kuchiga qilingan xarajatlar sanaladi. Asosiy gilam sanoati korxonalari masshtab samarasidan yutish uchun yirik va samarador to'kuv mashinalarini ishlab chiqarishga joriy qildilar. Ayni vaqtda, ushbu zavodlarda ishchi kuchidan foydalanish ham sezilarli darajada oshadi. Natijada yirik fabrikalarda ishchi kuchi hamda texnologiyadan foydalanish proporsional tarzda oshirilishi natijasida masshtab samarasi

ham proporsional tarzda oshdi. Masalan: mehnat va kapital 2 barobar oshirishi ular xajmini 110% oshirildi. Bu namuna boshqa barcha tarmoqlarda xam birdek xuddi shunday namayon bo'lmaydi. Askariyat ko'pchilik uchun kichik gilam ularda mashtab samarasidagi kichik o'zgarishlar yirik natijalarga olib kelmaydi. Ulardagi kichik proporsional o'sishlari, faqatgina kichik proporsional o'sishlariga olib keladi holos.

Xulosa, qilib aytgadigan bo'lsak, masshtab samarasidan qaytim kichik korxonada yaxshi kuzatiladi. Ushbu masshtab samarasidan qaytim, biroq, cheklangan. Ya'ni agar fabrikani masshtab samarasi orqali kengaytirishni yanada davom ettirish, masshtab samarasidan qaytimini kamaytirishga olib keladi. Omillar samaradorligining kamayish qonunining mohiyatini tushuntiring.

6-MAVZU. FIRMANING XARAJATLARI

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

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

1. Tadbirkorlik faoliyatinig asoslari

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

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

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

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

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

2. Tadbirkorlikning tashkiliy shakllari

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

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

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

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

Korporatsiya – paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan cheklangan. Korxona aksiyalarini sotib olgan shaxslar korxona mulki egalariга aylanadilar. Korporatsiya faoliyatini aksionerlar majlisi

nazorat qiladi. Aksiyadorlar o'z aksiyalariga daromad (dividend) oladilar. Korporatsiya kreditorlari o'z talablarini aksiyadorlarga emas, korporatsiyaga qo'yadilar.

Aksionerlik jamiyati ochiq turda bo'lsa, korxona aksiyalari ochiq bozorda, ya'ni fond birjalarida erkin sotiladi. Aksiyadorlarga korporatsiya yoqmasa, ular o'z aksiyalarini ochiq bozorda sotib korxona bilan aloqasini umuman uzishi mumkin¹.

3. Ishlab chiqarish xarajatlari va ularning turlari²

Xarajatlar tushunchasi, odatda, istalgan natijaga erishish uchun ishlab chiqarishchi tomonidan amalga oshiriladigan sarflar sifatida tushuniladi. Xarajatlarni aniqlashda bir nechta yondashuvlar mavjud.

Xarajatlar turlicha tomondan turlicha talqin qilinadi:

Agar u alohida firma tomonidan yondashilsa, unda xususiy xarajatlar haqida gapiriladi.

Agar xarajatlar jamiyat nuqtai-nazaridan talqin qilinsa, unda tashqi ta'sirlarni ino-batga olish kerak. Unda umumiy xarajatlar deb talqin qilinadi.

Tashqi ta'sirlarga aniqlik kiritadigan bo'lsa ya'ni bozor iqtisodiyoti sharoitida sotuvchi va xaridor o'rtasida oldi-sotdi munosabatlari yuzaga keladigan va uchinchi shaxsga nisbatan to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadigan narxda namoyon bo'lmaydigan ta'sirlar, xarajatlar yuz berishi mumkin.

Tashqi ta'sirlarga misol sifatida firma tomonidan moliyalashtiriladigan jamiyat uchun muhim bo'lgan ilmiy ishlanmalar (ijobiy tashqi samara) yoki atrof-muhitni ifloslanishi ya'ni kompaniya ishlab chiqarish faoliyati natijasida yuzaga keladigan ta'sirlarni misol keltirish mumkin.

Tashqi ta'sirlar mavjud bo'lmasa yoki nolga teng bo'lgan taqdirdagina umumiy va xususiy xarajatlar teng bo'ladi.

Umumiy xarajatlarning xususiy xarajatlardan tashqi ta'siri

¹Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b.

² Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 214-215.

Buxgalterlik va iqtisodiy xarajatlar – iqtisodchi va buxgalter ko'p hollarda ishlab chiqarish xarajatlari turlicha yondashadilar.

Buxgalter firmaning moliyasini qisqa muddatli oraliqdagi va oldingi faoliyati-dagi holatini baholaydi. Chunki, u o'tgan davr (bazis)ga qarab doimiy ravishda firmaning aktiv va passiv holatini, samaradorligini baholab berishi lozim.

Buxgalterlik xarajatlari – firma tomonidan foydalaniladigan resurslarning ularni sotib olgan davrdagi joriy narxlardagi qiymati. Buxgalter xarajatlari amortizatsiya ajratmalari ham kiradi.

Buxgalter joriy vaziyatdagi balans haqida o'ylaydi. Iqtisodchi esa kompaniya ke-lajagi haqida fikr yuritadi, ishlab chiqarish xarajatlarini optimallashtirish (maqbullashti-rish), ishlab chiqarishda eng samarali omillardan foydalanish bo'yicha qarorlar qabul qiladi ya'ni alternativ (muqobil) xarajatlarni amalga oshiradi.

Iqtisodiy xarajatlar – resurslardan alternativ foydalanish qiymati bo'lib, ulardan samarali foydalanish yo'nalishlarini ko'rsatib beradi. Iqtisodiy xarajatlar yaqqol namo-yon bo'lmaydigan xarajatlar yig'indisidir. Buxgalterik xarajatlar esa yaqqol namoyon bo'ladigan xarajatlardir.

Yaqqol namoyon bo'ladigan xarajatlar tashqi xarajatlar ya'ni tashqi mol yetkazib beruvchilarga qilingan xarajatlarning umumiy yig'indisidir.

Yaqqol namoyon bo'lmaydigan xarajatlar ichki xarajatlar bo'lib ya'ni unda kor-xonaga tegishli ichki resurslarning umumiy yig'indisidir.

Ichki xarajatlar – alternativ xarajatlar kiradi. Masalan tadbirkor firmada ishlash o'rni boshqa bir joyda ishlasa u yerda oylik maosh olishi mumkin. Lekin u tadbir-korlik bilan shug'ullanishni tanladi.

Alternativ xarajatlar – ma'lum bir ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish uchun boshqa bir ishlab chiqarishdan voz kechish xarajatlardir. Bu holatda muqobili tanlanadi.

Agar tadbirkor eng maqbul qarorni qabul qilsa, resurslardan foydalanishda samarali alternativ xarajat qila olsa, to'g'ri qaror qabul qilganda yuqori foyda olishi mumkin. Foyda olish uchun avvalo daromadga ega bo'lish kerak.

Yalpi daromad (total revenue $TR = P * Q$) – barcha tovarlarni ularning sotilgan narxiga ko'paytirish orqali aniqlanadi. Masalan: 1250 dona tovar 550 so'mdan sotildi deylik ya'ni yalpi daromad quyidagi holatda bo'ladi:

$$TR = 550 * 1250 = 687.500 \text{ so'm}$$

Agar yalpi daromaddan ishlab chiqarishga ketgan yalpi xarajatlar (total costs) ayrilsa, foyda miqdori aniqlanadi. Ya'ni: $TR - TC = Profit$

Qaytariladigan va qaytarilmaydigan xarajatlar

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

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

4. Ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlari

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

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

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

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

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

Yalpi xarajatlar (TC - *Total cost*) - qisqa muddatli oraliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng:

$$TC = FC + VC(Q)$$

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

Yalpi doimiy xarajatlar (TFC - *total fixed cost*) - barcha doimiy ishlab chiqarish omillariga bo'lgan yalpi xarajatlar.

$$TFC = p_1q_1 + p_2q_2 + \dots + p_nq_n$$

p_1, p_2, p_n - doimiy ishlab chiqarish omillarining narxlarini,

q_1, q_2, q_n - doimiy ishlab chiqarish omillarining soni.

Yalpi o'zgaruvchan xarajatlar (TVC - *total variable cost*) - barcha o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillariga bo'lgan yalpi xarajatlar.

$$TVC = p_1q_1 + p_2q_2 + \dots + p_nq_n$$

p_1, p_2, p_n - o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillarining narxlarini,

q_1, q_2, q_n - o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillarining soni.

$$TC = TFC + TVC$$

Chekli xarajatlar (MC - *Marginal cost*) - firma bir-birlik qo'shimcha ishlab chiqarish xajmi ortirishi evaziga qiladigan xarajati.

$$MC = dTC/dQ = TC'(Q) = TVC'(Q)$$

O'rtacha yalpi xarajatlar (ATC - *Average total cost*) - yalpi xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$ATC = TC/Q,$$

$$ATC = AFC + AVC = (FC + VC)/Q$$

O'rtacha doimiy xarajatlar (AFC - *Average fixed cost*) - yalpi doimiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$AFC = TFC/Q$$

O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC - *Average variable cost*) - yalpi o'zgaruvchan xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$AVC = TVC/Q$$

Qisqa muddatli ishlab chiqarish sharoitida $AVC = P$ bo'lsa, firma ma'lum muddat ishlab chiqarishni davom ettirishi hamda kutilgan foydani olishi mumkin, chunki u nafaqat o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar balki hamma xarajatlarni qoplay oladi. Agar $AVC > P$ bo'lsa

firma tarmoqdan chiqib ketishga majbur bo‘ladi, agar $AVC < P$ bo‘lsa firma yuqori foyda oladi¹.

Nazorat savollari

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

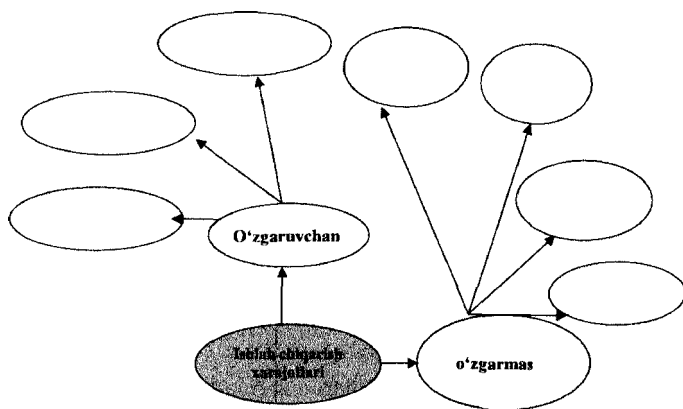
Mustaqil ta’lim uchun savol va topshiriqlar

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

AMALIY MASHG‘ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Klaster tuzing



¹ Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)

2-topshiriq

Xarajatlar	Ma'lumot	Masalan
Doimiy FC (Fixed costs)	Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar	1000 sh.b.
O'zgaruvchan VC (Variable costs)	Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq holda	1400 sh.b. (5ta buyum)
Umumiy TC (Total costs)	Ishlab chiqarishning doimiy va o'zgaruvchan summasi	$1000+1400=2400$ sh.b.
O'rta ATC(Average Total costs)	Ishlab chiqarishning mahsulot birligiga xarajatlari	$2400:5=480$ sh.b.

3- topshiriq**Mavzuga doir masala va topshiriqlar**

1. Kompaniyaning ishlab chiqarish faoliyati quyidagi ma'lumotlarga ega (1 yillik)

Yalpi sotuv hajmi Q - 100 000 birlik.

Bozordagi narx – 1,5 sh.b.

Ishlab chiqarish yalpi xarajatlari TC - 160 000

Shuningdek, yalpi doimiy xarajatlar TFC – 20 000 Bozordagi talab va narx kompaniya kelajagi uchun vaziyatni yaxshilash imkonini bermayapti. Shuning uchun kompaniya ishlab chiqarishni to'xtatishga qaror qildi. Bu qaror to'g'rimi?

Tahlil

1. Kompaniya foydasining tahlili 1 yilda;

$\text{Profit} = \text{TR} - \text{TC} = 100\,000 * 1,5 - 160\,000 = - 10\,000$ sh.b.

2. O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlarni aniqlaymiz;

$\text{AVC} = \text{ATC} - \text{AFC} = \text{TC}/\text{Q} - \text{TFC}/\text{Q} = 160\,000/100\,000 = 1,6 - 0,2 = 1,4$ sh.b.

3. O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar bilan bozordagi narni solishtiramiz;

$P = 1,5$ sh.b. $\text{AVC} = 1,4$ sh.b. $P > \text{AVC}$

Joriy narx barcha o'zgaruvchan xarajatlarning va doimiy xarajatlarning bir qismini moliyalashtirish imkonini beradi. Qisqa muddatli davr oralig'ida kompaniyani yopish maqsadga muvofiq emas.

2. Kompaniyaning ishlab chiqarish faoliyati quyidagi ma'lumotlarga ega (1 yillik)

1. Xom ashyo va materiallarga xarajatlar – 150 000 so'm
2. Yoritish uchun xarajatlar – 10 000 so'm
3. Transport xarajatlari – 20 000 so'm
4. Boshqaruv personali oyligi – 70 000 so'm
5. Ishchi kuchi ish xaqi – 200 000 so'm
6. Asbob-uskuna amortizatsiyasi – 3 mln. so'm 10 yilga

(proporsional)

7. Ijara xaqi – 10 000 so'm

Ishlab chiqarish xajmi – 2500 dona yiliga

Mahsulot birligi 500 so'm bo'lsa, korxona umumiy daromadi va foyda hajmini aniqlang hamda quyidagilarni hisoblang: VC, FC, TC, TR, π , AVC, AFC, ATC - ?

Mavzuga doir masala va topshiriqlar

Agar $TC(10) = 52$, $AC(9) = 5.3$ va $MC(9) = 5$ bo'lsa:

- a) MC(10) ni toping;
- b) Ushbu ma'lumotlar asosida TC(8) ni topish mumkinmi?

Jadval ma'lumotlaridan foydalanib bo'sh kataklarni to'ldiring

Q	TC	AFC	VC	AC	MC
0	120	-	0	-	-
1				150	
2		60			26
3			78		
4	216				

Jadvalda ishlab chiqarish hajmiga bog'liq umumiy harajatlari berilgan jadvaldagi qolgan harajatlar topilsin.

Q	TC	FC	VC	AFC	AVC	AC	MC
0	60						
1	100						
2	130						
3	155						
4	190						
5	210						

Firmalar faoliyatini quyidagi ma'lumotlar asosida iqtisodiy tahlil qiling, ya'ni ularning foydasi va bozordagi holatini aniqlang.

1. Firma A: $P=10$ dollar, $Q=1000$ birlik, $TFC=5000$ dollar, $AVC=5$ dollar.

2. Firma B: $P=9$ dollar, $Q=80\,000$ birlik, $TC=800\,000$ dollar, $AVC=5,5$ dollar.

3. Firma C: $P=10$ dollar, $TR=30\,000$ dollar, $TC=30\,800$ dollar, $AFC=0,15$ dollar.

4-topshiriq

Testlar

1. Ishlab chiqarish xarajatlari - bu.....

a) tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'molchilarga yetkazib berishga qilinadigan barcha sarflar;

b) yalpi pul tushumidan barcha xarajatlar chiqarib tashlangandan keyin qolgan qismi;

c) ko'payib boruvchi ehtiyojlarni qondiruvchi manba;

d) asosiy kapitalni kengaytirish va uni takror ishlab chiqarishga kilinadigan sarflar;

e) to'g'ri javob yo'q.

2. Doimiy xarajatlar nima?

a) asosiy fondlar;

b) firmalarning o'zgarmas passiv va aktivlari;

c) firmalarning doimiy aktivlari;

d) ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar;

e) doimiy ashyo xarajatlari.

3. O'zgaruvchan xarajatlar nima?

a) ishlab chiqarish hajmiga qarab o'zgaradigan xarajatlar;

b) hamisha o'zgaradigan xarajatlar;

c) doimiy kapitalning aylanma fondlarga nisbati;

d) o'zgaruvchan kapital va amortizatsiya;

e) hamma javoblar to'g'ri.

4. Yalpi xarajatlar nima?

a) doimiy va xom-ashyo xarajatlari;

b) doimiy kapital va ijara pul;

c) o'zgaruvchan kapital va amortizatsiya;

d) asosiy va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisi;

e) ish haqi va xom-ashyo xarajatlar.

5. Doimiy xarajatlarning tarkibiy elementlarini belgilang.

- a) ishlab chiqarishning hamma xarajatlari;
- b) ish haqi va xom-ashyo xarajatlari;
- c) amortizatsiya va ishchilarning ish haqi;
- d) faqat amortizatsiya;
- e) amortizatsiya, ijara haqi, yuqori darajadagi menejerlar oyligi.

6. O'zgaruvchan xarajatlarning tarkibiy elementini belgilang.

- a) ijara va sug'urta xarajatlari;
- b) ishchilarning ish haqi va xom-ashyo xarajatlari;
- c) amortizatsiya va ish haqi;
- d) faqat ish haqi;
- e) to'g'ri javob yo'q.

7. Tadbirkorlik faoliyati.....

- a) foyda olish maqsadida tavakkalchilik bilan amalga oshiriladigan faoliyat;
- b) bozor subyektlari o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq tavakkalchilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi;
- c) iste'mol jarayonida qo'llanilishi mumkin bo'lgan vosita;
- d) asosiy kapitalni kengaytirish va uni takror ishlab chiqarishga qilinadigan sarflar;
- e) iqtisodiyotda tub o'zgarishlarni amalga oshirishga qaratilgan tadbirlar.

8. Aksiyaning daromad keltirishiga ko'ra qanday turlari mavjud?

- a) qisqa muddatli va uzoq muddatli;
- b) oddiy va imtiyozli;
- c) yutuqli va yutuqsiz;
- d) birlamchi va ikkilamchi;
- e) to'g'ri javob yo'q.

9. Dividend -

- a) aksionerlik jamiyati sof foydasining aksionerlarga tegadigan bir qismi;
- b) qimmatli qog'oz;
- c) muddatli qarz;
- d) iqtisodiy yordam;
- e) to'g'ri javob yo'q.

10. Aksionerlik majlisida ovoz berish huquqiga ega shaxslar

- a) obligatsiya egalari;
- b) oddiy aksiya egalari;
- c) imtiyozli aksiya egalari;
- d) chek egalari;
- e) sertifikat egalari.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Tadbir- korlik</i>	<i>Business</i>	<i>Предпр- инимат ельство</i>	ishlab chiqarish jarayonida uning omillari: yer, mehnat, kapitalni birlashtiruvchi, bilim va tashabbuskorlik va tavakkalchilik asosida daromadli ishlab chiqarishni tashkil etishni nazarda tutuvchi ishlab chiqarishning maxsus omili.
2.	<i>Xususiy tadbirkor- lik firmasi</i>	<i>Private enterprise</i>	<i>Частное предпри- нимате льство</i>	bu firmaning egasi ishni mustaqil, o'z manfaatidan ke- lib chiqib olib boradi, u tavakkalchilikni o'z zimmasiga oladi, firmaning barcha majbu- riyatlari bo'yicha to'liq javob- garlikni bo'yniga oladi (ya'ni, mas'uliyati cheklanmagan jamiyat hisoblanadi), qolgan daromadni o'zi o'zlashtiradi.
3.	<i>Korporat- siya</i>	<i>Corpora- tion</i>	<i>Корпо- рация</i>	paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan chek- langan. Korxona aksiyalarini sotib olgan shaxslar korxona mulki egalariга aylanadilar.

				Korporatsiya faoliyatini aksionerlar majlisi nazorat qiladi. Aksiyadorlar o'z aksiyalariga daromad (dividend) oladilar. Korporatsiya kreditorlari o'z talablarini aksiyadorlarga emas, korporatsiyaga qo'yadilar.
4.	<i>Ichki xarajatlar</i>	<i>Internal costs</i>	<i>Внутренние издержки</i>	1) tadbirkorning o'ziga tegishli resurslarga bo'lgan xarajati; 2) tadbirkorlik qobiliyatiga to'g'ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo'lgan normal foyda.
5.	<i>Iqtisodiy xarajatlar</i>	<i>Economic costs</i>	<i>Экономические издержки</i>	bu boshqa nematlarning (tovar va xizmatlarning) qiymati. Iqtisodiy xarajatlar firma faoliyatini buxgalter va iqtisodchi tomonidan baholanishni farq qilishga imkon beradi. Buxgalterni birinchi navbatda, firmaning ma'lum muddat davomidagi (hisobot davrida) faoliyati natijalari qiziqtiradi.
6.	<i>Buxgalterlik xarajatlari</i>	<i>Account costs</i>	<i>Бухгалтерские издержки</i>	firma tomonidan foydalanilayotgan resurslarni sotib olingan narxlaridagi qiymatlaridir.
7.	<i>O'zgarmas xarajat</i>	<i>FC Fixed cost</i>	<i>Постоянные издержки</i>	bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatdir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajat). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan

				foydalanish bilan bog'liq xarajatlar, ijara haqi, Sug'urta to'lovlari, Bank kreditlari bo'yicha foiz to'lovlari, Amortizasion ajratmalar, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlar kiradi.
8.	<i>O'zgaruvchan xarajat</i>	<i>VC Variable cost</i>	<i>Переменные издержки</i>	mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat. O'zgaruvchan xarajatlarga xom ashyoga, elektro-energiyaga, gazga, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kiradi.
9.	<i>Yalpi xarajatlar</i>	<i>TC Total cost</i>	<i>Совокупные издержки</i>	qisqa muddatli orliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng: $TC=FC+VC(Q)$
10.	<i>Chekli xarajatlar</i>	<i>MC - Marginal cost</i>	<i>Предельные издержки</i>	firma bir-birlik qo'shimcha ishlab chiqarish xajmi ortirishi evaziga qiladigan xarajati.
11.	<i>O'rtacha yalpi xarajatlar</i>	<i>ATC - Average total cost</i>	<i>Средние совокупные издержки</i>	yalpi xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin: $ATC = TC/Q$
12.	<i>O'rtacha doimiy xarajatlar</i>	<i>AFC - Average fixed cost</i>	<i>Средние постоянные издержки</i>	yalpi doimiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin: $AFC = TFC/Q$
13.	<i>O'rtacha</i>	<i>AVC -</i>	<i>Средние</i>	yalpi o'zgaruvchan xarajatni

	<i>o'zgaruv- chan xarajatlar</i>	<i>Average variable cost</i>	<i>перемен ные издерж ки</i>	ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin: $AVC =$ TVC/Q
--	--	--------------------------------------	--	---

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI

6-KEYS: XUQUQSHUNOSLIK MAKTABI UCHUN YANGI BINOGA JOY TANLASH

Uzoq vaqt mobaynida Shimoliy-g'arbiy universitetning xuquqshunoslik kolleji Chikagoda, Michigan ko'li qirg'og'ida edi. Ammo, universitetning asosiy kompleksi Evanstoun shaxri chekkasida joylashgan. 70- yillarning o'rtalarida xuquqshunoslik kolleji yangi bino qurish rejasini tuzishga kirishdi va uni qurish uchun joy tanlash to'g'risida bir varorga kelishi kerak bo'lib qoldi. Uni hozirgi joyda, markaziy yuridik idoralar yonida qurish kerakmi yoki yuridik maktab universitetning boshqa o'quv yurtlari bilan amalda uyg'unlashib ketadigan Enavanstounga ko'chirish maqulmi? Uni eski joyda qurish tarafdorlari ko'p bo'ldi. Ularning bir qismi ko'rsatgan asos-chiqimlar nuqtai nazardan qarqganda binoni shaxarda qurish samaraliroq bo'ladi, chunki bu joyda universitetga tegishli yer bor, agar bino yangi joyda qurilsa, Enavanstoun shaxrida katta yer maydonini sotib olishga to'g'ri keladi. Bu taklif iqtisodiy jixatdan asoslanganmi? Yo'q. Biz bu yerda keng tarqargan xatoga –amaldagi xarajatlarni zimmaga tushgan xarajatlar bilan chakashtirishga duch kelib turibmiz. Iqtisodiy nuqtai nazardan qaraganda, kollejni shaxar markaziga joylashtirish qimmatga tushadi, chunki qo'l qirg'ogiga joylashtirish zimmaga tushgan xarajatlar yuqori bo'ldi. Bundan kenlib chiqadiki, shaxavr markazidagi ko'chmas mulkni sotishdan tushadigan pul Enavanstoun yer maydoni sotib olishga yetadi va ancha pul tejaladi. Oqibatda Shimo-liy-g'arb universitetining yuridik kollejini Chikago shaxrida saqlab qolishga qaror qilindi. Bu qaror juda qimmatga tushadigan bo'ldi. Agar Chikagodagi joy yuridik kollej uchun juda axamiyaga ega bo'lsa kerak, demak, qaror to'g'ri qabul qilingan, mobodo u shaxar marka-zida yer maydoni xech qanday qimmatga ega emas degan fikrga asoslangan bo'lsa, qarorning to'g'riligi shubha ostida qolardi.

7- MAVZU. MUKAMMAL RAQOBAT¹

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

Bozor tarkibi, Raqobat, oligopoliya, monopolistik raqobat, sof monopoliya, mukammal raqobat, mukammal raqobat modeli.

Asosiy savollar

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

1. Bozorning raqobatbardosh tuzilmasi

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

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

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

¹ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005. Page 262-263.

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

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

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

Raqobat modellarining tasniflanishi				
	Mukkamal raqobat	Monopollashgan raqobat	Oligopoliya	Sof monopoliya
Firmalar soni	Cheklanma gan miqdorda ko'p	Ko'p	Bir qancha	Bitta
Mahsulot turi	Bir turdagi	Differensial Lashgan	Bir turdagi, Differensial lashgan	Yagona, unikal
Bozordagi hokimlik	Yo'q	Uncha katta emas	Yuqori	Maksimal darajada
Bozorga kirish chiqishdagi to'siqlar	Yo'q	Uncha ko'p emas	Ko'p	Umuman olib tashlab bo'lmaydi gan
Maksimal foyda olish sharti	$MR=MC=P$	$P>MC$		
Axborot olish imkoniyati	axborot tezlik bilan va mutlaqo bepul tarqatiladi	axborot olishda qiyinchiliklar mavjud	axborot olishda cheklovlar mavjud	Axborot maxfiy

2. Bozor tuzilmalarining tahlil tamoyillari

Bozor tuzilmalarini tasniflashda quyidagi tamoyillardan foydalaniladi:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2) Tabiiy to'siqlar. Ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish uchun kerak bo'ladigan investision xarajatlar, bozordagi mahsulotlarning yuqori darajada diversifikatsiyalashganligi, iste'molchilarning mavjud firma

savdo belgisiga bo'lgan ishonchi, mahsulotlarni taqsimlash kanallariga bo'lgan yo'llar.

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

3. Mukammal raqobat modeli va uning xususiyatlari

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

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

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

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

Mukammal raqobat modelining xususiyatlari:

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

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

3. *Bozorga kirish va chiqishning erkinligi*. Bozorda turli xildagi cheklovlar va ta'qiqlashlar umuman bo'lmaydi. Davlatning talab va taklif mexanizmiga aralashuvi ham umuman bo'lmaydi. Bozorga kirish va

chiqishdagi erkinlik barcha resurslarni absolyut tarzda minataqalar aro va tarmoqlararo erkin xarakatlanishiga yordam beradi.

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

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

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

$$TR = P \cdot Q,$$

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

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

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

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

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

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

4. Raqbatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati

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

Qisqa muddatli oraliqda firma kapitali xajmi o'zgarmaydi, shuning uchun u foydani maksimallashtiradigan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari hajmini tanlashi lozim bo'ladi. Ma'lumki, foydani maksimallashtirish bu umumiy daromad bilan umumiy xarajatlar ayirmasini maksimallashtirish demakdir, ya'ni

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q).$$

Firmaning daromad, xarajati va foydasi

Ishlab chiqarish xajmi Q	Narx P	Daromad		Xarajat		Foyda Profit
		Yalpi TR	Chekli MR	Yalpi TC	Chekli MC	
0	50	0	-	400	-	-400
10	50	500	50	500	10	0
20	50	1000	50	700	20	300
30	50	1500	50	1200	50	300
40	50	2000	50	1800	60	200
50	50	2500	50	2500	70	0

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

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

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

$$P = MC.$$

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

Chekli mahsulot qoidasiga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini chekli daromad bilan chekli xarajatning tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ($MC = MR$).

Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajatdan kichik bo'lsa $P < AVC(Q)$, firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi).

Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi.

Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini tanlash. Uzoq muddatli oraliqda firma foydalanadigan barcha omillarini o'zgartiradi, shu jumladan ishlab chiqarish quvvatlarini ham. Uzoq muddatli oraliqda firma o'z kapitali hajmini o'zgartirishi, ya'ni ishlab chiqarish quvvatini o'zgartirishi mumkinligi firmaga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga imkon beradi. Firma ishlab chiqarish xarajatlarining qanday o'zgarishi ishlab chiqarish masshtabi samaradorligining o'sishi, o'zgarmasligi va kamayishi bilan aniqlanadi. Yana shuni eslatib o'tish kerakki, firmaning uzoq muddatli oraliqdagi faoliyatini tahlil qilganimizda, uning o'rtacha xarajatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Faraz qilaylik, firmaning ishlab chiqarish jarayonida barcha ishlab chiqarish hajmlari uchun o'zgarmas masshtab samarasiga ega. Bunda ishlab chiqarish omillari sarfi ikki barobar oshganda ishlab chiqarish hajmi ham ikki barobarga o'sadi. Demak, ishlab chiqarish hajmi oshgani bilan o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari o'zgarmaydi¹.

Nazorat savollari

1. Bozorning raqobatbardosh tuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
2. Tahlil tamoyillari nimalardan iborat?
3. Mukammal raqobat modeli nima, uning xususiyatlari nimalardan iborat?

¹ Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b., 145 b.

4. Raqobatli bozorning uzoq va qisqa muddatli muvozanati qanday jarayon hisoblanadi?

5. Uzoq muddatli muvozanat uchun nimalar talab etiladi?

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. O'zbekiston sharoitida mukammal raqobat modelining o'rni

2. O'rganilayotgan mamlakatlarda firmalarning uzoq va qisqa muddatli muvozanatini buzilishiga sabab bo'luvchi omillar

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Raqobat – bu ne'matlar miqdori va iste'mol talabi cheklangan joyda yuzaga keladigan manfaatlar to'qnashuvi. Iste'molchilar ham, firmalar ham raqobatlashishi mumkin.

2- topshiriq

Terminlarni izohlang

1. Bozor kuchlarining ta'sirida tabiiy ravishda yuz beradigan raqobat.

2. Madaniylashgan tarzda ma'lum me'yorlar asosida sodir bo'ladigan raqobat.

3. Bozor subyektlarining YaIMdagi ulushi aniqlanadigan raqobat.

4. Raqobatlashishda g'ayrioddiy usullarni qo'llash.

5. Daromadga ko'ra ko'proq tovarlarni sotib olishga, naflilikka erishishga qaratilgan raqobat.

6. Bir yoki bir necha sotuvchi bozorda narx ustidan nazorat o'rnatadigan raqobat.

7. Tarmoqqa erkin kirish va chiqishga asoslangan raqobat.

8. Yagona iste'molchiga asoslangan bozor.

9. Monopolistik manfaatni ko'zlab korxonalarining birlashuvi.

a. Milliy xo'jalik doirasidagi raqobat

b. Mukammal raqobat

c. Tartibsiz raqobat

d. Monopolistik raqobat

e. Halol raqobat

f. Iste'molchilar o'rtasidagi raqobat

g. Tarmoqlararo raqobat

h. Tartibli raqobat

i. G'irrom raqobat

j. Nomukammal raqobat

k. Monopsoniya

l. Sun'iy monopoliya.

Testlar

1. Mukammal raqobatlashgan firma bu...

a) O'z raqiblari bilan faqat raqobatning faqat qonuniy usullarini qo'llaydi;

b) Bozor narxlariga ta'sir o'tkaza olmaydi;

c) Bozorni egallash uchun xar qanday usullarni qo'llaydi;

d) Raqobatda o'zi uchun to'g'ri kelgan narxni o'rnatishni ko'zlaydi.

2. Agar firma mukammal raqobatlashgan bozorda faoliyat yuritir ekan, u o'z mahsulotining taklifini qisqartirsa, u holda:

a) Mahsulotning bozor narxi pasayishiga olib keladi;

b) Taklifni kamaytiradi, mahsulot narxini ko'taradi;

c) Mahsulot bozor narxining o'sishiga olib keladi;

d) Bozorga xech qanday ta'sir o'tkazmaydi;

e) Taklifni kamaytiradi, mahsulotning narxini pasaytiradi.

Misol va masalalar

1. Quyidagi ma'lumotlar asosida firmalarning bozordagi narxlarga ta'sir eta olish darajasini (Lerner koeffisientini), bozordagi jami foyda 3 228 mln.so'm bo'lsa ularning ulushini hamda qaysi bozor tuzilmasiga tegishli ekanligini aniqlang.

A. Firma: daromadi 1 850 mln.so'm, foydasi 447 mln.so'm

B. Firma: daromadi 1747 mln.so'm, foydasi 412 mln.so'm

C. Firma : daromadi 890 mln.so'm, foydasi 48 mln.so'm

D. Firma: daromadi 1242 mln.so'm, foydasi 110 mln.so'm

2. Mukammal raqobatlashgan firma yiliga 20 ming dona mahsulot ishlab chiqaradi, Ishlab chiqarishning o'rtacha xarajatlari 21500 so'm, o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar esa, 17500 so'm, bozordagi narx 25000 so'm bo'lsa, firma qancha foyda ko'radi.

GLOSSARIY

	Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atama-ning ingliz tilida nomlanishi	Atama-ning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	Raqobat	Competition	Конку-ренция	bu ne'matlar miqdori va iste'mol talabi cheklangan joyda yuzaga keladigan manfaatlarga to'qnashuvi. Iste'molchilar ham, firmalar ham raqobatlashishi mumkin.
2.	Mukammal raqobatlashgan bozor	Perfect competition market	Рынок совершенной конкуренции	sotuvchi va xaridorlar bozorida mahsulot narxi qanday bo'lsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga ta'sir qila olmaydilar; bozorga yangi sotuvchilarni kirishi cheklanmagan; sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi.
3.	Sun'iy to'siqlar (institutional)	Institutional barriers	Институциональные барьеры	faoliyat turi bo'yicha cheklangan firmalar uchun patent va lisenziyalar berish.
4.	Tabiiy to'siqlar	Natural barriers	Натуральные барьеры	ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish uchun kerak bo'ladigan investisiya xarajatlari, bozordagi mahsulotlarning yuqori darajada diversifikatsiyalashganligi, iste'molchilarning mavjud firma savdo belgisiga bo'lgan ishonchi, mahsulotlarni taqsimlash kanallariga bo'lgan yo'llar.
5.	Raqobatlashgan bozorda	(TR) Total	Совокупный	firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotish-

	<i>umumiy daromad</i>	<i>revenue</i>	<i>доход</i>	dan olgan daromadiga teng, ya'ni umumiy daromad sotilgan mahsulot miqdorini (Q) uning narxiga (P) ko'paytmasiga teng: $TR = P \cdot Q$
6.	<i>O'rtacha daromad</i>	<i>(AR) Average Revenue</i>	<i>Средний доход</i>	sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir, ya'ni: $AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$
7.	<i>Chekli daromad</i>	<i>(MR) Marginal revenue</i>	<i>Предельный доход</i>	bu qo'shimcha bir birlik ne'matni sotish natijasida umumiy daromadning o'sgan qismi $\Delta R(Q)$, ya'ni: $MR = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{dQ} = P + Q \cdot \frac{dP}{dQ} = P \cdot \left(1 + \frac{dP}{dP} \cdot \frac{P}{P}\right) = P \cdot \left(1 + \frac{1}{\epsilon_P}\right)$
8.	<i>Chekli mahsulot qoidasiga ko'ra</i>	<i>Law of Marginal product</i>	<i>Закон предельного продукта</i>	firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini chekli daromad bilan chekli xarajatning tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ($MC = MR$).
9.	<i>Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra</i>	<i>Law of stopping production</i>	<i>Закон останова производства</i>	firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlardan kichik bo'lsa $P < AVC(Q)$, firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi).

MAVZUNI O'ZLASHTIRILISHI UCHUN KEYS-STADI

7-KEYS: KORPORATSIYA DARAJASIDA BIR QARORGA KELISH. "FORD" "TAURAS"NI TAQDIM ETADI

1958 yilning oxirida "Ford" oldingi g'ildiraklaridagi tortadigan va samarali aerodinamik shaklga ega bo'lgan "Taurus" nomli yangi avtomobil modelini bozorga taqdim etadi. Mashina katta mu-

vaffaqiyatga ega bo'ldi va 1987 yilga kelib "Ford" foydasini deyarli 2 marta ko'paytirdi. Bu mashinaning dizayni va samarali ishlab chiqarilishi muhandislik tafakkurining eng yangi yutuqlarini qo'llash bilpn bog'liq, edi, u ancha-muncha iqtisodiy masalalarga ham daxldor bo'ldi. Firma menejerlari yangi dizayn xaridorlar tomonidan naqadar maqullanishini tushunib yetishlari kerak edi. Istemolchilarni mashinaning texnik tavsiflari va tashqi qo'rinishi qoniqtiradimi? Dastlabki talab qancha bo'ladi, u vaqt o'tishi bilan qanday o'zgardi va bunga avtomobilning narxi qanday ta'sir etadi? Iste'molchilarning talab-ehtiyojini o'rganish, yangi mashinaga bo'lgan talabni prognozlash, mashina narxi o'zgarganda unga talabning o'zgarishi "Tauras" dasturining muhim qismini tashkil etdi. So'ng "Ford" model qiymatini belgilash kerak edi: ishlab chiqarish xarajatlari va ularning yiliga qancha mashina chiqarilishiga qarab o'zgarishi aniqlash zarur edi. Shuningdek, kasaba uyuishmasi bilan ish xaqining miqdori to'g'risidagi muzokaralar natijasi, po'lat va boshqa xom ashyolar narxi ham hisobga olinishi kerak edi. Ishlab chikarishda tajriba ko'paygan sari ishlab chiqarish xarajatlarining pasayishi miqdori va tezligini ham tahlil etishga to'g'ri keladi. Bu ma'lumotlar maksimal foydani qanday olish mumkin, buning uchun yiliga qanday miqdorda mashina chiqarishni rejalashtirish kerak, degan savollarga javob topish uchun talab qilinar edi. "Ford" narx shakllantirish strategiyasini ishlab chiqishi kerak edi, bundan tashqari raqobatchilarning bu strategiyaga qanday javob berishni ham chamalab ko'rishiga to'g'ri kelar edi. Masalan, mashinaning bazaviy "engillashtirilgan" modeliga past narx, lekin uning gidravlik boshqarish tizimi bor, havo kondisioneri mavjud individual modelga esa yuqori yuqori narx qo'yish kerakmi? Yoki mashinalarni "standart" qilib ishlab chiqarish va ularning jamiga ancha yuqori narx belgilash yanada qulay bo'ladimi? Bunga JM ("Jeneral motors") va "Kraysler" kabi raqobatchilar "Ford" qo'yan narxda qat'iy nazar, qanday javob qaytaradilar? JM va "Kraysler"ning narxlarini pasaytirishdan tiyib tura oladimi? "Tauras" dasturi yangi ishlab chikarish uskunalariga katta kapital qo'yishini talab qilgan, kompaniya esa bu bilan bog'liq riskka va uning kutilayotgan oqibatlariga baho berishi zarur edi. Riskning bir qismi benzinng bo'lg'uzi narxi aniq bo'lmasligi bilan (benzinning yuqori narxi kam litrajli mashinalarga talabni oshirib yuboradi), riskning boshqa qismi esa ishchilariga beriladigan ish xaqqi miqdorining aniq bo'lmasligi bilan bog'liq edi.

Agar neftning jahon bozoridagi narxi 2-3 marta oshsa yoki xukumat benzinga yangi soliq joriy etsa nima bo'ladi? Kasaba uyushmalari ish xaqqi to'g'risidagi muzokaralardan naqadar kuchlilik qiladi va bu ish xaqqi miqdoriga qanday ta'sir etadi? Kapital qo'yish haqidagi qarorga kelinganda bu savollarga javoblarning noaniqligini qanday hisobga olish kerak? "Ford" birlashgan firma bo'lib ma'lum tashkiliy muammolarini ham hal etishi kerak edi, chunki uning bir bo'linmasi mashina ayrim qisimlarini ishlab chiqaradi, boshqalari esa yig'ish bilag shug'ullanadi. Turli bo'linmalar menejerlariga mukofot puli ajratilishi ham kerak. Avtomobilni yig'uvchi bo'linmalar boshqa boshqa bo'linmalardan olinadigan dvigatellarga qanday narx qo'yishi lozim. Hamma detal va qismlarni o'z zavodlaridan olish kerakmi yoki ulardan ba'zilarini tashqaridan olish ma'qulmi? Nihoyat, "Ford" o'z faoliyatida xukumat va qonun chiqaruvchi idoralarning talablarini hisobga olish kerak. Masalan, avtomobilning yangi modeli tashqi muhitga chiqaradigan gazlar federal me'yor, eng ko'p deganda, yo'l qo'yilgan darajadagi konsentratsiya talabiga javob berishi zarur bo'ladi, mashinalarni uzluksiz yig'ib borish esa xavfsizlik texnikasi va mehnatini muxofaza qilish qonunlariga mos kelishi kerak edi. Mazkur qoida va me'yorlarga vaqt o'tishi bilan o'zgarishining eng ko'p ehtimoli qanday? Bular kompaniyaning xarajatlari va daromadlariga qanday ta'sir eta oladi?

8-MAVZU. MONOPOLIYA

Mavzuning o'quv maqsadi:

Talabalarda bozor iqtisodi sharoitidagi iqtisodiy monopoliya, sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari, optimal ishlab chiqarish xajmini tanlab olish, narx diskriminatsiyasi haqida bilimlarni shakllantirishdan iborat.

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

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

1. Bozor iqtisodiyoti sharoitidagi iqtisodiy monopoliya

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

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

Bu ta'riflardagi monopoliyaning «mutlaq huquq» yoki «har qanday yoki yakka hukmronlik holati» kabi tavsiflari uning mohiyatini qisman yoritib berganligi sababli, uni quyidagicha ta'riflash o'rinli:

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

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

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

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

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

Ishlab chiqarishning to'planishi o'z rivojining ma'lum darajasida monopoliyalarning paydo bo'lishiga olib keladi. Ishlab chiqarishning

to'planishi hamda monopoliyalarning paydo bo'lishi o'rtasidagi ichki aloqalar quyidagilarda namoyon bo'ladi:

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

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

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

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

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

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

2. Sof monopoliya modelining asosiy xususiyatlari

Mukammal raqobatning qarama-qarshisi Sof monopoliyadir.

Sof monopoliya – ma'lum mahsulot turini ishlab chiqarish va sotish bo'yicha yakka hukmron bo'lgan bozor tuzilmasidir.

Yagona ishlab chiqaruvchi sifatida sof monopolistda unikal imkoniyatlar mavjud. Uning to'g'ridan-to'g'ri raqobatchilari yo'q. U o'zi xoxlagan narx va xajmda istalgan mahsulot turini ishlab chiqarishi mumkin. Monopolist ishlab chiqargan mahsulot bozorda unikal hisoblanadi, bozorda uni o'rnini bosuvchi xech qanday tovar bo'lmaydi. Bozordagi yuqori darajadagi yakka xukmronlik monopolist uchun ishlab chiqarish xajmi va narxini maksimal darajada nazorat qilish imkonini beradi.

Sof monopoliyaning asosiy xususiyatlari:

- firmalar soni bitta,
- mahsulot turi yagona, unikal,
- bozordagi hokimlik maksimal darajada,
- bozorga kirish chiqishdagi to'siqlar umuman olib tashlab bo'lmaydigan.

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

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

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

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

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

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

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

Sun'iy monopoliya – monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli (tabiiy monopoliyalardan ajratib turish uchun) nomi. Sun'iy monopoliya o'z manfaatlari yo'lida bozor muhiti tuzilishini ataylab o'zgartiradi, ya'ni: - bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik uchun turli to'siqlar hosil qiladi (xomashyo va energiya manbalarini egallab oladi; banklarning yangi korxonalarga kredit berishini taqiqlashga harakat qiladi va boshqalar);

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4) iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to'sib qo'yilishi. Monopolistlar iqtisodiyotdagi erkin va halol raqobatga to'sqinlik qilib, nisbatan kuchsiz bo'lgan korxonalarni o'zlariga bo'ysundirishlari, jamiyatga o'z ishchilarining mehnatiga pasaytirilgan miqdorda haq to'lash, past sifatli tovarlarni ishlab chiqarish, o'ta darajada oshirib yuborilgan sotish narxlari (yoki pasaytirilgan xarid narxlari), o'z mahsulotini iste'mol qilishga bilvosita usul orqali majburlash kabi o'zlarining kamsituvchi shartlarini ko'ndalang qo'yishlari mumkin. Bundan ko'rinadiki, monopolistik faoliyat iqtisodiy rivojlanishiga ancha jiddiy ta'sir ko'rsatishi, taraqqiyot yo'liga g'ov bo'lishi ham mumkin. Shunga ko'ra, bugungi kunda deyarli barcha mamlakatlar iqtisodiyotida monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish chora-tadbirlari qo'llanilib, bu **monopoliyaga qarshi siyosat** deb ataladi. Davlatning monopoliyaga qarshi siyosati asosini **monopoliyaga qarshi qonunchilik** tashkil etadi¹.

3. Optimal ishlab chiqarish xajmini tanlab olish

Monopolist korxona yoki firma o'z mahsulotining yagona ishlab chiqaruvchisi va sotuvchisi bo'lsa ham narxlarni o'z-o'zicha belgilay olmaydi, chunki bozorda u yagona iste'molchi talabiga emas, bozor talabiga duch keladi. Bozordagi talab narx ortib boraversa, pasayib ketishi mumkin. Shuning uchun monopolist firma optimal ishlab chiqarish xajmini ishlab chiqishi lozim. Bu ishlab chiqarish xajmi o'tgan mavzuda ta'kidlanganidek, chekli daromad bilan chekli xarajat bir-biriga teng bo'lganda foyda maksimal qiymatga erishadi. $MC = MR$ foydani maksimallashtirish sharti. Bu holatni quyidagi jadvalda ko'rishimiz mumkin.

¹ Sh.Shodmonov, U.G'afurov. "Iqtisodiyot nazariyasi" (darslik). T., "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2005, 784 b, 238 b.

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

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

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

Narx diskriminatsiyasi

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

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

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

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

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

Shunday qilib, masalan, bir xil (bitta) tovarni turlicha narxlarga turli mintaqalarga, turli vaqt oraliqlarida (fasllarda), turli sifatlarda va h.k. yetkazib berish narxli diskriminatsiya hisoblanmaydi. Shuning bilan birgalikda alohida (o'ziga xos) holatlarda turli (har xil) yerda

joylashgan xaridorlarga bir xil (bitta) tovarni yagona narx bo'yicha yetkazib berish narxli diskriminatsiya sifatida ko'rilishi mumkin.

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

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

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

Bundan tashqari, Iste'mol hajmiga ko'ra narxlar **diskriminatsiyasi, Tovarlar kategoriyasiga ko'ra narx diskriminatsiyasi degan siyosatlar ham mavjud.**

Monopollashuvning yuqori darajada saqlanib qolayotganligining obyektiv sabablari:

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

Bular ushbu tarmoqlarda raqobatning rivojlanishini qiyinlashtirib qo'ymoqda.

Nazorat savollari

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

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

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

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Keysni tahlil qiling

1. O'quv fanning nomi: "Makro va mikroiqtsodiyot".

2. Amaliy vaziyat mavzusi: "Bozor tuzilmalarining tahlili. Mukammal raqobat modeli mavzusi bo'yicha keys.

3. Keysning maqsadi – talabalarni o'rganilgan mavzu bo'yicha egallagan nazariy bilimlari asosida O'zbekistondagi hamda muayyan o'rganilayotgan mamlakatning korxonalari iqtisodiy vaziyatini tahlil qilish ko'nikmasini shakllantirish bilan belgilanadi.

4. Kutilayotgan o'quv natijalari: o'rganilayotgan mamlakat korxonalarining iqtisodiy vaziyatini tahlil qilish usullarini o'rganish, bozordagi korxonalarning soni, ularning bozordagi ulushi, ishlab chiqarayotgan mahsulot turi, bozordagi narxlarga ta'sir eta olishi, maksimal foyda olish sharti, axborot olish imkoniyati kabi iqtisodiy vaziyatlarni, bozorga kirish va chiqishdagi to'siqlarni baholash, muammolarni yechish ko'nikmasini shakllantirish.

4. Keysning ob'ekti: O'zbekiston va o'rganilayotgan mamlakatlardagi korxonalar.

5. Keysning asosiy axborot manbalari:

- O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining tegishli yillar bo'yicha statistik ma'lumotlari;

- O'zbekiston iqtisodiyoti. Axborot-tahliliy byulletenining tegishli yillar bo'yicha statistik ma'lumotlari;

- O'rganilayotgan mamlakatlarining 2014 yil bo'yicha "Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish to'g'risidagi hisobot" ma'lumotlari;

- Xususiy lashtirish jarayonlari va monopoliyaga qarshi kurash mavzusidagi nomzodlik dissertatsiyasi materiallari;

- Internet xamda Ommaviy axborot vositalaridagi xabarlar

- Ilmiy maqolalar, monografiyalardan foydalaniladi.

VAZIYAT

Mamlakatimizda turli shakldagi xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan o'z ustunlik mavqeidan foydalanib, har xil qonun buzilishi hollariga yo'l qo'ymaslik maqsadida monopolist korxonalar Davlat reestriga kiritiladi. O'zbekistonda 1997 yil monopolist korxonalar soni 828 ta bo'lib, monopol mahsulotlar soni 5186 ta bo'lgan bo'lsa, 2014 yilga kelib, Davlat reestriga kiritilgan korxonalar soni 128 taga tushdi, monopol mahsulotlar soni esa, 126 tani tashkil etdi¹. (Ilovadagi jadvallarga qarang).

¹ Ўзбекистон иқтисодиёти. Ахборот-таҳлилий бюллетень. Т.: 2015 й. 93 б. 63-бет.

Ayni vaqtda bir qator tarmoqlarda monopolizm hali ham saqlanib qolmoqda. Masalan, neft kimyosi bozorida, oziq-ovqat tovarlari bozorlarida, qurilish materiallari bozorida va boshqalar. Monopolashuvning yuqori darajada saqlanib qolayotganligining ob'ektiv sabablari ishlab chiqarishning kapital sig'imi kattaligi, katta quvvatga ega bo'lgan agregatlardan foydalanilishi, texnologiya jarayonlarining uzluksizligidir. Bular ushbu tarmoqlarda raqobatning rivojlanishini qiyinlashtirib qo'yimoqda.

1-jadval

Yillar	Monopolist korxonalar soni, birlikda
1997	828
2000	721
2005	253
2010	183
2014	128

2-jadval

Yillar	Monopol maxsulotlar va xizmatlar turlarining miqdori
1997	5186
2000	1899
2005	180
2010	158
2014	126

3-jadval

Xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish bo'yicha amalga oshirilgan ishlar natijasi

Yillar	Xususiylashtirilgan korxona va ob'ektlar soni, birlikda	Xususiylashtirishdan tushgan mablaglar, mlrd. so'm
1995	8537	2,3
2000	374	14,3
2005	980	80,5
2010	96	23,0
2011	101	39,2

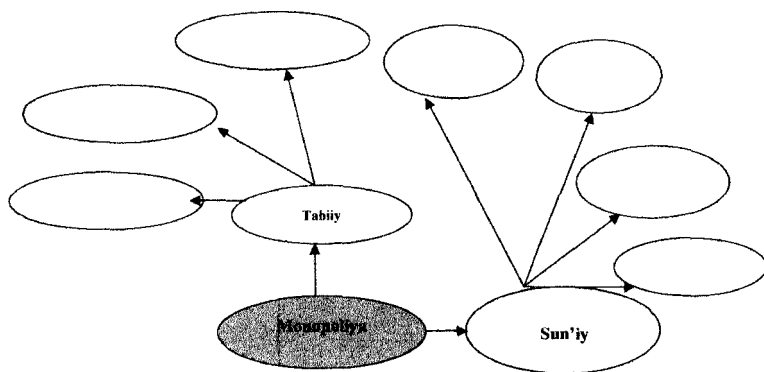
2012	87	32,1
2013	179	44,1
2014	288	82,0

Muhokama uchun savollar va keysga vazifalar

1. Iqtisodiy vaziyatni tahlil qilishda qanday ko'rsatkichlar va parametrlardan foydalaniladi?
2. 2014 yilda monopolist korxona va mahsulotlar 1997 yilga nisbatan qanchaga kamaygan, bular nimadan dalolat beradi?
3. Mamlakatdagi monopolist korxona va mahsulotlar sonining kamayishiga va o'zgarishiga qanday omillar ta'sir qildi?
4. O'zbekiston Respublikasining antimonopol qonunchiligida bu borada qanday qonunlar ishlab chiqilgan?
5. O'zbekistonda monopoliyaga qarshi kurash siyosatini olib boruvchi muassasalar tomonidan bu borada qanday chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda?
6. O'rganilayotgan mamlakatlarda bozor tuzilmalarining tahlilini aniq korxonalar misolida amalga oshiring.
7. O'rganilayotgan mamlakatlardagi monopolist korxona va mahsulotlar sonini aniqlang.
8. O'rganilayotgan mamlakatlarda antimonopol qonunchilik hamda monopoliyaga qarshi kurash qanday yo'lga qo'yilganligini izohlang.

2- topshiriq

Klaster



GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Monopo- liya</i>	<i>Mono- poly</i>	<i>Монопо- лия</i>	monopol yuqori narxlarni o'rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari.
2.	<i>Sof monopo- liya</i>	<i>Pure monopoly</i>	<i>Чистая монопо- лия</i>	ma'lum mahsulot turini ishlab chiqarish va sotish bo'yicha yakka hukmron bo'lgan bozor tuzilmasidir.
3.	<i>Tabiiy monopo- liya</i>	<i>Natural monopoly</i>	<i>Естест- венная монопо- лия</i>	korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish, raqobat mavjud bo'lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati.
4.	<i>Legal monopo- liya</i>	<i>Legal monopoly</i>	<i>Легальная Монопо- лия</i>	bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat.
5.	<i>Patent tizimi</i>	<i>The system of patent</i>	<i>Система патентов</i>	bu ixtirochi va mualliflar tomonidan yaratilgan ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari tasdiqlovchi hamda ularga mutlaq huquqni taqdim etish tizimi. Bu jarayon maxsus guvohnomalar – patentlar orqali amalga oshiriladi;

6.	Mualliflik huquqi	Author's rights	Авторские права	ilmiy, badiiy va san'at asarlari, ijro san'ati fonogrammalari, ko'rsatuvlar, efir to'liqini yoki kabel orqali tasvir uzatish kabi-larni yaratish va ulardan foyda-lanish munosabatlarini qonuniy tarzda tartibga solish shakli.
7.	Tovar belgilari	Trade mark	Торговая марка	bu savdo belgilari, nishonlari, maxsus ramzlari, nomi va bosh-qalarni ro'yxatga olish, huquqiy jihatdan himoya qilish va ular-dan foydalanish bo'yicha paydo bo'lgan munosabatlarni qonu-niy tarzda tartibga solish shakli.
8.	Resurs-larning oqilona taqsimlan-masligi	No rational division of resources	Нерацио-нальное распреде-ление ресурсов	bu holat monopoliyalarning yuqori foyda ketidan quvib, mahsulotlarning u qadar yaxshi bo'lmagan turlarini, past sifati hamda sotishning yomon sha-roitlarini vujudga keltirishi orqali namoyon bo'ladi.
9.	Daromad-lardagi tengsiz-likning kuchayishi	Increasing disequili-brium of incomes	Повыше-ние неравенс-тво доходов	bu holat ham narxlarning mo-nopol tarzda oshirilishi (pasay-tirilishi) hamda yuqori foyda olinishi bilan bog'liq bo'lib, bu aholi qolgan qismi daromad-larining nisbatan kamayishiga olib keladi.
10	Narx diskrimi-natsiyasi	Price discremi-nation	Ценовая дискрим-инация	bunda firma bir xil tovarni xar xil narxda sotib olish imko-niyati xar xil bo'lgan xaridor-larga sotadi.

9 - MAVZU. NOMUKAMMAL RAQOBAT

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Asosiy tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

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

1. Monopol raqobat bozori

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

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

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

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

2. Oligopoliya bozori va uning xususiyatlari

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

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

Odatda, oligopol bozorda 2 tadan 15 tagacha bo'lgan kompaniyalar bozordagi barcha talabni qondiradi. *Oligopol bozorining asosiy xususiyatlaridan* biri bu biror bir firma faoliyatidagi o'zgarish, albatta boshqa xuddi shunday tovar ishlab chiqarayotgan firmaga ta'sir

o'tkazishidadir. Ikkinchi firma raqobatda sinib qolmaslik uchun birinchi firma o'zgarishiga javoban albatta biror o'zgarish qilishi kerak. Bu o'zgarish narxda, sotuv xajmida, bozordagi ulushida, investision va innovasion faoliyatda, xarajatlarni qisqatirish strategiyasida yoki sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishni yaxshilab borishda namoyon bo'lishi mumkin. Masalan, bir firma o'z mahsulotiga talabni rag'batlantirish uchun mahsulotining narxini 10 foizga kamaytirsam, u asosan raqobatlashuvchi firmalar hisobidan o'z mahsulotini sotish hajmini anchaga oshirishi mumkin. Lekin firmaning bu narx siyosatiga javoban boshqa raqobatlashuvchi firmalar har xil iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin.

birinchidan, boshqa firmalar e'tibor bermasligi mumkin;

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

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

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

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

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

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

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

3. Oligopoliya bozorining asosiy modellari

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

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

Kurnoning duopoliya modeli. Ikki raqobatlashuvchi firma o'rtasidagi munosabatlarni duopoliya sharoitida 1838 yil birinchi bo'lib o'rgangan fransuz iqtisodchisi Ogyusten Kurno hisoblanadi. Bu holat nokooperatsiyalashgan oligopoliyani ilk marotaba tahlil qilish imkonini bergan. Bu munosabatni o'rganishda quyidagilar faraz qilinadi: ikkala firma ham bir xil tovar ishlab chiqaradi va bu tovarlarga bo'lgan bozor talabi chizig'i ularga ma'lum. Ikkala firma ham bir vaqtning o'zida mustaqil ravishda tovar ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qiladi. Ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qilinganda, har bir firma shuni bilish kerakki, uning raqobatchisi ham ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qiladi va mahsulotning pirovard narxi ikkala firma tomonidan ishlab chiqarilgan umumiy mahsulot hajmiga bog'liq bo'ladi¹.

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

¹ Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b., 237 b.

Faraz qilaylik, ikkinchi firma mahsulot ishlab chiqarish xajmi nolga teng. Unda birinchi firma bozordagi barcha talabni qondiradi va maksimal ishlab chiqarish xajmiga erishadi. Agar ikkinchi firma io'lab chiqarishni bir birlikka oshirsa, unda birinchi firma bozordagi qolgan talabni qondiradi. (bozordagi talab-ikkinchi firma mahsulotiga talab=birinchi firma ulushi). Agar ikkinchi firma maksimal darajada ishlab chiqarishni yo'lga qo'yib, bozordagi barcha talabni qondirsa, birinchi firma o'z ishlab chiqarishini nolga tenglashtirishga majbur bo'ladi. Shunday qilib, bir firmaning optimal ishlab chiqarish xajmi boshqa bir raqobatchi firmaning ishlab chiqarish xajmini oshirishi yoki kamaytirishiga qarab o'zgarib turadi.

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

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

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

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

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

harakat qilishi duopol bozorda sof monopoliyani vujudga kelishiga olib keladi.

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

Narx belgilashda liderlik modeli. Narx belgilashda liderlikda lider-firma narxni birinchi bo'lib, belgilaydi, qolganlar uning narxiga qarab o'z narxlarini belgilaydilar. Bunday firmalarni ergashuvchi firmalar deymiz. Lider-firmaning narx belgilashi, lider narxni belgilaganda ergashuvchi firmalarning harakatiga bog'liq, ya'ni lider narxni oshirsa, ergashuvchilar ishlab chiqarishni oshiradilarmi yoki bozordagi oldingi ulushini saqlaydimi? Agar ergashuvchilar o'z ishlab chiqarish hajmlarini cheklasalar, lider foydani maksimallashtiradigan umumiy narxni belgilaydi. Yoki, lider o'z foydasini maksimallashtiradigan narxni o'rnatadi, ergashuvchilar esa ushbu narxda qancha xohlasa, shuncha ishlab chiqarishi mumkin bo'ladi¹.

¹ Mikroiqtsodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b., 248 b.

**O'zbekiston sharoitida oligopoliya bozorinig amal qilish
xususiyatlari**

Sof monopoliya – tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi.	Monopolistik raqobat – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni ko'p hamda ular o'rtasida ma'lum darajada raqobat mavjud bo'lgan, biroq har bir ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi o'z tovar yoki xizmatining alohida, maxsus xususiyatlari mavjudligi sababli ularning narxi va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi ma'lum darajada hukmronlik holati hisoblanadi.	Oligopoliya – tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi.	Monopsoniya – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda ko'p bo'lib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste'molchisi yoki xaridori mavjud bo'lgan sharoitdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi.
--	---	---	--

O'zbekiston amaliyotidan misollar keltiring.

4.O'zbekiston sharoitida oligopoliya bozorinig amal qilish xususiyatlari

Raqobatning turli ko'rinishlari sharoitida narxning shakllanishi. Narxning shakllanishiga bozorning holati bevosita ta'sir ko'rsatadi, chunki narxning shakllanishida bozordagi talab va taklif nisbati asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Mukammal raqobat sharoitida narxning shakllanishi. Erkin raqobat kurashi sharoitida narxning tashkil topish xususiyatlarini tadqiq etgan dastlabki iqtisodchilardan biri A.Marshall hisoblanadi. Uning fikricha, tovarning oldi-sotdi jarayoniga qadar ikki xil, ya'ni sotuvchi va xaridor narxlari mavjud bo'ladi. Nazariy jihatdan har ikki narxning yuqori va quyi darajalari mavjud. Sotuvchi o'z tovari narxining imkon qadar yuqori bo'lishidan manfaatdor, chunki bunday narx uning foydasi hajmini oshiradi. Biroq, erkin raqobat sharoitida narxni boshqalardan yuqori darajada belgilashga intilish mazkur sotuvchining bozordan siqib chiqarilishiga olib kelishi mumkin. Sotuvchi narxining eng past darajasi shu tovarni ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlarni qoplashi kerak. Xaridor tovarni eng past narxda sotib olishdan manfaatdor, biroq erkin raqobatli bozor sharoitida uning ham tovar sotib ololmay qolish xavfi mavjud bo'ladi. Xaridor narxining yuqori darajasi esa, Marshall ta'biricha, so'nggi qo'shilgan miqdor nafililigiga teng bo'lishi kerak.

Monopoliya sharoitida narxning shakllanishi. Monopoliya sharoitida narx shakllanishining o'ziga xos jihati shundaki, agar mayda tovar ishlab chiqaruvchilar faqat o'zlarining individual narxlarini o'zgartira olsalar, ulardan farqli o'laroq bozor ishtirokchilari sifatidagi monopoliyalar bozor narxlarini o'zlari belgilay oladilar. Bunda monopoliyalar ommaviy talabning oshishi bilan narxning oshishi hamda ommaviy taklifning oshishi bilan narxning pasayib borishidan o'ziga xos tarzda foydalanadilar. Ommaviy tartibda tovarlarni sotuvchi monopoliyalar o'z manfaatlari yo'lida taklif kam bo'lganda narxning oshishi tendensiyasidan foydalanadilar.

Monopsoniya sharoitida narxning shakllanishi. Monopsoniya mayda tovar ishlab chiqaruvchilardan tovarlarning katta hajmini sotib olib, talab bo'yicha narx qonunidan o'ziga xos tarzda foydalanadi.

Oligopoliya sharoitida narxning shakllanishi. Oligopoliya sharoitida narxning shakllanishi tarmoqdagi tovar ishlab chiqaruvchilar tomonidan qo'llaniluvchi «ergashish» hamda «inkor

etish» hatti-harakatlari orqali izohlanadi. «Ergashish» holatida bir oligopolist tomonidan narx bo'yicha qilingan o'zgarish (narxning pasayishi yoki oshirilishi)ga qolgan oligopolistlar tomonidan ham ergashish, ya'ni shunday o'zgarishlar qilish kuzatiladi. Odatda, bozorda o'z tovarlariga narxni pasaytirish orqali iste'molchilari soni hamda sotish hajmini oshirishga qaror qilgan oligopolist hatti-harakatiga javoban qolgan oligopolistlar ham narxlarni pasaytiradilar. Natijada narxning umumiy pasayishi ro'y berib, bozordagi ulush oldingi holda qoladi, ya'ni oligopolistning hatti-harakati samara bermaydi. «Inkor etish» holatida bir oligopolist tomonidan narx bo'yicha qilingan o'zgarish (narxning pasayishi yoki oshirilishi)ga qolgan oligopolistlar tomonidan inkor etish, ya'ni hech qanday javob o'zgarishlari qilmaslik kuzatiladi. Ko'pincha bunday holat oligopolist tomonidan o'z tovariga narxni oshirgan chog'ida ro'y beradi, ya'ni qolgan oligopolistlar tovarlari narxlarini oshirmaydilar. Natijada, narxni oshirgan oligopolist o'z iste'molchilarini yo'qotib, bozordan siqib chiqariladi¹.

Nazorat savollari

1. Raqobatlashgan monopol bozor muvozanatini belgilovchi ko'rsatkichlar nimalardan iborat?
2. Raqobatlashgan monopol bozorning samaradorligi to'g'risida nima deya olasiz?
3. Oligopolik bozor qanday xususiyatlarga ega?
4. Kurno muvozanatini izohlab bering.
5. Kartel modelini tavsiflang.

Mustaqil ta'lim uchun savol va topshiriqlar

1. O'zbekiston sharoitida oligopolialarning o'rni va roli qanday?
2. Jahon amaliyotidan kartel shartnomalariga misollar keltiring.

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-topshiriq

Blis-so'rovnoma

1. Oligopoliya bozori nima?
2. Oligopolianing qanday o'ziga xos xususiyatlari mavjud?
3. Oligopoliya bozorining asosiy modellarini ayting.

¹ Sh.Shodmonov, U.G'afurov. "Iqtisodiyot nazariyasi" (darslik). T., "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2005, 784 b, 298 b.

4. Monopol raqobat bozori deganda nimani tushunasiz?
5. O'zbekiston sharoitida oligopoliya bozorinig amal qilish xususiyatlari nimalardan iborat?

2- topshiriq

Munozarali savollar

1. Agar firma mukammal raqobatli bozorda faoliyat yuritir ekan, u o'z mahsulotining taklifini qisqartirsa, u holda:
2. O'zbekiston iqtisodiyotidagi aksariyat bozorlarga qaysi raqobat elementlari xos.
3. Mukammal va monopolistik raqobatga asoslangan bozorning umumiy tomoni.
4. Oligopolistik bozor va monopolistik raqobat bozorining o'xshash jihati.
5. Kartel shartnomasini buzishga urinish boshlanadi, qachonki:
6. Tarmoqda 40 firma bo'lib, ulardan xech biri umumiy ishlab chiqarish xajmining 3 foizdan ortig'i to'g'ri kelmaydi. Bu qanday bozor.
7. Oligopoliya bozorini boshqa raqobat bozorlariga nisbatan tahlil qilish qiyin, sababi:
8. Monopolistik ittifoqlarning vujudga kelishiga ta'sir etuvchi omillar.
9. Antimonopol qonunlar asosiy yo'nalishlari nimalarga qaratilgan bo'lishi kerak.
10. Narxdan tashqari yana nimalar orqali raqobatlashish mumkin.

3- topshiriq

To'g'ri yoki noto'g'riligini aniqlang

1. Talab egri chizig'i oligopoliya uchun doimo gorizontall.
2. Mukammal raqobatli bozor monopolistik raqobatga nisbatan turli-tuman tovarlar taklif qiladi.
3. Agar oligopolistik bozorda firma mahsulot narxini ko'tarsa yoki tushirsa, albatta, raqobatchi firmalar sotuv xajmiga ta'sir ko'rsatadi.
4. Monopolistik raqobatli bozorda resurslardan samarali foydalanib bo'lmaydi.
5. Oligopolyalar o'rtasida raqobat ko'pincha narx yordamida amalga oshiriladi.
6. Bozor iqtisodiyotida reklama qilish-qilmaslikning ahamiyati yo'q.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atamaning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Monopol raqobat</i>	<i>Monopoly competition</i>	<i>Монополь- ная конкурен- ция</i>	tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni ko'p hamda ular o'rtasida ma'lum darajada raqobat mavjud bo'lgan, biroq har bir ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi o'z tovar yoki xizmatining alohida, maxsus xususiyatlari mavjudligi sababli ularning narxi va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi ma'lum darajada hukmronlik holati hisoblanadi.
2.	<i>Oligopoliya</i>	<i>Oligopoly</i>	<i>Олигопо- лия</i>	tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi.
3.	<i>Oligopol bozor</i>	<i>Oligopoly market</i>	<i>Олиго- польный рынок</i>	biri bu biror bir firma faoliyatidagi o'zgarish, albatta boshqa xuddi shunday tovar ishlab chiqarayotgan firmaga ta'sir o'tkazishidadir.
4.	<i>Sof yoki bir turdagi oligopoliya bozori</i>	<i>Pure oligopoly</i>	<i>Чистая олигопо- лия</i>	iste'molchilar biror bir firma savdo belgisiga alohida e'tibor qaratmasalar, bozordagi aksariyat tovarlar absolyut o'rmini bosuvchi tovarlar bo'lsa, bu bozor sof yoki bir turdagi oligopoliya bozori hisoblanadi. Bunday bozorlarga misol qilib, sement, alyuminiy, qog'oz,

				kimy mahsulotlari bozorini keltirish mumkin.
5.	<i>Narxlar janggi</i>	<i>Price fight</i>	<i>Ценовая война</i>	- bu raqobatlashadigan firmalar tomonidan oligopolik bozorda narxlarni bosqichma-bosqich tushirishidir.
6.	<i>Kurno muvozanati</i>	<i>Equilibrium by Kurno</i>	<i>Равновесие по Курно</i>	— duopolik bozorda xar bir firma mustaqil ravishda shunday optimal ishlab chiqarish xajmini tanlaydiki ushbu mahsulot xajmi ikkinchi firmani qanoatlantiradi. Kurno muvozanati firmalarning aks ta'sir qiluvchi funktsiyalari grafiklarining kesishish nuqtasida vujudga keladi.
7.	<i>Mehnat bozorida monopsoniya</i>	<i>Monopsony in labor market</i>	<i>Монополия на рынке труда</i>	— bu mukammallashgan raqobatdagi mehnat bozorining alohida bir chekli ko'rinishi bo'lib, bunda biror kichik shaxardagi yagona firma maxalliy aholining ko'p qismini ish bilan ta'minlaydi.
8.	<i>Masshtab samarasi</i>	<i>Effect of scale</i>	<i>Эффект масштаба</i>	- bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi surati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o'sish surati o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi. Ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar miqdoriga ishlab chiqarish masshtabi deyiladi.
9.	<i>Oligopol bozorlarga kirish va chiqish,</i>	<i>Entering to oligopoly market</i>	<i>Выход и вход на олигополный рынок</i>	u yerdagi to'siqlar xaqida gapirishdan oldin, bozorlarni ikkiga bo'lish lozim, ya'ni, asta-sekinlik bilan rivojlanib, o'sib borayotgan bozorlar va yangi nisbatan yosh endi

				rivojlanayotgan bozorlar.
10	Kartel modeli	Model of Kartel	Модель Картель	Kartel modeli aynan koope-ratsiyalashgan oligopoliyaga mos keladi. Kartel modeli duopol bozordagi ikkala firma-ni ma'lum bir shartnoma asosida raqobatchi kuchlarni bozordan chetlatish maqsadida birgalikda kelishib harakat qilishiga asoslanadi. Shartnoma-da firmalarning har biri qancha miqdorda tovar ishlab chiqa-rishi, uni qanday narxda sotishi va tushgan foydani qanday qilib o'rtada bo'lishi, patent va axborotlarni o'zaro ayriboshlash jarayonlari kelishilgan holda ko'rsatilishi lozim. Firmalar kelishib harakat qilganda umu-miy foydani maksimallashtiradilar. Ikkala firmaning kelishib harakat qilishi duopol bozorda sof monopoliyani vujudga kelishiga olib keladi.

10 - MAVZU: MAKROIQTISODIYOTGA KIRISH

Mavzuning o'quv maqsadi:

Talabalarda makroiqtisodiyotga kirish va makroiqtisodiyot fani-ni kelib chiqish tarixi, makroiqtisodiyot va mikroiqtisodiyot tushun-chalari, makroiqtisodiyot fanining predmeti, ob'ekti va iqtisodiy yo'nalishdagi boshqa fanlar bilan aloqasi, resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Makroiqtisodiyot, mikroiqtisodiyot, klassik maktab vakillari, Keyns maktabi vakillari, monetaristlar, matematik modellashtirish, resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi.

Asosiy savollar

1. Makroiqtisodiyotga kirish va makroiqtisodiyot fanining kelib chiqish tarixi
2. Makroiqtisodiyot va mikroiqtisodiyot tushunchalari
3. Makroiqtisodiyot fanining predmeti, ob'ekti va iqtisodiy yo'nalishdagi boshqa fanlar bilan aloqasi.
4. Resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi.

... Kasallar qancha ko'p bo'lsa, fiziologiya va patologiyada ham shunchalik yutuqlarga erishiladi...1932-yildagi Buyuk

Depressiya natijasi o'laroq hozirgi o'rganilayotgan makroiqtisodiyot fani yuzaga keldi.

Pol Samuelson, amerikalik iqtisodchi

1. Makroiqtisodiyotga kirish

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

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

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

Makroiqtisodiyot fanining kelib chiqish tarixi

Makroiqtisodiy masalalarga ilmiy yondashish xarakatlari birinchi bo'lib XVIII asrda ro'y berishiga qaramasdan, makroiqtisodiyot fani faqat o'tgan asrning 30-40 yillarida alohida nazariya sifatida shakllanadi. Bunga sabab buyuk depressiya nomini olgan AQSh va boshqa kapitalistik mamlakatlarda 30 yillar davomida ro'y bergan iqtisodiy inqiroz bo'ladi. Uning natijasida ko'p G'arb mamlakatlarida ishlab chiqarishning pasayishi va avval kuzatilmagan ishsizlik darajasi kelib chiqadi. Bundan tashqari, birinchi jahon urushidan so'ng mazkur mamlakatlarda kechayotgan xukumatning demokratlashtirish jarayoni xam fanning rivojlanishida katta rol o'ynaydi. Demokratik xukumatlarni o'z navbatida aholining yashash darajasi keskin pasayishi muammosi xavotirga soladi va bunday xukumatlar depressiyani yengishda iqtisodiy usullarni qo'llashda ehtiyoj sezishadi.

1936 yilda ingliz iqtisodchi Jon Meynard Keynsning «Bandlik, foiz va pulning umumiy nazariyasi» deb nomlangan asarining paydo bo'lishi bevosita buyuk depressiyaning natijasi bo'lib, makroiqtisodiyotni alohida mustaqil fandek paydo bo'lishiga asos soladi. Keynsning asosiy g'oyasiga ko'ra narxlarining noelastikligi natijasida bozor iqtisodiyotlari har doim ham o'zini tartibga solishga qodir emas.

Yuqoridagi makroiqtisodiyotning keltirib chiqargan omildan tashqari fanning shakllanishiga ya'na bir muhim hodisa ta'sir etadi. Bu esa milliy hisobchilik bo'yicha doimiy statistik ma'lumotlarning paydo bo'lishi. Bunday ma'lumotlarni mavjudligi makroiqtisodiy hodislarni kuzatish va ularning dinamikasini izohlash uchun sharoit yaratib beradi va bu o'z navbatida makroiqtisodiyot fanining rivojlanishi uchun dastlabki tashlangan qadam bo'ladi.

Rivojlanish jarayoni davomida makroiqtisodiyot fanida ikkita asosiy maktablar shakllanib boradi. Klassiklar maktabi erkin bozor mexanizmlari mehnat bozorida iqtisodiy muvozanatni o'rnatilishiga va buning oqibatida resurslarni samarali taqsimlanishiga o'zlari kifoya qilishini hamda bu jarayonga davlatning aralashuvi kerak emasligini taxmin qiladi.

Keynschilar maktabi narxlarining ma'lum bir qisqa davr mobaynida noelastikligidan kelib chiqqib ayniqsa, mehnat bozorida makroiqtisodiy muvozanatga erishish uchun bozor mexanizmining o'zini yetarli emasligini ta'kidlashadi. Buning natijasida davlat aralashuviga ehtiyoj paydo bo'ladi va bunday aralashuv barqarorlashtirish siyosati nomini oladi.

O'tgan asrning 70-yillarigacha Keynsning modeli makroiqtisodiy jarayonlarni o'rganishda va izohlashda keng ko'lamda foydalanilib kelinadi. Lekin shu davrda yangi muammoning paydo bo'lishi ya'ni yuqori darajadagi inflyatsiya bilan bir vaqtning o'zida ishlab chiqarish hajmlarida pasayish hamda ishsizlik darajasini ko'tarilishi davlat aralashuv siyosatining samaradorligini shubha ostiga qo'yadi. Bunga javoban klassiklarning qarashlari qayta qurilib chiqiladi va natijada Milton Fridman asos solgan monetarizm nazariyasi paydo bo'ladi. Monetaristlar bozorlar o'zini boshqarish g'oyasini qaytatdan ilgari surib birinchi o'ringa pul taklifini qo'yishadi. Ularning fikricha, davlat tomonidan pul taklifini uzliksiz ravishda o'zgartirilishi makroiqtisodiy beqarorlikga olib keladi va makroiqtisodiy muvozanatni saqlash uchun pul taklifi bir tekisda o'sib borishi lozim bo'ladi. Monetarizm

nazariyasi keyinchalik bozorlar o'zini tartibga solish goyasiga tayan-gan yangi iqtisodiy nazariyalar paydo bo'lishiga va makroiqtisodiyot fanida neoklassiklar maktabini shakllanishiga sabab bo'ladi. Bu bilan birgalikda fanda muqobil mikroiktisodiy modellarni asos qilib olgan postkeynschilar yo'nalishi rivojlanib boradi.

2. Makroiqtisodiyot va mikroiktisodiyot tushunchalari

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

Makroiqtisodiyot va mikroiktisodiyot fanlarining farqlanishini ularning tadqiq qiladigan masalalarda, hamda bu fanlarning asosiy maqsad va vazifalarda ko'rishimiz mumkin.

Mikroiqtisodiyot fani – *muayyan iqtisodiy birlikni to'liq tahlil qiladi va iqtisodiyotning quyi bosqichda qanday va nima sababdan xatti-xarakat amalga oshirilishini tushuntirib beradi.* Iqtisodiy birlik-lar jumlasiga iste'molchilar, ishchilar, kapital va yer egallari, firmalar, ya'ni aslida iqtisodiyot amal qilishda muhim o'rin tutuvchi, mustaqil qaror qabul qiluvchi xo'jalik subyektlari kiradi. Korxona misolida oladigan bo'lsak mikroiktisodiyot fani korxonaning ichki va tashqi omillari, ishlab chiqarilgan mahsulotlarning xarajatlari, foydasi, daro-madi, to'lanadigan soliqlar va shu kabi jarayonlarni o'rganadi. Iste'molchilar misolini oladigan bo'lsak, mikroiktisodiyot iste'molchi-lar nima uchun tovar sotib olishga jazm qilganini, narx va daromad o'zgarishi tovar tanlashga qanday ta'sir etganini o'rganadi. Yuqorida-gilarga qo'shimcha ravishda, mikroiktisodiyot nafaqat ayrim firmalar va iste'molchilar faoliyatini o'rganadi balki, sanoat tarmoqlari va bozor qanday faoliyat ko'rsatishini, ularning faoliyatiga boshqa mam-lakatlardagi iqtisodiy sharoit va hukumat siyosati qay tarzda ta'sir etishini ochib beradi deb ta'kidlashimiz lozim.

Makroiqtisodiyot fani o'z navbatida keng ko'lamdagi iqtisodiyot bilan shug'ullanadi. Uning ob'ekti milliy iqtisodiyot ko'lamida yalpi ishlab chiqarish, bandlik, inflyatsiya va tashqi savdo, boshqacha aytganda, resurs, tovar va daromadlar doiraviy aylanishi hisoblanadi.

Keltirilgan makro va mikroiqtisodiy masalalar bir biridan ajralib turishiga qaramasdan, bu ikkala fan alohida bo'lib emas balki, bir biri bilan bog'langan holda rivojlanib kelmoqda. Ikkala fan o'rtasida ahamiyatli uzilish faqat makroiqtisodiy nazariyaning dastlabki shakllanish davriga to'g'ri kelib keyinchalik bu uzilish tabora qisqarib borgan. Aslida, barcha zamonaviy makroiqtisodiy qarashlar mikroiqtisodiy asosga tayanib keladi, boshqacha aytganda, ularning asosida aniq mikroiqtisodiy modellar bazasi mavjud bo'lib, ularning natijalari umumlashtiriladi, so'ngra makro darajada o'rganiladi¹.

Mikroiqtisodiyot va makroiqtisodiyotning farqlari

Mikroiqtisodiyot	Makroiqtisodiyot
1. Alohida iqtisodiy agentlar (indivud, firma, davlat) xatti-harakatini o'rganadi.	1. Agregatlangan (umumlashgan) iqtisodiy agentlarning (uy xo'jaliklari, ishlab chiqaruvchilar, davlat – rezident va norezidentlar xatti-harakatini o'rganadi.
Indivudlar o'z iste'moli bo'yicha naflilik maksimallashtiradi deb tahmin qilinadi, firmalar foydani maksimallashtirishga, davlat esa aholi farovonligini ta'minlashga harakat qiladi deb tahmin qilinadi. Iste'molchilar naflilikni ma'lum ne'matlar iste'moli o'rtasidagi tanlov asosida yoki iste'molni vaqt bo'yicha taqsimlash orqali maksimallashtiradi.	2. Iqtisodiy agentlar o'z guruhi tarkibida bir turdagi deb tahmin qiladi ya'ni bir xil, shuning uchun ular birgalikda bir maqsad yo'lidagi harakat qiladi. Uy xo'jaliklari, mikroiqtisodidagi kabi naflilikni maksimallashtirishga harakat qiladi. Biroq qaysi ne'matni tanlash kerak ekanligini makroiqtisodiyotda mohiyatini yo'qotadi ya'ni farqi yo'q. Bu yerda faqat iste'mol va jamg'arish o'rtasidagi bog'liqlik o'rganiladi. Firmalar, ishlab chiqaruvchilar, foydani maksimallashtirishga harakat qiladi. Biroq biznesning alternativ (muqobil) maqsadlari ko'rib chiqilmaydi. Shunday

¹ Principles of Economics, 6 Edition, N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 492.

	bo'lsa ham iqtisodiyot umuman olganda raqobat-lashgan deb hisoblanadi.
2. Alohida tarmoqlar bozorini o'rganadi ya'ni tovar va xizmatlarning alohida bozorlarni o'rganadi. Bozorlar bir-biridan sotuvchilar soni tovarning turi, raqobatlashuv darajasi va boshqa xususiyatlar bilan farq qiladi va shunga mos ravishda turli bozorlar (monopoliya, oligopoliya, monopol raqobat bozorlari) o'rganadi.	3. Agregatlangan tovar bozori o'rganiladi. Unda mamlakatda ishlab chiqarilgan barcha tovarlar oldi-sotdi qilinadi deb o'rganiladi. Bozor hamma uchun bir xil. Uning tovarini xususiy sektor, davlat sektori va chet el sektori iste'mol qiladi.
3. Talab hajmi, ishlab chiqarish hajmi, defitsit va profitsit ne'matlar hajmi natural ko'rsatgichlarda o'lchanadi ya'ni son (ta, nafar, dona)da ko'rsatiladi. Narxlar esa bir birlik tovar miqdoriga teng miqdorda ko'rsatiladi.	4. Makroiqtisodda barcha ne'matlar hajmi pul ko'rinishida o'lchanadi. Narxlar indeksining o'lchov birligi yo'q. Biroq, agregatlangan tovar bozorida talab, taklif, muvozanat mavjud.
4. Resurslar bozori tarmoq bozoriya'ni mehnat, kapital, yer bozori sifatida keltiriladi. Shunga mos ravishda ushbu bozorlar bir-biridan monopollashuv darajasiga ko'ra farq qilishi mumkin.	5. Bu yerda asosiy bozor bu, mehnat bozori. Taklif ko'rinishida mamlakatning ishchi kuchi mehnat bozoriga o'zini taklif qiladi va bu bozorda raqobat mavjud. Kapital bozori investitsiyaga ta'sir etuvchi omil sifatida ko'rib chiqiladi. Yer bozori umuman ko'rib chiqilmaydi.
5. Odatda pul bozori, qimmatli qog'ozlar bozori, chet el valyutasi o'rganilmaydi.	6. Chet el valyutasi, obligatsiyalar, qimmatli qog'ozlar va pul bozori o'rganiladi.
6. Nominal ko'rsatgichlarga tayanadi. Real ko'rsatgichlar bir birlik tovar nisbatiga qo'llaniladi. Mas.: avtomobilning narxi 1 mln so'm, ishchining ish haqi 10.000	7. Asosiy o'rinda real ko'rsatgichlar turadi. Ular pul shaklida aholining doimiy xarid qobiliyati bilan o'lchanadi. Nominal ko'rsatgichlar narxlar darajasini

so'm 1 soatiga. Agar u 100 soat ishlasa, mashina sotib olishi mumkin.	aniqlashda foydalaniladi.
7. Umumiy qonuniyatlarni chiqarishda tahlil - mavzuli modellar asosiga quriladi va asosida yaratiladi.	8. Tahlil uchun abstrakt (mavhum) moddalardan foydalanadi. Alohida elementlar ma'lum bir belgisiga qarab agregatlanadi ya'ni umumlashtiriladi.
8. Agentlarning va bozorlarning xatti-harakati ko'rib o'tilayotgan muddatning davomiyligiga ham bog'liq. Qisqa muddatli davrda resurslarning bir qismi o'zgaradi, uzoq muddatli davrda esa barcha resurslar o'zgaruvchan bo'ladi.	9. Makroiqtisodiyotda qisqa muddatli davrda resurslarga bo'lgan narxlar doimiy bo'ladi. Uzoq muddatli davrda qayishqoq, egiluvchan, o'zgaruvchan bo'ladi.

3. Makroiqtisodiyot fanining predmeti, ob'ekti va iqtisodiy yo'nalishdagi boshqa fanlar bilan aloqasi

Oldingi savolda biz makro va mikroiktisodiyot fanlarining farqlanib turadigan jihatlarini o'rgandik. Endi makroiqtisodiyot fanining predmeti, ob'ekti va ahamiyatiga alohida to'xtalib o'tamiz. Makroiqtisodiyot fanining predmeti nima? Bu *o'quv fani mamlakat iqtisodiyoti va yalpi ishlab chiqarishning o'sishi, pasayishi, turg'unlik davrlarini iqtisodiy tahlil qiladi va uni tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini yaratadi.*

Bugungi kundagi makroiqtisodchilar iqtisodiyotni o'rganishda o'z oldiga keyingi savollarni qo'yimoqda. Qanday omillar turg'unlik davrlarini, ya'ni takrorlanuvchi daromadlarning pasayishini va ishsizlar soni ko'payuvchi davrlarni keltirib chiqadi? Bunday davrlarning davomiyligi va keskinligini kamaytirish uchun qanday davlat siyosatini yurgizish lozim? Nima sababdan bir gurux mamlakatlarda inflyatsiya darajasi yuqori bo'lgan holda, boshqa mamlakatlarda nisbatan barqaror narxlar o'sishi kuzatiladi?

Nima uchun bir guruh mamlakatlarda iqtisodiy o'sish sur'atlari boshqa mamlakatlarga nisbatan yuqoriroqdir?

Umumiy qilib oladigan bo'lsak, makroiqtisodietning asosiy o'rganadigan masalalar jumlasiga iqtisodiy davrlar (sikllar), bandlik va inflyatsiya kiradi.

Makroiqtisodiyot fanining biz uchun ahamiyati nimada ifodalanadi?

Bu savolga quyidagicha javob berish mumkin. Mavjud resurslardan foydalanish hamda iqtisodiy o'sish taqozo etadigan shart-sharoitlarni muvaffaqiyat bilan yaratish uchun iqtisodchi, makroiqtisodiy jarayonlar taxlilini, iqtisodiyotning o'ziga xos xususiyatlarni yaxshi bilishi, iqtisodiy jihatdan to'g'ri xulosalar chiqara olishi hamda, ularning to'g'ri va asosli ekanini isbotlab bera olishi kerak. Bu talablarga javob berish uchun biz iqtisodchilarga Makroiqtisodiyot o'quv fani yordam beradi.

Nisbatan kengroq bo'lgan amaliy iqtisod fani sifatida esa «Makroiqtisodiyot» kursining axamiyati shundaki, u iqtisodiy yo'nalishdagi boshqa fanlar jamlanmasi xizmatini o'taydi hamda, ularni bilishga tayanadi, shuningdek, korporatsiyalar, uy xo'jaliklari va xukumatning uzaro manfaatlariga taaluqli ko'pgina masalalarni yechishda to'g'ri yo'nalishlar beradi. «Makroiqtisodiyot» fani iqtisodiy yo'nalishdagi boshqa fanlar bilan qanday aloqasi bor? «Mikroiqtisodiyot», «Statistika», «Oliy matematika», «Buxgalteriya hisobi asoslari», «Marketing asoslari», «Tashqi iqtisodiy faoliyat», «O'zbekiston iqtisodiyoti» kabi ko'pgina fanlar bilan «Makroiqtisodiyot» fani uning asosiy tadqiqot ob'ekti, ya'ni iqtisodiyotni o'rganish orqali chambarchas bog'langan.

Makroiqtisodiyotda iqtisodiy jarayonlarni modellashtirish

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

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

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

Makroiqtisodiy modellar u yoki bu iqtisodiy jarayonning umumlashgan, soddalashgan ko'rinishini ifodalaydi.

Iqtisodiy modellar amaliyotdagi jarayonlarning soddalashtirilgan ko‘rinishidir. Modellashtirishda ahamiyatsiz omillar olib tashlanadi.

Modellaradan iqtisodiy birliklar o‘rtasidagi aloqani o‘rganish uchun, iqtisodiy xatti-xarakatni tushuntirish uchun, iqtisodiy siyosatni ishlab chiqishda foydalaniladi.

4. Resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi

Makroiqtisodiyot fani iqtisodiyot fani o‘rganishda makroiqtisodiy jarayonlarni modellashtirish usulidan foydalanadi. *Makroiqtisodiy modellar* u yoki bu iqtisodiy jarayonning umumlashgan, soddalashtirilgan kurinishini ifodalaydi. Makroiqtisodiyot fanidan aksariyat darsliklarda bu modellardan birinchi bo‘lib resurslar, tovarlar va daromadlar doiraviy aylanishi modeli keltiriladi. Keling bu modelda alohida to‘xtalib o‘taylik.

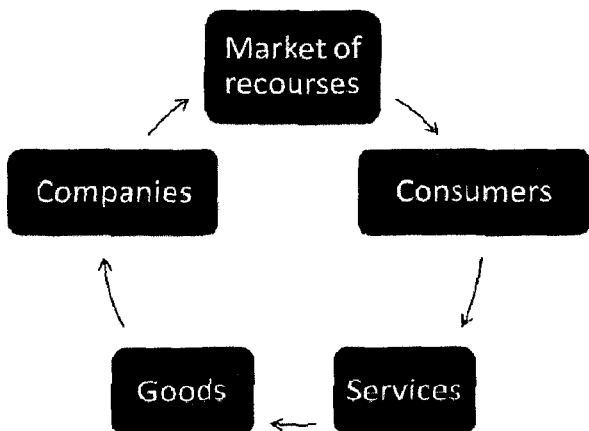
Makroiqtisodiyot nuqtai nazaridan iqtisodiyotda to‘rtta makroiqtisodiy subyekt mavjud. Bular:

- *uy xo‘jaliklari* sektori, bu sektor ishlab chiqarish omillarini, ya‘ni yer, kapital va mehnatni taklif qiladi va moddiy ne‘matlarga bo‘lgan talabni shakllantiradi, olingan daromadning bir qismini iste‘mol qiladi, boshqa qismini esa jamgaradi. Uy xo‘jaliklarilarning asosiy maqsadi minimal xarajatlar evaziga maksimal afzallikka ega bo‘lish;

- *korxonalar yoki firmalar* (ba‘zi adabiyotlarda *ishbilarmonlar*) sektori, iqtisodiyotdagi barcha korxonalar majmuasi bo‘lib, bu sektor ishlab chiqarish omillariga bo‘lgan talabni shakllantiradi, moddiy ne‘matlarni ishlab chiqadi va taklif qiladi xamda investisiyalarni amalga oshiradi. Asosiy maqsadi foydani maksimalashtirish;

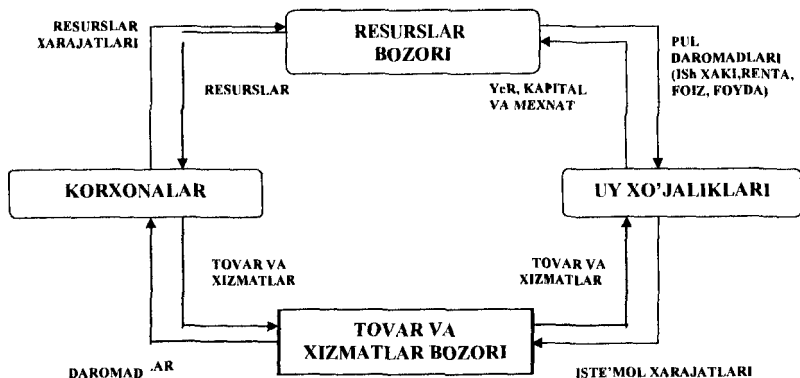
- *davlat* sektori xavfsizlik, fan taraqqiyoti va infratuzilma xizmatlari kabi *ijtimoiy ne‘matlarni* taklif qiladi. Davlat sektori odatda foydani maksimlashtirish maqsadini ko‘zlamaydi, uning asosiy maqsadi iqtisodiyotni optimal xarakterlanishi uchun sharoitlar yaratish. Bunda davlat makroiqtisodiy subyekt ro‘lida ne‘matlarni ishlab chiqadi va xarid qiladi, soliq soladi, *transfertlar* to‘laydi va pul taklifini shakllantiradi.

- *chet el* sektori, xorijiy iqtisodiy subyektlar va davlat institutlari majmuasi. Bu sektorni tadqiq qilishdan asosiy maqsad to‘lov balansiga va valyuta kursiga ta‘sir etuvchi omillarni o‘rganish.



Endi, resurslar, tovarlar va daromadlar doiraviy aylanish modelini ko‘rib chiqamiz. Avval modelning soddalashtirilgan varianti keltiramiz. Bunda faqat uy xo‘jaliklari va korxonalar mavjud bo‘ladi va bu o‘z navbatida «sof» bozor iqtisodiyot modelini namoyon etadi, ya’ni davlat aralashuvisiz.

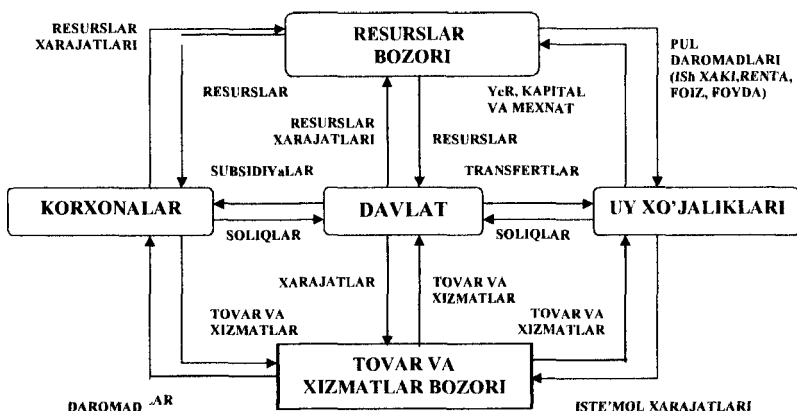
Sof bozor iqtisodiyoti sharoitida resurslar, tovarlar va daromadlarning doiraviy aylanishi.



Iqtisodiyot faqatgina narx yoki davlat rejasi, ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonlarining bir tekis kechishini ta'minlash bilan shug'ullanmaydi. Bozor tizimida doimo takrorlanib turadigan iqtisodiy inqirozlar

va rejali tizimning yemirilishi buni yaqqol namoyon etdi. Shu bilan birga tartibga solishning bozor va reja mexanizmlaridan birgalikda foydalanishga asoslangan aralash iqtisodiy tizimning xayotiyligini jahon amaliyoti tasdiqladi.

Resurslar, tovarlar va daromadlar aralash iqtisodiy tizimidagi doiraviy aylanishi.



«Makroiqtisodiyot» fani iqtisodiyotni bir butun holda oʻrganadi va ishsizlik, inflyatsiya, iqtisodiy oʻsish, toʻlov balansi barqarorligi, davlat byudjsti, davlat qarzi kabi hozirgi zamon iqtisodining barcha muhim muammolarini tadqiq qiladi. Makroiqtisodchilar nafaqat ushbu holatlarni tushuntirishi, balki iqtisodiyotni rivojlantirish uchun iqtisodiy siyosat yuritish yoʻllarini ham koʻrsatib bera olishlari zarur.

«Mikroiqtisodiyot» uy xoʻjaligi, firmalar, hudud va tarmoq-darajasida iqtisodiy muammolarni oʻrganish va hal qilish yoʻllarini tadqiq qilish bilan shugʻullanadi. Makroiqtisodiy muammolarni oʻrganish, tahlil qilish va yechish yoʻllarini topish uchun mikroiqtisodiyot va iqtisodiyot sohasiga xos boshqafanlarning xulosalariga ham tayaniladi.

Iqtisodiyotdagi barcha muammolarni oʻrganish imkonini beradigan yagona model mavjud emas. Shuning uchun ham makroiqtisodiy tadqiqotlarda matematik formula, grafik va jadvallar shaklidagi koʻpgina modellardan foydalanishadi.

Nazorat savollari

1. Makroiqtisodiyot fanining predmetini izohlab bering.

2. Makroiqtisodiyot fanining boshqa fanlar bilan aloqadorligini tushuntirib bering.

3. Sof bozor iqtisodiyoti sharoitida resurslar, tovarlar va xizmatlar hamda daromadlarning doiraviy aylanishi modelini izohlab bering.

4. YAIMni hisoblashning asosiy shartlarini tushuntirib bering.

Mustaqil ish mavzulari

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

2. Makroiqtisodiyot fanining boshqa fanlar bilan aloqadorligini tushuntirib bering. Tadqiqot ob'ektlari va usullaridagi umumiylik va farqlar, .

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

	Tushunchalar	Ta'riflar
	Makroiqtisodiyot	
	Sof bozor iqtisodiyoti	
	Aralash iqtisodiy tizim	
	Resurslar bozori	
	Tovar va xizmatlar bozori	
	Uy xo'jaliklari	
	Korxonalar	
	Davlat	
	Soliqlar	
	Subsidiyalar	
	Transfertlar	

Testlar

1. Agar nominal YaIM xajmi va narxlar darajasi oshsa, u holda;

- a) real YaIM o'zgarmaydi
- b) real YaIM ko'payadi, ammo bahoga nisbatan kam miqdorda
- c) real YaIM qisqaradi
- d) bu ma'lumot real YaIM dinamikasini aniqlash uchun asos bo'la olmaydi.

2. Aytaylik, nominal YaIM 600 mlrd rubldan 550 mlrd rublga kamaydi, YaIM deflyatori esa 150% dan 100 % gacha. Bu vaziyatda real YaIM miqdorni qanday o'zgaradi;

- a) o'zgarmaydi
- b) ko'payadi
- c) kamayadi
- d) bu ma'lumotlar asosida hisoblash mumkin emas.

3. Quyidagi agregat qiymatlardan qaysi biri YaIMga kiritilmaydi:

- a) yalpi investitsiya
- b) so'f eksport
- c) $C+I+G$
- d) ish haqi
- e) davlat xarajatlari

4. YAIM bu-

- a) mamlakatda yil davomida ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarning jami qiymati
- b) mamlakat ichidagi firmalarning ishlab chiqargan mahsulot qiymati
- c) aholining umumiy daromadi
- d) xususiy sektordagi tovar va xizmatlarning umumiy narxi
- e) yil davomida ishlab chiqarilgan barcha tovar va xizmatlar yig'indisi

5. Mamlakat iqtisodiyotidagi SIM 6000 mlrd shartli pul birligiga, egri soliq qiymati 500 shartli pul birligiga, asosiy kapitalga eskirish qiymati esa 600 mlrd pul birligiga teng. YAIM qiymatini aniqlang.

6.Xitoy ishchilari Yaponiyada faoliyat yuritishadi. Xitoy ishchilarining daromadlari:

- a) Xitoy YAIMsiga qo'shiladi
- b) Yaponiya YAIMsiga qo'shiladi
- c) Xitoy YaMMga qo'shiladi
- d) Yaponiya YaMMsiga qo'shilmaydi.
- e) To'g'ri javob yo'q

7.Quyidagi tasdiqlar to'g'rimi?

1.YAIM-barcha tovar va xizmatlarning bozor qiymati bo'lib, 1 yil davomida mamlakat ichida ishlab chiqarilgan;

2.Yangi uy xarid qilish uchun sarflangan uy xo'jaligi xarajatlari iste'mol xarajatlariga kiritiladi;

3.Milliy daromad bu iqtisodiy resurslar egalari tomonidan qabul qilingan daromad

4. Tasarrufdagi daromad-bu iqtisodiy resurs egasining ishlab topgan daromadi bo'lib undan yagona soliq undirilib olinadi;

5.Davlat investitsiyalari investitsion xarajatlarga qo'shilmaydi;

6.YAMD hajmi natural shaklda ham o'lchanishi mumkin;

7.YAMD YAIMdan sof eksport hisobiga farq qiladi;

8.Iste'mol qiymat indeksi bozor iste'mol savatiga ko'ra hisoblanadi;

9.Qayta sotish YAMD ko'rsatkichini ko'paytirmaydi.

GLOSSARIY

	Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Makroiqtisodiyot fani</i>	<i>Macro economy</i>	<i>Макроэкономика</i>	o'z navbatida keng ko'lamdagi iqtisodiyot bilan shug'ullanadi. Uning ob'ekti milliy iqtisodiyot ko'lamida yalpi ishlab chiqarish, bandlik, inflyatsiya va tashqi savdo, boshqacha aytganda, resurs, tovar va daromadlar doiraviy aylanishi hisoblanadi.
2.	<i>Mikroiqtisodiyot fani</i>	<i>Micro economy</i>	<i>Микроэкономика</i>	muayyan iqtisodiy birlikni t o'liq tahlil qiladi va iqtisodning quyi bosqichda qanday va nima sababdan xattixarakat amalga oshirilishini tushuntirib beradi.
3.	<i>Klassiklar maktabi</i>	<i>School of classics</i>	<i>Школа классиков</i>	erkin bozor mexanizmlari mehnat bozorida iqtisodiy muvozanatni o'rnatilishiga va buning oqibatida resurslarni samarali taqsimlanishiga o'zlari kifoya qilishini hamda bu jarayonga davlatning aralashuvi kerak emasligini tahmin qiladi.
4.	<i>Keynschilar maktabi</i>	<i>School of Keynes</i>	<i>Школа Кейнса</i>	narxlarning ma'lum bir qisqa davr mobaynida egilmasligidan kelib chiqqib ayniqsa mehnat bozorida makroiqtisodiy muvozanatga erishish uchun bozor mexanizmlarini o'zlarini yetarli emasligini takidlashadi. Buning natija-

				sida davlat aralashuviga ehtiej paydo bo'ladi va bunday aralashuv barqarorlashtirish siyosati nomini oladi.
5.	<i>Makroiqtisodiyot fanining predmeti</i>	<i>Subject of macro economy</i>	<i>Предмет макроэкономики</i>	Bu o'quv fani mamlakat iqtisodiyoti va yalpi ishlab chiqarishning o'sishi, pasayishi, turg'unlik davrlarini iqtisodiy tahlil qiladi va uni tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini yaratadi.
6.	<i>Iqtisodiy modellar</i>	<i>Economic models</i>	<i>Экономические модели</i>	amaliyotdagi jarayonlarning soddalashtirilgan ko'rinishidir. Modellashtrishda ahamiyatsiz omillar olib tashlanadi. Modellaradan iqtisodiy birliklar o'rtasidagi aloqani o'rganish uchun, iqtisodiy xattixarakteratni tushuntirish uchun, iqtisodiy siyosatni ishlab chiqishda foydalaniladi.
7.	<i>Makroiqtisodiy modellar</i>	<i>Macro economic models</i>	<i>Макроэкономические модели</i>	u yoki bu iqtisodiy jarayonning umumlashgan, soddalashtirilgan kurinishini ifodalaydi. Makroiqtisodiyot fanidan aksariyat darsliklarda bu modellardan birinchi bo'lib resurslar, tovarlar va daromadlar doiraviy aylanishi modeli keltiriladi.
8.	<i>Uy xo'jaliklari sektori</i>	<i>Sector of households</i>	<i>Сектор домохозяйств</i>	bu sektor ishlab chiqarish omillarini, ya'ni yer, kapital va mehnatni taklif qiladi va moddiy ne'matlarga bo'lgan talabni shakllantiradi, olingan daromadning bir qismini iste'mol qiladi, boshqa

				qismini esa jamgaradi. Uy xo'jaliklarilarning asosiy maqsadi minimal xarajatlar evaziga maksimal afzallikga ega bo'lish;
9.	<i>Korxonalar yoki firmalar sektori</i>	<i>Sector of producers</i>	<i>Сектор производителей</i>	iqtisodiyotdagi barcha korxonalar majmuasi bo'lib, bu sektor ishlab chiqarish omillariga bo'lgan talabni shakllantiradi, moddiy ne'matlarni ishlab chiqadi va taklif qiladi xamda invetisiyalarni amalga oshiradi. Asosiy maqsadi foydani maksimalashtirish;
10.	<i>Davlat sektori</i>	<i>Sector of government</i>	<i>Государственный сектор</i>	xavfsizlik, fan taraqqiyoti va infratuzilma xizmatlari kabi ijtimoiy ne'matlarnitaklif qiladi. Davlat sektori odatda foydani maksimlashtirish maqsadini ko'zlamaydi, uning asosiy maqsadi iqtisodiyotni optimal xarakterlanishi uchun sharoitlar yaratish. Bunda davlat makroiqtisodiy subyekt rolida ne'matlarni ishlab chiqadi va xarid qiladi, soliq soladi, transfertlar to'laydi va pul taklifini shakllantiradi.
11.	<i>Chet el sektori</i>	<i>Foreign sector</i>	<i>Иностранный сектор</i>	xorijiy iqtisodiy subyektlar va davlat institutlari majmuasi. Bu sektorni tadqiq qilishdan asosiy maqsad to'lov balansiga va valyuta kursiga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish.

11- MAVZU: ASOSIY MAKROIQTISODIY KO'RSATKICHLAR

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Milliy hisob tizimi
2. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar: miqdoriy
3. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlari: qiymat
4. YaIMni hisoblash usullari.
5. Ochiq va yopiq iqtisodiyot tushunchalari

1. Milliy hisob tizimi

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

Milliy hisob tizimiga quyidagi asosiy ko'rsatkichlar kiradi:

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

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



2. Asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar:miqdoriy tarkib

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

Yalpi ichki mahsulot(gross domestic product,GDP). -bu bir mamlakat ichkarisida ma'lum vaqt davomida ishlab chiqarilgan pirovard tovar va xizmatlarning bozor narxlaridagi qiymatlarining yig'indisidir¹.

Mamlakat ichkarisida yaratilgan xar qanday tovar yoki xizmat, u milliy yoki xorijiy korxonada ishlab chiqarilganligidan qat'iy nazar, YAIM tarkibiga kiritiladi.

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

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

Yuqoridagi ta'riflardan YAIM va YAMMning farqli tomonlari, ya'ni geografik yondashuv va milliylik yondashuvlari bilan ajralib turishini bilib olish qiyin emas.Agar mamlakatda yopiq iqtisodiyot hukm suradigan bo'lsa,tabiiyki YAIM va YAMMlar miqdori teng bo'ladi.

Ochiq iqtisodiy mamlakat doirasida esa mazkur mamlakatda norezidentlar ishlab chiqargan tovar va xizmatlar yig'indisi va shu

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 494.

bilan birga rezidentlarning mamlakatdan tashqarida ishlab chiqargan tovar va xizmatlar yig'indisi hisobga olinadi.

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

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

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

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

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

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

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

Real YAIM-bu YAIMning bazis davrdagi narxlarda ifodalangan ko'rsatkichidir¹.

Iqtisodiyotda doimiy inflyatsiya jarayonlarining mavjudligi makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni bazis narxlarda ifodalashni shart qilib qo'yadi. Buning uchun joriy narxlarda hisoblangan nominal ko'rsatkichlardan emas, balki taqqoslama (bazis) narxlarda hisoblangan real ko'rsatkichlardan foydalanish zarur.

Milliy iqtisodiyotda ayrim firmalardan farqli ravishda juda ko'p tovar va xizmatlar ishlab chiqariladi. Shuning uchun ularni hammasini bir vaqtning o'zida bazis narxlarda hisoblash qiyin. Shu sababli YAIM tarkibida katta ulushga ega bo'lgan eng muhim tovar va xizmatlarning narxlari hisoblab olinib, natija butun iqtisodiyotga tatbiq etiladi.

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 500.

Narxlar indeksini yoki inflyatsiya darajasini hisoblash uchun:

–deflyator (Paashe indeksi);

–iste’mol narxlari indeksi (Laspeyres indeksi);

–sanoat ishlab chiqarish narxlari indekslari hisoblanishi lozim.

Deflyator ko’rsatkichi quyidagi formula bilan hisoblaganadi:

$$\text{Deflyator} = \frac{\sum Q_i^j P_i^j}{\sum Q_i^j P_i^0} \times 100$$

Bu yerda: i – deflyatorni hisoblash uchun bozor savatiga kiritilgan tovarlar soni;

Q_i^j – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i – tovar yoki xizmatlar hajmi miqdori (Masalan 2 kg shakar, 2 dona ko’ylak va h.k);

P_i^j – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i — mahsulotning shu yilga narxi;

P_i^0 – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i – mahsulotning bazis yildagi narxi.

Deflyatorni hisoblash shartlari:

–odatda o’tgan yilga nisbatan hisoblanadi;

– bozor savati joriy yilda aniqlanib keyingi yillarda o’zgartirilishi mumkin;

– bozor savatiga ham iste’mol ishlab chiqarish xarakteridagi tovarlar va xizmatlar kiritiladi;

– bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlar turlarining umumiy YaIM dagi ulushi katta qismini tashkil qilishi kerak;

– bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlar hajmlari o’rtasidagi nisbat ularning YaIM dagi ulushlari o’rtasidagi nisbatga mos kelishi kerak¹.

Deflyatorni hisoblashga misol

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

¹ Ishmuxammedov A.E., Djumayev Z.A., Jumayev Q.X. Makroiqtisodiyot. O’quv qo’llanma. T.: 2005 y. 192 b., 29 b.

$$\text{Real YaIM} = \frac{\text{Nominal YaMM}}{\text{Deflyator}} \times 100^1$$

Iste'mol narxlari indeksi quyidagicha aniqlanadi:

$$INI = \frac{\sum Q_0^i P_1^i}{\sum Q_0^i P_0^i} \times 100$$

Bu yerda:

Q_0^i – bazis yilda bozor savatiga kiritilgan i – tovar va xizmatlar hajmi;

P_1^i – i – tovarning joriy yildagi narxi;

P_0^i – i – tovarning bazis yildagi hajmi.

Iste'mol narxlari indeksi hisoblashning shartlari;

– bozor savati bazis yil uchun aniqlanadi va bir necha yil davomida o'zgarmaydi;

– bozor savatiga faqat iste'mol xarakteridagi tovarlar va xizmatlar kiritiladi;

– bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlarning hajmi iste'mol xarajatlarining katta qismini tashkil etishi kerak.

INI ko'rsatkichining kamchiligi shundaki, bozor savati tarkibi o'zgarmas bo'lganligi tufayli aholi iste'moli tarkibida tovarlar va xizmatlar ulushining o'zgariganligini, shuningdek, tovarlar va xizmatlar sifatida ro'y bergan o'zgarishlarni hisobga olish imkonini bermaydi. Shu sababli bu indeks narxlar darajasini biroz oshirib ko'rsatadi.

YaIM deflyatori esa bozor savatiga joriy yilda kiritilmay qolgan tovarlar narxlarining oshishini hisobga olish imkonini bermasligi tufayli narxlar darajasini biroz pasaytirib ko'rsatadi. Shu sababli bu ikki indeksning o'rtacha darajasini xarakterlovchi Fisher indeksi hisoblanadi:

$$I_{\text{fisher}} = \sqrt{I_{\text{def}} \times I_{\text{iste'mol narxlari indeksi}}}$$

Sanoat ishlab chiqaruvchilar narx indeksi iste'mol narxlari indeksi singari hisoblanadi. Lekin bozor savatiga sanoat mahsulotlarigina kiritilib ular ulgurji narxlarida hisoblanadi.

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 501.

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

Narx indekslari 2 turga bo'linadi:

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

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

Sanab o'tilgan har bir indekslarning o'ziga yarasha ustunlik va kamchilik tomonlari bor. Masalan **Laspeyrs indeksida** bir tovarning ikkinchi tovarga almashinishi hisobga olinmaydi. Aytaylik hosildorlik yaxshi bo'lmaganligi uchun kartoshka narxi oshdi, bu esa sezilarli darajada iste'mol narxi indeksiga oshishiga olib keldi, ammo bu vaziyatda aholi kartoshka o'rni bosadigan boshqa sabzavotlardan foydalanishni hisobga olmaydi¹.

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

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

4. YaIMni hisoblash usullari

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

Xarajatlar bo'yicha YaIMni hisoblashda butun bozor iqtisodiyoti subyektlarining umumiy xarajatlari e'tiborga olinadi.

Mikroiqtisodiyotdan ma'lumki mamlakat iqtisodiyotida 3 ta asosiy subyekt: uy xo'jaligi, korxona va davlat ishtirok etadi.

Aynan ular umumiy xarajatlarni amalga oshiradi. Mazkur xarajatlar tarkibi quyidagicha:

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

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 514.

Ig(gross investment)-yalpi investitsiyalar, *firmalariste'moli, investitsion xarajatlar*;

Ta'kidlash joizki **YaIM** tarkibiga yalpi investitsiya, ya'ni ichki investitsiya va amortizatsiya kiradi **Ig=In+d**

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

G(government)-davlat xarajatlari;

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

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

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

Shu asnoda, **YaIM** xarajatlar bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

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

Bu tenglik **YaIM**ning xarajatlar bo'yicha hisoblanishi, yalpi talab tengligi, asosiy keyns tengligi deb ham nomlanadi¹

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

YaIM qo'shilgan qiymat yig'indisi sifatida kg / sum

Ishlab chiqarish bosqichlari	Sotishdan daromad	Oraliq mahsulotlarga xarajatlar	Qo'shilgan qiymat
Bug'doy	4	0	4
Un	10	4	6
Xamir	12	10	2
Non	20	12	8
Qo'shilgan qiymat yig'indisi			20

Shunday qilib umumiy mahsulot qiymatidan uni ishlab chiqarishda foydalanilgan xomashyo va mahsulotlar, yarim tayyor

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Pages 496-498.

fabrikatlar qiymatlari ayiriladi. Ishlab chiqarish jarayonida YAIM faqat oxirgi mahsulot qiymatidan hisoblanadi. Bizning misolimizda oxirgi mahsulot non hisoblanadi (jadvalga qaralsin).

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

$$YaIM = C + S + P + R + i + T + A$$

C + S – aholining iste'mol (C) va jamg'arishra (S) ketadigan ishhaqqi ko'rinishidari har qanday daromadi;

P – korporasiya foydasi;

R – ijara haqqi va renta ko'rinishidagi daromadlar;

i – (interest rate) - jamg'armalar bo'yicha foiz stavkalari;

T – (tax) - soliqlar;

A – amortizasiya ajratmalari.

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

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

– turib qolgan tovarlarni qayta sotish;

– qimmatli qog'ozlar tushumi;

– davlat transferlari (nafaqa va stipendiyalar, turli ijtimoiy dasturlar doirasidagi yordamlar); - xususiy transferlar.

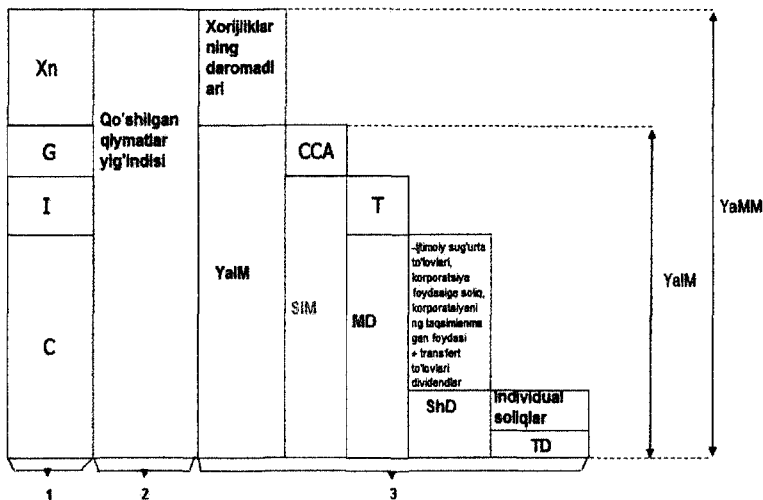
Undan tashqari YAIM real iqtisodiy vaziyatni doimo ham ko'rsata olmasligi mumkin. Masalan, YAIM tarkibiga norasmiy iqtisodiy sektorda ishlab chiqarilgan mahsulotlar, ya'ni bog'bonchilik ishlaridan tortib soliqdan yashirinuvchi ishlab chiqarish faoliyatigacha aytib o'tish mumkin. Zamonaviy norasmiy iqtisodiyot tufayli yalpi mahsulotni hisoblashda katta yo'qotishlarga duch kelish muammosi o'ylashga majbur qiladi¹.

Bundan tashqari teskari vaziyat ham YAIMni hisoblayotganda sodir bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish farovonligi juda yuqori

¹ Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.-М.: Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)

ko'rsatilib mamlakatdagi iqtisodiyot juda ham optimistik ko'rinishga ega bo'lib qoladi.

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



YaIMni hisoblash usullari (1-xarajatlar, 2- ishlab chiqarish,3-daromadlar)

5. Yopiq va ochiq iqtisodiyot tushunchasi

Ochiq iqtisodiyot bu shunday iqtisodiyotki, unda mamlakatning barcha fuqarolari xalqaro tovar va kapital bozorida oldi berdilari cheklanmagan xolda amalga oshirishlari mumkin. Yopiq iqtisodiyotda esa, aksincha, xalqaro savdoda umuman ishtirok etmaydi. Takidlash lozimki, hozirgi davrda iqtisodiyotning ikkala turlari ham sof xolda mavjud emas, chunki dunyodagi barcha mamlakatlar xalqaro savdoga ma'lum bir darajada qatnashib keladi va ozmi ko'pmi *erkin savdoga* cheklovlar o'rnatadi. Ammo, makroiqtisodiy taxlil va istiqbolni belgilashda foydalaniladigan modellarda shartli tarzda yopiq iqtisodiyot misoli ko'riladi. Yopiq iqtisodiyot modelida tovarlar, xizmatlar va kapital oqimlari milliy chegaralardan tashqariga chiqmaydi xamda, unda asosiy makroiqtisodiy ayniyat quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$Y = C + I + G$$

Bunda: Y – milliy maxsulot, milliy daromad;

C – uy xo'jaliklarning o'z mamlakatidagi maxsulotlarni xarid qilishga sarflangan iste'mol xarajatlari;

I – shu mamlakat ishlab chiqaruvchilarning o'z mamlakatining investisiya tovarlariga xarajatlari;

G – davlat tomonidan o'z mamlakatining tovar va xizmatlarini xarid qilishi.

Ochiq iqtisodiyotda mamlakatlar o'rtasida o'zaro aloqalar mavjud va u milliy iqtisodiyotda tovarlar va daromad xarakatida namoyon bo'ladi.

Asosiy makroiqtisodiy tenglikka qo'shimcha ko'rsatkich kiritilsa, u quyidagi ko'rinishni oladi.

$$Y = C + I + G + X_n$$

Bunda: X_n – xorijliklarning shu mamlakat ichkarisida ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga qilgan xarajatlari bilan xorijda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga ichki xarajatlar o'rtasidagi, eksport va import o'rtasidagi farq. Iqtisodiy adabiyotlarda bu kursatkich *sof eksport* deb yuritiladi.

Endi resurslar, tovarlar va daromadlar doiraviy aylanish modeliga qaytsak ochiq iqtisodiyotda bu model quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

YAIMdan boshqa milliy hisob tizimini ko'rsatkichlari ham mavjud, bu sof ichki mahsulot.

Sof ichki mahsulot (net domestic product, NDP) - YAIMdan amortizatsiya ajratmalarini ayirish orqali hosil qilinadi.

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

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

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

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

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

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

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

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

Nazorat savollari

1. Nominal YAIM qanday ko'ratkich hisoblanadi?
2. Real YAIM nominal YAIMdan qanday farq qiladi?
3. Deflyator nima, uni qanday hisoblash mumkin?

Mustaqil ish mavzulari

1. YAIM ko'rsatkichining mohiyatini va uni hisoblashning asosiy shartlarini yoritib bering. Rezident, yakuniy tovarlar va xizmatlar, bozor baholari, noishlab chiqarish bitimlari, sof moliyaviy operatsiyalar, transfertlar, bir marta hisobga olish sharti, oraliq mahsulot, yakuniy mahsulot.

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

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

1. Tushunchalarga mos terminlarni toping

1. Mamlakatda bir yil davomida ishlab chiqarilgan barcha yakuniy tovar va xizmatlarning umumiy bozor qiymati
2. Ishlab chiqarish jarayonlari uchun mo'ljallangan ishlab chiqarish vositalari (mashinalar, asbob-uskunalar, binolar)ga xarajatlar
3. Milliy ishlab chiqarish xajmini hisoblashda bir tovar qiymatining oraliq tovarlar qiymati qo'shilishi natijasida bir necha marotaba hisobga olinishi

4. Shasiy daromaddan yakka tartibdagi soliqlarni chegirish
5. Tovar va xizmatlar eksportidan Tovar va xizmatlar importini chegirish
6. Yakuniy foydalanish uchun sotib olingan tovar va xizmatlar
7. Davlat tomonidan alohida shaxslarga qaytarib olmaslik sharti bilan beriladigan to'lovlar
8. Yakuniy mahsulotga ketgan xarajatlarni jamlash
9. Yalpi investitsiyalardan amortizatsiyani chegirish
10. Yakuniy mahsulot va va xizmatlarga davlatning barcha xarajatlari (transfert to'lovlarisiz)
11. Iste'mol buyumlari va xizmatlarni sotib olishga yo'naltirilgan uy xo'jaligi xarajatlari
12. Joriy yilning jami mahsulotini ishlab chiqarishdan olingan barcha daromadlarni jamlash
13. Ishlab chiqarilgan barcha mahsulotning bozor narxidan uni ishlab chiqarishda iste'mol qilingan xom-ashyo va materiallar qiymatini chegirish
14. Shu davrda iste'mol qilingan kapital qiymatiga teng bo'lgan yillik ajratmalar
15. Firma o'zining ishlab chiqarish xarajatlari tartibiga qo'shadigan soliqlar: ular tovar va xizmatlar narxlarini ko'tarish yo'li bilan iste'molchilar zimmasiga yuklanadi.
16. Amortizatsiya ajratmalari miqdoriga kamaytirilgan YAIM
17. Mulkdorning ko'chmas mulkdan oladigan daromadi
18. SIMdan egri soliqlarni chegirish
19. Joriy yildagi "iste'mol savati" yalpi bahosining bazis yildagi "iste'mol savati" bahosiga nisbati
20. Soliq to'lagunga qadar uy xo'jaligiga tushadigan daromad
21. Joriy narxlarda ifodalangan YAIM
 - a. Sof investitsiyalar
 - b. YAIMni daromadlar bo'yicha hisoblash usuli
 - c. Davlat transfertlari
 - d. Bilvosita soliqlar
 - e. Ijara xaqi
 - f. YAIM
 - g. Shaxsiy daromad
 - h. Takroriy hisob
 - i. Qo'shilgan qiymat

- j. Sof ichki mahsulot
- k. Yalpi ichki investitsiyalar
- l. Shaxsiy iste'mol xarajatlari
- m. Nominal YAIM
- n. Amortizatsiya
- o. Yakuniy mahsulot
- p. Narxlar indeksi
- q. Sof eksport
- r. Tasarrufdagi daromad
- s. YAIMni xarajatlar oqimi bo'yicha hisoblash usuli
- t. Tovar va xizmatlarning davlat xaridi
- u. Milliy daromad
- v. Foiz

2. To'g'ri yoki noto'g'riligini aniqlang

1. Real YaMM - bu bir yilda ishlab chiqarilgan joriy narxlarda o'lgan tovar va xizmatlar qiymati
2. Iste'mol narxlari indeksi "bozor savati"ga kiritilgan tovarlar narxi asosida hisoblanadi.
3. Nominal YaMMning ham, real YaMMning ham hajmi faqat pul ifodasida o'lganishi mumkin.
4. Qo'shilgan qiymat va yakuniy mahsulot qiymati miqdorlari bir-biriga teng.
5. Uy xo'jaligining yangi uy qurilishiga qilgan xarajati iste'mol xarajatlarga kiradi.
6. Sof eksport miqdori tovar va xizmatlar eksportidan ushbu mamlakat importi hajmining ayirmasiga teng.
7. Qo'shilgan qiymat o'z ichiga ish xaqqini oladi, lekin foyda miqdorini olmaydi.
8. Agar ushbu davr davomida narxlar va daromad bir xil mutanosiblikda o'ssa, real daromad o'zgarmaydi.
9. Milliy ishlab chiqarish hajmini o'lgashda SMM yalpi mahsulotga nisbatan afzalroq, chunki uni hisoblash osonroq.
10. YaMMning miqdori jamiyatning sof iqtisodiy farovonligini aniq aks ettiradi.
11. Daromad oqimi asosida hisoblangan YaMM xarajatlar oqimi asosida hisoblangan YaMMga teng.

12. Qo'shilgan qiymat hisoblanganda, firmaning sotuvdan tushgan mablag'idan sotib olingan materiallar qiymatini ayirish kerak, lekin ishhaqqini xarajatlarini ayirish kerak emas.

13. SMM milliy daromaddan amortizatsiya miqdoriga ortiqdir.

14. Shaxsiy va ixtiyordagi daromad miqdori tengdir.

15. SMMni hisoblashda uy bekasining oilaga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq xizmatlari ham hisobga olinadi.

16. SMMni hisoblashda sof investisiya hisobga olinadi.

17. Davlat xizmatchilarining maoshi YaMM va SMMni xarajatlar oqimi asosida hisoblashda hisobga olinadi.

18. Transfert to'lovlarini olayotganlar uning davlatga biror nima berishlari shart¹.

2-ilova

O'zbekiston Respublikasida YAIM dinamikasi va ishlab chiqarish tarkibi

YAIM dinamikasi			YAIMning ishlab chiqarish tarkibi, %				
Davr	Joriy narxlar, mlrd. so'm	(taqqos lama narx larda)	Qishloq xo'ja- ligi	Sanoat	Quri- -lish	Xizmat ko'rsa tish sohasi	Sof Soliq lar
2000	3255,6	103,8	30,1	14,2	6,0	37,2	12,5
2001	4925,3	104,2	30,0	14,1	5,8	28,2	11,9
2002	7450,2	104,0	30,1	14,5	4,9	37,9	12,6
2003	9837,8	104,2	28,4	15,8	4,7	37,4	13,7
2004	12189,5	107,4	26,4	17,5	4,8	37,2	14,1
2005	15923,4	107,0	26,3	21,1	4,8	37,2	10,6
2006	21124,9	107,5	25,1	21,8	5,1	37,9	10,1
2007	28190,0	109,5	21,7	24,0	5,5	39,3	9,5
2008	36839,4	109	19,4	22,3	5,6	43,4	9,3
2009	48097,0	108,1	18,0	24,0	7,0	44,0	7,0
2010	61831,2	108,5	18,0	23,9	6,5	42,4	9,2
2011	77894,0	108,3	17,6	24,0	6,1	44,5	7,8
2012	96589,8	108,2	17,5	24,0	5,9	44,9	7,7
2016	198871,6	107,5	18,1	32,9		49,0	10,5
2017	249136,4	105,3	19,2	33,5		47,3	10,2

¹ Makroiqtisodiyot. Amaliy qo'llanma. Masalalar, testlar, vaziyatlar. T.: 2001 y.

Savollar

1. Yalpi ichki mahsulot, Yalpi milliy mahsulot, Sof ichki mahsulot, Milliy daromad, Shaxsiy daromad, Tasarrufdagi daromad kabi ko'rsatkichlarga ta'rif bering.

2. Nominal YAIM qanday ko'rsatkich hisoblanadi?

3. Real YAIM nominal YAIMdan qanday farq qilad

4. Deflyator nima, uni qanday hisoblash mumkin?

4-ilova

Mavzu bo'yicha misol va masalalar

1. Aytaylik, milliy ishlab chiqarish 2 ta mahsulotni o'z ichiga oladi. X-iste'mol tovari, Y-investitsiya tovari. Joriy yilda 350 birlik X tovari donasi 1 dollardan va Y tovar 10 birlik 5 dollardan ishlab chiqarildi. Joriy yilning oxiriga kelib 5 birlik foydalanilgan investitsion tovarlar yangi tur tovarlariga almashtirilishi kerak.

Hisoblang: YAIM; SIM; Sof va Yalpi investitsiya miqdorini.

2. Quyidagi ma'lumotlar mavjud; Real YAIMni hisoblang

Yillar	Nominal YAIM, mlrd dollar	Narxlar indeksi darajasi, %	Real YAIM, mlrd dollar
1-yil	180	120	
2-yil	65	95	
3-yil	93	100	

3. YAIM – 5000 dollar. Iste'mol xarajatlari – 3200 dollar, davlat xarajatlari – 900 dollar, sof eksport – 80 dollar. Hisoblang.

a) Sof va Yalpi investitsiya miqdorini;

b) Eksport 350 dollarga teng bo'lganda import miqdorini;

v) Amortizatsiya 150 dollarga teng bo'lganda SIMni.

4. Jadval ma'lumotlari bo'yicha quyidagilarni hisoblang:

a) xarajat oqimlari bo'yicha YAIM hajmi;

b) daromad oqimi bo'yicha YAIM v) SIM hajmi; g) MD hajmi.

Hisob	Mlrd.pul birl
Korporasiyalarning taqsimlanmagan foydasi	10
Sof eksport	20
Dividendlar	105
Korporatsiyalarfoydasiqa soliq	10
Davlat xaridi	1000

Alohida qo'yilmalardan daromad	340
Foiz	400
Ijara to'lovi	25
Yalpi investitsiyalar	610
Yollanma ishchilarning ish haqi	3140
Biznesga bilvosita soliqlar	400
Iste'mol qilingan kapital hajmi	500
Shaxsiy iste'mol xarajatlari	3300

5. Keltirilgan ma'lumotlarga asoslanib yalpi ichki mahsulot ko'rsatkichini aniqlang:

1. Ish xaqi-183,2
2. Eksport hajmi-15,3
3. Amortizatsiya-12,7
4. Davlat xaridi- 57,4
5. Biznesga egri soliqlar-13,3
6. Tranfert to'lovlari-14,8
7. Import hajmi- 12,4
8. Foyda solig'i-40,8
9. Shaxsiy istemol xarajatlari- 223,1
10. Sof investitsiyalar-56,2

6. 2014 yilda YAIM 300 mlrd. so'mni tashkil etdi. Bir yildan so'ng deflyator 1.2 martaga ortdi, real YAIM esa 10 % ga o'sdi. 2015 - yilgi nominal YAIM hajmini toping(2014 yil -bazis yili).

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida Nomla- nishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Milliy hisob tizimi</i>	<i>National accounting system</i>	<i>Система национа льных счетов</i>	davlat tomonidan umumiqti- sodiy faoliyatni tahlil qilish maqsadida yig'ilgan ma'lumotlar to'plamidir. Milliy hisob tizimi universal xarakterga ega bo'lib, turli mamlakatlarda ma'lumot almashinuvi jarayonida foydalaniladi va xalqaro taqqoslash imkonini beradi.
	<i>Yalpi ichki mahsulot</i>	<i>Gross domestic product,G DP</i>	<i>Валовой внутрен ний продукт</i>	-bu bir mamlakat ichkarisida ma'lum vaqt davomida ishlab chiqarilgan pirovard tovar va xizmatlarning bozor narxlaridagi qiymatlarining yig'indisidir. Mamlakat ichkarisida yaratilgan xar qanday tovar yoki xizmat, u milliy yoki xorijiy korxonada ishlab chiqarilganligidan qat'iy nazar, YaIM tarkibiga kiritiladi.
	<i>Yalpi milliy mahsulot</i>	<i>Gross national product,G NP</i>	<i>Валовой национа льный продукт</i>	- bu mamlakat rezidentlari tomonidan ma'lum vaqt mobaynida ishlab chiqarilgan pirovard tovar va xizmatlarning bozor narxlaridagi qiymatlarining yig'indisidir. YaMMga mamlakat ichkarisidagi hamda xorijdagi ushbu

				mamlakat rezidentlari, korxonalari tomonidan yaratilgan tovarlar va xizmatlar yig'indisi ham kiritiladi.
	Nominal YAIM	Nominal GDP	Номинальный ВВП	bu YAIMning joriy narxlarda ifodalangan ko'rsatkichidir.
	Real YAIM	Real GDP	Реальный ВВП	bu YAIMning bazis davrdagi narxlarda ifodalangan ko'rsatkichidir.
	Laspeyrs indeksi (Il)	Index of Lispers	Индекс Ласпейрс	-o'zgarmas tovar turlari yoki o'zgarmas og'irlik indeks-lari. Masalan iste'mol narxlari indeksi (INI): o'zgarmas iste'mol savatchasi, joriy va bazis davr narxlari hisobga olib topish mumkin:
	Paashe indeksi (Ip)	Index of Passé	Индекс Пааше	-o'zgaruvchan tovar yoki o'zgaruvchan og'irlik indeks-lari. Masalan, YAIM deflyatori joriy vaqtda ishlab chiqilgan tovarlarning joriy miqdorini bazis miqdorga nisbati:
	Ochiq iqtisodiyot	Open economy	Открытая экономика	bu shunday iqtisodiyotki, unda mamlakatning barcha fuqarolari xalqaro tovar va kapital bozorida oldi berdilari cheklanmagan xolda amalga oshirishlari mumkin.
	Yopiq iqtisodiyot	Closed economy	Закрытая экономика	mamlakatning barcha fuqarolari xalqaro tovar va kapital bozorida xalqaro savdoda umuman ishtirok etmaydi. Takidlash lozimki, hozirgi davrda iqtisodiyotning ikkala turlari xam sof xolda mavjud emas, chunki dunyodagi

				barcha mamlakatlar xalqaro savdoga ma'lum bir darajada qatnashib keladi va ozmi ko'pmi <i>erkin savdoga</i> cheklovlar o'rnatadi.
	<i>Sof ichki mahsulot</i>	<i>Net domestic product, NDP</i>	<i>Чистый внутренний продукт</i>	YAIMdan amortizatsiya ajratmalarini ayirish orqali hosil qilinadi. Boshqacha qilib aytganda sof ichki mahsulotni xarajatlar usuli bilan hisoblaganda quyidagicha ifodalash mumkin: $SIM = C + In + G + NX$
	<i>Milliy daromad - MD</i>	<i>National income, NI</i>	<i>Национальный доход</i>	SIMdan egri soliqlarni ayirish orqali hosil qilinadi. Milliy daromad mahsulotning shunday umumiy qiymatini ko'rsatadiki, bunda mahsulot egalari sotuvdan tushgan tushumni daromad sifatida qabul qilishadi.
	<i>Shaxsiy daromad -</i>	<i>Personal income, PI</i>	<i>Личный доход</i>	milliy daromaddan korxona yoki firmaning foyda solig'i, foiz va dividendlar to'lab bo'linganidan keyin qolgan foydasi, ijtimoiy sug'urta badallari va dividendlarini ayirish vadavlat tomonidan transfer to'lovlarini qo'shish orqali hosil qilinadi.
	<i>Tasarrufdagi daromad</i>	<i>Disposable income, DI</i>	<i>Располагаемый доход</i>	shaxsiy daromaddan fuqorolar tomonidan to'lanadigan barcha individual soliqlarni ayirish orqali hosil qilinadi.

10-KEYS: AQSH YALPI ICHKI MAHSULOTINING KOMPOONENTLARI¹

Quyidagi jadvalda AQShning 2009 yildagi YaIM haqida ma'lumot berilgan. 2009 yilda YaIM hajmi 14 trln dollarni tashkil etgan. O'sha yili mamlakat aholi soni 307 million kishini tashkil etgan. Aholi jon boshiga YaIM 46 ming 372 dollar.

Iste'mol xarajatlari YaIMning 71 foizini yoki aholi jon boshiga 32823 dollarni, investisiya xarajatlari 5278 dollarni, davlat xarajatlari 9540 dollarni, sof eksport -1269 dollarni tashkil etgan. Sof eksportning salbiy saldogaga egalining sababi, amerika fuqorolari chet el tovarlariga ko'proq xarajat qiladilar, chet elliklar amerika tovarlariga xarajat qilganlariga nisbatan.

Quyidagi jadvalning bo'sh ustunlarini to'ldiring. Eng katta ulushga ega bo'lgan komponentni aniqlang.

Komponentlar	YaIM xajmi, mlrd. dollarda	YaIM aholi jon boshiga, dollarda	YaIMga nisbatan foizda
YaIM, Yield	14,259	46,372	100
Iste'mol xarajatlari, Consumption	10,093	32,823	
Investisiya xarajatlari, Investment gross	1,623	5,278	
Davlat xarajatlari, Government	2,933	9,540	
Sof eksport, Net export	-390	-1,269	

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 499.

12 -MAVZU: “AD-AS” MODELII (“AGGREGATE DEMAND-AGGREGATE SUPPLY”)

Mavzuning o‘quv maqsadi:

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

Tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Yalpi talabva unga ta'sir etuvchi omillar
2. Yalpi taklif va unga ta'sir etuvchi omillar
3. “AD-AS” modeli
4. Narxlarining noelastikligi samarasi

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

1. Yalpi talabva unga ta'sir etuvchi omillar

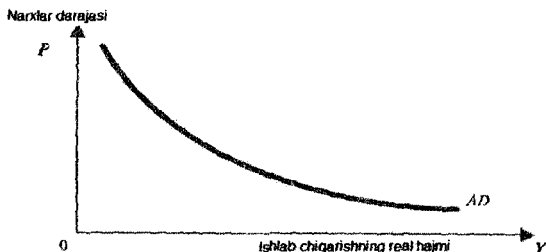
Yalpi talab bu – turli narxlar sharoitida davlat, uy xo'jaliklari, korxonalar sotib olishi mumkin bo'lgan tovar va xizmatlarning yalpi xajmidir.

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

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

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

Narxlarni narxlar darajasiga, jami iste'molchilarning to'lov qobiliyati talabini jami talabga, barcha tovar va xizmatlarni esa milliy ishlab chiqarishning real xajmiga bunday birlashtirish **yiriklashtirish** deb ataladi. Ko'rsatkichlarni yiriklashtirishning bu usulidan makroiqtisodiy tadqiqotlarda tez-tez foydalanib turiladi. Makrodarajada iqtisodiyotni usiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Yalpi talab va yalpi taklif, hamda narxlar darajasi barcha makroiqtisodiy modellar tuzilishining asosi hisoblanadi. Oddiy ko'rinishda ko'rsatkichlarning o'zaro bir-biriga bog'liqligi grafik yordamida aks ettiriladi.



1-rasm. Yalpi talab egri chizig'i

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

Yalpi talab egri chizig'iva unga ta'sir etuvchi omillar:

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

Narxlar darajasi va yalpi talab o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud bo'lib, narxlarning o'sib borishi bilan yalpi talab qisqarib boradi va aksincha, narxlar darajasi qanchalik past bo'lsa xaridorlar ko'proq tovar va xizmatlarni sotib olishni istab qolishadi. Ushbu bog'liqlikni chizma ko'rinishida ifodalash mumkin. **Narxlar darajasi va talab qilingan milliy mahsulot hajmi o'rtasida bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq yalpi talab egri chizig'i deb ataladi¹.**

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 726-727.

U alohida tovarga bo'lgan talab egri chizig'iga o'xshash ko'rinishga ega, ammo endi unga talab egri chizig'i yo'nalishini belgilab beruvchi daromad samarasi yoki o'rinbosar tovarlar samarasi kabi narx omillari ta'sir ko'rsatmaydi. ***Yalpi talab egri chizig'i yo'nalishiga qanday omillar ta'sir qiladi?***

Bular avvalo quyidagi narx omillaridir:

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

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

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

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

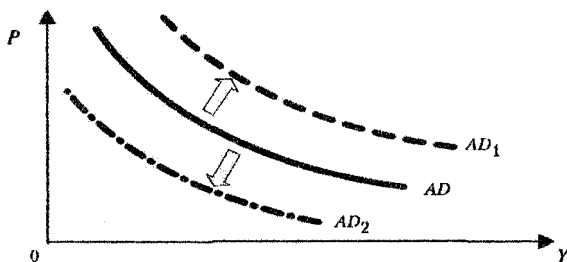
Import xaridlari samarasi deganda shuni tushunish lozimki, qachonki narxlar darajasi xorijiy narxlarga nisbatan oshib borsa, mamlakatda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga bo'lgan talab kamayadi, import mahsulotlariga esa talab oshadi, ya'ni milliy mahsulotga bo'lgan ehtiyoj qisqaradi. Mamlakatda narxlar darajasining pasayishi importning kamayishiga va eksportning kengayishiga sabab bo'ladi yoki boshqacha aytganda milliy mahsulotga bo'lgan talabni oshiradi.

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

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

- Pul massasining o'zgarishi (uning oshishi yalpi talabni oshishiga, kamayishi yalpi talabni kamayishiga olib keladi);

- Aholi iste'mol xarajatlarining o'zgarishlari;
- Soliq siyosatidagi o'zgarishlar;
- Davlat xarajatlaridagi o'zgarishlar;
- Tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o'zgarishlar (masalan, boshqa mamlakatlardagi ishlab chiqarishning o'sishi milliy ishlab chiqaruvchilar tovarlariga bo'lgan yalpi talabning pasayishiga olib kelishi mumkin).



2-rasm. Yalpi talabning o'zgarishi

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

2. Yalpi taklif va unga ta'sir etuvchi omillar

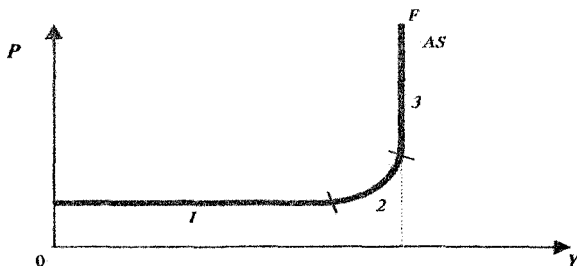
Yalpi taklif - bu muayyan narxlar darajasida ishlab chiqarilishi va taklif qilinishi mumkin bo'lgan iste'mol hamda investisiya tovarlari va xizmatlarning umumiy miqdoridir.

Narxlar darajasi va yalpi taklif ishlab chiqarish darajasi o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq ***yalpi taklif egri chizig'i*** deb ataladi¹.

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

- Gorizontaal (1) Keynes kesmasi;
- Oraliq kesma (2);
- Vertikal (3) klassik kesma.

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 731.



3-rasm. AS egri chizig'i.

Gorizontal kesma (1) - iqtisodiyotda to'liq bandlik ta'minlanmaganligini, ortiqcha ishlab chiqarish kuchlari mavjudligini ko'rsatadi, narx va ish xaqi o'zgaruvchan bo'ladi. Bu kesmada narxlarni o'zgartirmasdan turib, ishga tushmagan ishlab chiqarish omillarini ishga tushirib, ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin.

Oraliq kesma (2) - qisman bandlik ta'minlangan, narxlar va ish xaqi nisbatan o'zgaruvchan. Bu kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin, lekin bu o'sish narxlar darajasini o'sishi bilan birgalikda bo'ladi.

Vertikal kesma (3) - bu to'liq bandlik ta'minlangan xolatidir. Bunda keyingi ishlab chiqarish jarayonini oshirish mumkin emas, iqtisodiyotni rag'batlantirish jarayonida qilingan har qanday urinish faqatgina narxlar darajasini yuqori darajada oshishiga olib keladi.

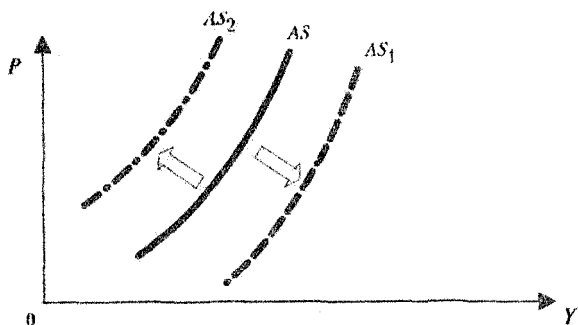
Narxlar darajasining o'zgarishi yalpi taklif egri chizig'ining o'zgarishiga olib keladi. Yalpi taklif egri chizig'iga narxdan tashqari boshqa omillar ham ta'sir ko'rsatadi. Yalpi taklifning narxga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

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

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

- Tabiatdagi iqlim sharoitlarining keskin ravishda o'zgarishi.

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



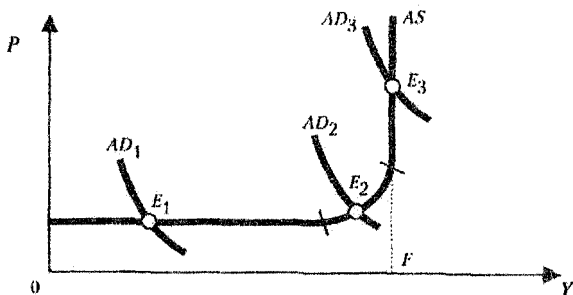
4-rasm. AS egri chizig'ining o'zgarishi.

3. "AD-AS" MODELI

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

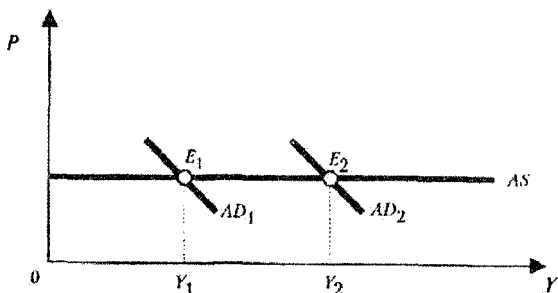
Bu modelda makroiqtisodiy muvozanat bir vaziyat sifatida olish mumkin. Bu vaziyatda barcha ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar to'liqligicha sotib olinadi, ya'ni ishlab chiqarishga to'lov qobiliyatli talab mos keladi.

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



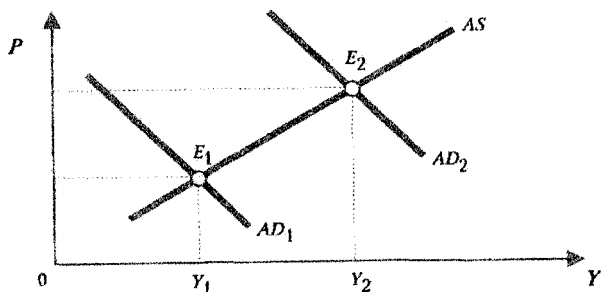
5-rasm. AD-AS egri chizig'i.

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



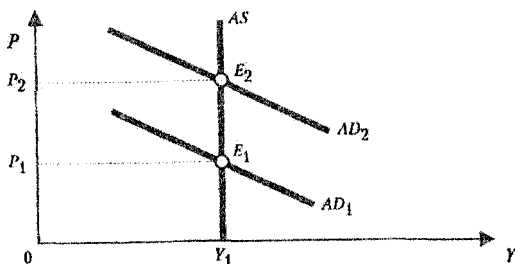
6-rasm. Gorizontal kesmadagi muvozanat

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



7-rasm. Oraliq kesmadagi muvozanat

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



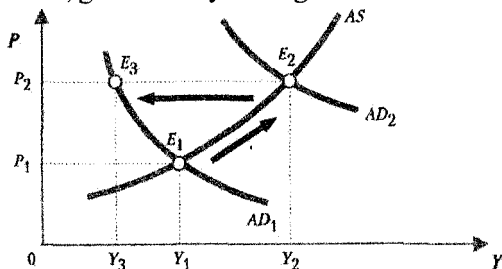
8-rasm. Vertikal kesmadagi muvozanat

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

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

4. Narxlarning noelastikligi samarasi, "Xrapovik" samarasi

Xrapovik samarasi bu bir mexanizmdir. U narxlarning "ortga qaytishda" noelastiklik bo'lishi, o'zgarmasligi bilan izohlanadi. Gorizontaal kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish mumkin, chunki ortiqcha yalpi talab mavjud, bunda narxlar o'zgarmaydi. Oraliq kesmada ishlab chiqarish xajmini oshirish narxlar o'sishi bilan birga bo'ladi. Vertikal kesmaga kelganda, talab eng yuqori nuqtaga kelgan bo'ladi, davlat o'z buyurtmalari bilan ortiqcha talab hosil qila olmaydi, endi talab pasayib boradi, lekin narxlar yuqori darajaga chiqib olganda ortga qaytishi, ya'ni pasayishi juda qiyin bo'ladi. Mana shu xolatda past talab va past ishlab chiqarish xajmi endi yuqori narxlarga duch keladi. Bu vaziyatni xrapovik samarasi, ya'ni narxlarni noelastikligi, o'zgarmasligidir. Xrapovik deyilishiga sabab, g'ildirakni aylanishiga o'xshatilishidir¹.



9-rasm. "Xrapovik" samarasi

¹ Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)

Nazorat savollari

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

Mustaqil ish topshiriqlari

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

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

To'g'ri yoki noto'g'riligini aniqlang.

1. Yalpi talab egri chizig'i pasayuvchi qiyalik ko'rinishida bo'ladi.
2. Yalpi taklif egri chizig'i uning klassik kesimida yotiq (gorizontal) dir.
3. Klassik maktab ham, keyns maktabi ham uzoq davrda Yalpi taklif egri chizig'i tik (vertikal) bo'ladi, deb hisoblaydilar.
4. Narxlar darajasining pasayishi pulga talabni qisqartiradi va foiz stavkasini ko'taradi.
5. Yalpi taklifning o'sishi ishlab chiqarishning muvozanatli darajasini va to'la bandlikka mos keluvchi ishlab chiqarish darajasini oshiradi.
6. Ichki narxlar darajasining oshishi (jahondagiga nisbatan) tovarlar hamda xizmatlar eksportining o'sishiga va importining pasayishiga olib keladi.
7. Iste'mol qarzlarning yuqori darajasi iste'mol xarajatlari va Yalpi iste'mol o'sishini rag'batlantiradi.
8. O'triqcha ishlab chiqarish quvvatlarining qisqarishi kapitalga bo'lgan talab o'sishini sekinlashtiradi va shu asosda Yalpi talabni kamaytiradi.

9. Ishlab chiqarish olmillari bozorida yakka xokimlik g'oyalarining o'sishi ishlab chiqarish xarajatlariga va oqibatda Yalpi taklif o'zgarishiga ta'sir etishi mumkin.

10. Muvozanatli iqtisodiyotda hamma vaqt to'la bandlik mavjuddir.

11. Milliy valyuta kursining xorijiy valyutalarga nisbatan ko'tarilishi eksportning o'sishi uchun sharoit yaratadi va oqibatda Yalpi talabni ko'paytiradi.

12. Klassiklar fikriga muvofiq, Yalpi taklif egri chizig'i barcha sharoitlarda chapga ham, o'ngga ham siljiy olmaydi, u tik vertikal chiziq bilan berilgan bo'ladi.

13. Yalpi taklif egri chizig'ining oraliq kesimida Yalpi talab ko'payganda, narxlarham, YalMning real hajmi ham o'sadi.

14. Boshqa teng sharoitlarda talabdagi o'zgarishlar narx o'zgarishlari tufayli yuz beradi.

15. Boylik samarasi Yalpi talab o'zgarishini belgilovchi narx omilidir.

16. Keynes maktabi iqtisodchilarining fikricha, Yalpi taklif egri chizig'i faqat uzoq muddatli davrda mumkin bo'lgan (potensial) mahsulot ishlab chiqarishni ifodalaydi.

17. Yalpi talab va Yalpi taklif egri chiziqlari narx bilan bog'liq omillar xarakati ta'sirida siljiydi.

18. Inflyatsiyaning kutilishi Yalpi talab egri chizig'ining har doim o'ngga siljitadi.

19. Yalpi va yakka tartibdagi talab egri chiziqlarining siljish sabablari bir xil.

20. Yalpi taklif egri chizig'ining tik (vertikal) kesimi ishlab chiqarishning real imkoniyatlari chegarasining soddalashtirilgan ko'rinishidir, chunki har qanday iqtisodiyot bu kesimda ham har doim o'sish uchun kichik rezervlarga ega bo'ladi¹.

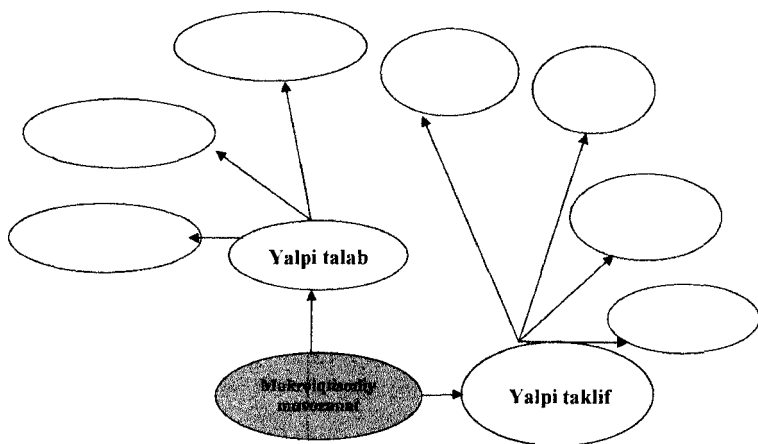
¹ Makroiqtisodiyot. Amaliy qo'llanma. Masalalar, testlar, vaziyatlar. T.:2001 y.

Mavzu bo'yicha savol, test va topshiriqlar**Misol: Yalpi taklifni ifodalovchi ko'rsatkichlar berilgan.**

Narxlar darajasi	Ishlab chiqarilgan real YaIM
250	2000
225	2000
200	1900
175	1700
150	1400
125	1000
100	500
75	0

Aniqlang:

1. Yalpi taklif egri chizig'ining keyns kesimida real YaIM xajmi qanday o'zgaradi?
2. Yalpi taklif egri chizig'ining klassik kesimida narxlar darajasi va real YaIM xajmi qanday o'zgaradi?
3. Yalpi taklif egri chizig'ining oraliq kesimida real YaIM xajmi qanday o'zgaradi?

Klaster tuzing

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Yalpi talab</i>	<i>Aggregate demand</i>	<i>Совокуп ный спрос</i>	turli narxlar sharoitida davlat, uy xo'jaliklari, korxonalar sotib olishi mumkin bo'lgan tovar va xizmatlarning yalpi xajmidir.
2.	<i>Makroiqtisodiy barqarorlik</i>	<i>Macroeconomic stability</i>	<i>Макроэкономическая стабильность</i>	iqtisodiy inqirozlarga barham berish, iqtisodiy taraqqiyotni ifodalovchi ko'rsatkichlarni muayyan darajada saqlab turish va iqtisodiyotni sog'lomlashtirish tushuniladi.
3.	<i>Narxlar darajasi</i>	<i>Price level</i>	<i>Уровень цен</i>	turli xil tovar va xizmatlarning alohida narxlarini umumlashtiruvchi jami narx tushuniladi.
4.	<i>Yalpi talab egri chizig'i</i>	<i>Aggregate demand curve</i>	<i>Кривая совокупного спроса</i>	Narxlar darajasi va talab qilingan milliy mahsulot hajmi o'rtasida bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq
5.	<i>Foiz stavkasi samarasi</i>	<i>The Interest-Rate Effect</i>	<i>Эффект процентной ставки</i>	shuni bildiradiki, agarda mamlakatda pul massasi hajmi doimiy deb faraz qilinsa, narxlar o'sib borayotgan bo'lsa, bunday holatda aholi va korxonalarning harakatlari uchun ko'proq pul kerak bo'ladi. Bu esa pulga bo'lgan talabni oshiradi, demak uning narxi, ya'ni foiz

				stavkasi ko'tarilishiga olib keladi va shu tufayli milliy mahsulotning real hajmiga bo'lgan talabni qisqartiradi.
6.	<i>Boylik samarasi</i>	<i>The Wealth Effect</i>	<i>Эффект богатства</i>	shuni bildiradiki, narxlar darajasining o'sishi bilan jamg'arilgan pul aktivlarining (hisoblardagi omonatlar, obligatsiyalar) real xarid qobiliyati tushib ketadi. Ya'ni aholi tobora kambag'allashib boradi va tabiiyki u o'zining tovar va xizmatlarni sotib olishga ketadigan harajatini qisqartiradi. Natijada yalpi talab ham kamayadi.
7.	<i>Import xaridlari samarasi</i>	<i>The Price Level and Net Exports: The Exchange-Rate Effect</i>	<i>Эффект импортных закупок</i>	qachonki narxlar darajasi xorijiy narxlarga nisbatan oshib borsa, mamlakatda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga bo'lgan talab kamayadi, import mahsulotlariga esa talab oshadi, ya'ni milliy mahsulotga bo'lgan ehtiyoj qisqaradi. Mamlakatda narxlar darajasining pasayishi importning kamayishiga va eksportning kengayishiga sabab bo'ladi yoki boshqacha aytganda milliy mahsulotga bo'lgan talabni oshiradi.
8.	<i>Yalpi taklif</i>	<i>Aggregate supply</i>	<i>Совокупное предложение</i>	muayyan narxlar darajasida ishlab chiqarilishi va taklif qilinishi mumkin bo'lgan iste'mol hamda investisiya tovarlari va xizmatlarning umumiy miqdoridir.

9.	<i>Yalpi taklif egri chizig'i</i>	<i>Aggregat e supply curve</i>	<i>Кривая совокупного предложения</i>	Narxlar darajasi va yalpi taklif ishlab chiqarish darajasi o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq
10.	<i>Gorizont tal kesma</i>	<i>Horizontal</i>	<i>Горизонтальный разрез</i>	iqtisodiyotda to'liq bandlik ta'minlanmaganligini, ortiqcha ishlab chiqarish kuchlari mavjudligini ko'rsatadi, narx va ish xaqi o'zgaruvchan bo'ladi. Bu kesmada narxlarni o'zgartirmasdan turib, ishga tushmagan ishlab chiqarish omillarini ishga tushirib, ishlab chiqarish hajmini oshirish mumkin.
11.	<i>Oraliq kesma</i>	<i>Interval</i>	<i>Промежуточный разрез</i>	qisman bandlik ta'minlangan, narxlar va ish xaqi nisbatan o'zgaruvchan. Bu kesmada ishlab chiqarish hajmini oshirish mumkin, lekin bu o'sish narxlar darajasini o'sishi bilan birgalikda bo'ladi.
12.	<i>Vertikal kesma</i>	<i>Vertical</i>	<i>Вертикальный разрез</i>	bu to'liq bandlik ta'minlangan xolatidir. Bunda keyingi ishlab chiqarish jarayonini oshirish mumkin emas, iqtisodiyotni rag'batlantirish jarayonida qilingan har qanday urinish faqatgina narxlar darajasini yuqori darajada oshishiga olib keladi.

13.	Narxlar- ning noelas- tikligi samarasi, “Xrapo- vik” samarasi	Effect of no elastic prices	Эффект неэласт ичности цен	Xrapovik samarasi bu bir mexanizmdir. U narxlarning “ortga qaytishda” noelas-tiklik bo‘lishi, o‘zgarmasligi bilan izohlanadi. Vertikal kesmaga kelganda, talab eng yuqori nuqtaga kelgan bo‘la-di, davlat o‘z buyurtmalari bilan ortiqcha talab hosil qila olmaydi, endi talab pasayib boradi, lekin narxlar yuqori darajaga chiqib olganda ortga qaytishi, ya’ni pasayishi juda qiyin bo‘ladi. Mana shu xolatda past talab va past ishlab chiqarish xajmi endi yuqori narxlarga duch keladi. Bu vaziyatni xrapovik sama-rasi, ya’ni narxlarni noeas-tikligi, o‘zgarmasligidir.
-----	--	--	---	---

13 -MAVZU: ISTE’MOL, JAMG’ARISH VA INVESTITSIIYA

Mavzuning o‘quv maqsadi:

Talabalarda iste’mol va jamg‘arish, ularning grafiklari va funksiyalari, iste’mol va jamg‘arishga o‘rtacha hamda chegaralangan moyillik, investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi, investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz stavkasidan boshqa omillar, Akselerator modeli haqida bilim va ko‘nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Iste’mol, jamg‘arish, iste’mol va jamg‘arishga o‘rtacha moyillik, iste’mol va jamg‘arishga chegaralangan moyillik, investitsiyalar, foiz stavkasi.

Asosiy savollar

1. Iste’mol va jamg‘arish, ularning grafiklari.
2. Iste’mol va jamg‘arishga o‘rtacha va chegaraviy moyillik.
3. Investisiya va uning dinamikasini belgilovchi omillar.
4. Jamg‘arish-investisiya ayniyati.

1. Iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari

Iste'mol YalMning eng asosiy tarkibiy qismlaridan biri bo'lib, uni o'rganish makroiqtisodiy tahlil uchun asosiy o'rinda turadi.

Yalpi iste'molni o'rganishda unga ta'sir etuvchi bir qancha obyektiv va subyektiv omillarga e'tibor qaratish lozim. Ular iste'mol qilish jarayoni, iste'mol xarajatlariga katta ta'sir o'tkazadi.

Ma'lumki, barcha oilalar, uy xo'jaliklari iste'mol xarajatlarini turlicha rejalashtiradi va turlicha amalga oshiradi.

Shunga qaramay, statistik tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, mamlakatda o'rtacha iste'mol xarajatlari doimiy amalga oshiriladi va o'zining amalga oshirilish qonuniyatlariga ega ya'ni iste'molga (o'rtacha) mustahkam moyillikka egaligi kuzatiladi.

D. M. Keynes o'zining psixologik qonuniga muvofiq, daromad oshirish bilan iste'mol ham ortadi. Lekin bir xil proporsiya (nisbat)da emas balki, daromad oshib boradi. Biroq iste'mol undan ortda qoladi. Bunga nisbatan jamg'arish ortadi.

Shunga mos ravishda: $Y = C + S$

Daromadning absolyut qiymatda o'sishi ya'ni iste'mol va jamg'arishning o'sishini anglatadi.

$$\Delta Y = \Delta C + \Delta S$$

Insonlarning iste'mol va jamg'arishga bo'lgan moyiligini qanday o'lchash mumkin?

Iste'mol va jamg'arishga bo'lgan moyillikni *o'rtacha moyillik* orqali aniqlash mumkin:

$$APC = \frac{C}{Y};$$

Average propensity to consume.

Средняя склонность к потреблению.

$$APC = \frac{S}{Y};$$

Average propensity to save.

Средняя склонность к сбережению.

Iste'molchining jami daromaddan ulushi;

Jamg'arishning jami daromaddan ulushi.

Ushbu ko'rsatgichlar joriy davr uchun iste'mol va jamg'arishga bo'lgan o'rtacha moyillikni bildiradi.

Agar, biz daromadning o'zgarishi iste'molning, jamg'arishning o'zgarishiga qanday ta'sir o'tkazishini bilmoqchi bo'lsak, bizga

boshqa ko'rsatkichlar ham kerak bo'ladi ya'ni iste'molga chegaralangan moyillik ko'rsatkichlaridan foydalaniladi.

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y};$$

$$MPC = \frac{C_2 - C_1}{Y_2 - Y_1} = \frac{\Delta C}{\Delta Y};$$

$$MPC = \frac{\Delta S}{\Delta Y};$$

$$MPC = \frac{S_2 - S_1}{Y_2 - Y_1} = \frac{\Delta S}{\Delta Y};$$

Ushbu ko'rsatkichlar daromadning o'sgan qismini uy xo'jaliklari iste'molga yoki jamg'arishga yo'natirayotganini ko'rsatadi.

Iste'molga chegaralangan moyillik bilan jamg'arishga chegaralangan moyillikning yig'indisi 1 ga teng.

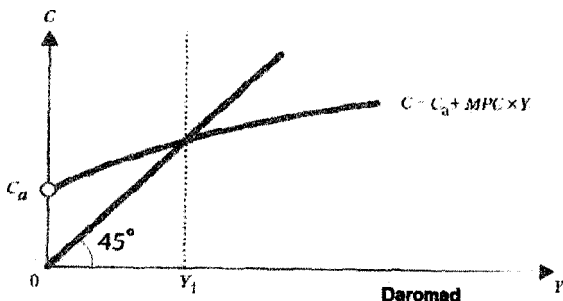
$$MPC + MPS = 1$$

Rivojlangan mamlakatlarda iste'molga chegaralangan moyillik 0,7-0,8 ni, jamg'arishga chegaralangan moyillik esa 0,2-0,3 tashkil etmoqda.

Asosiy psixologik qonun nafaqat uy xo'jaliklari darajasida balki, makroiqtisodiy darajada ham o'z aksini topgan. Natijada iste'mol va jamg'arishning funksiyasi va grafiklari ishlab chiqilgan.

Vaholanki, ushbu funksiyalar bir-biri bilan uzviy bog'liq. Funksiyalar oddiy chi-ziqli ko'rinishda beriladi.

Iste'mol



Keyns modelida iste'molning funksiyasi va grafigi.

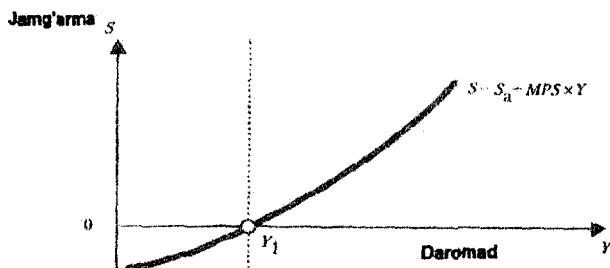
Iste'mol grafigi – a) ni izohlaymiz: eng avvalo 45° li burchak ostida chiziq o'tkazilgan. Ushbu holat barcha daromadning iste'molga teng taqsimlanishini anglatadi ya'ni, daromad to'liq iste'mol qilinmoqda, jamg'arish esa nolga teng. Shuning uchun u *nolli jamg'arish chizig'i* deb ham ataladi. Keyin esa, iste'mol chizig'i chiziladi. Yuqoridagi grafikda iste'mol noldan boshlanmaydi, balki, C_a darajasida avtonom iste'moldan boshlanadi.

Avtonom xarajatlar – daromad darajasiga bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar ya’ni, qarz evaziga qilingan, daromadga bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar kiradi. Ushbu grafikda yashash minimumiga to‘g‘ri keladigan iste‘mol berilgan, daromadga bog‘liq bo‘lmasa ham iste‘mol bo‘lishi shart. Aks holda, jamiyat parokandalikka uchraydi.

Keyinchalik esa daromad oshgan sari iste‘mol ham ortib boradi. Iste‘mol daromadga nisbatan sekinroq o‘sganligi sababli, iste‘molning o‘sishi daromadning o‘sishidan past bo‘ladi ya’ni iste‘mol grafigi «yopiladi».

Y_1 haqida nima deyish mumkin degan savolga, ushbu holatda biz jami daromad jami iste‘molga teng bo‘lishini aytishimiz mumkin. Daromad to‘liqligicha iste‘mol qilinadi.

Nol darajadagi jamg‘arish nuqtasi – ushbu nuqtadan chap tomonga daromad is-te‘molga yetarli emas ya’ni qarz hisobiga xarajat – avtonom xarajatlar mavjud. O‘ng to-monda esa daromad iste‘moldan yuqori ya’ni jamg‘arish mavjud.



Keyns modelida jamg‘arishning funksiyasi va grafigi.

Jamg‘arish grafigi – b) ni tahlil qiladigan bo‘lsak, unda u iste‘mol grafigiga ko‘ra yasaladi. Birinchi aniqlaydigan holat bu nolli jamg‘arish nuqtasi Y_1 nuqtada joy-lashgan. Chap tomonda, manfiy jamg‘arishni ko‘rish mumkin. Agar daromad oshishi bilan iste‘mol kamaysa, jamg‘arish ortib boradi ya’ni grafik «ochiladi». Iste‘molga moyillik yuqori bo‘lsa, jamg‘arish kamayadi.

Iste‘mol va jamg‘arish hajmiga ixtiyordagi daromad dinamikasidan tashqari quyidagi omillar to‘g‘rirog‘i bu omillardagi o‘zgarishlar ham ta’sir ko‘rsatadi:

1. Uy xo‘jaliklari daromadlari.

2. Uy xo'jaliklarida to'plangan boylik hajmi.
3. Narxlar darajasi.
4. Iqtisodiy kutish.
5. Iste'molchilar qarzlar hajmi.
6. Soliqqa tortish hajmi.

Dastlabki besh omil ta'sirida iste'mol va jamg'arish grafiklari o'zaro teskari tomonga siljigani holda soliqqa tortish darajasining o'zgarishi ixtiyordagi daromad xajmini o'zgartirgani tufayli iste'mol va jamg'arish hajmlari bir tomonga qarab o'zgaradi. Bu besh omil ta'sirida joriy ixtiyordagi daromad tarkibida iste'mol va jamg'arish ulushi nisbatlari o'zgaradi.

2. Iste'mol va jamg'arishga o'rtacha va chegaraviy moyillik

Makroiqtisodiy tahlil jaraenida iste'mol va jamg'arish funksiyalarini yanada to'laroq bilish uchun iste'mol va jamg'arishga o'rtacha moyillik va chegaralangan moyillik tushunchalarini bilishimiz lozim.

Iste'molga o'rtacha moyillik deganda ixtiyoridagi daromaddagi iste'mol xarajatlarining ulushi tushuniladi, ya'ni:

$$APC = \frac{C}{DI} \cdot 100$$

Bunda: APC — (average propensity to consume) iste'molga o'rtacha moyillik.

Ixtiyordagi daromaddagi jamg'arish ulushini jamg'arishga o'rtacha moyillik deb ataladi, ya'ni:

$$APS = \frac{S}{DI} \cdot 100$$

Bunda: APS (average propensity to save) — jamg'armaga o'rtacha moyillik.

Misol uchun, daromad darajasi 410, 430 va 530 shartli birlikka va iste'mol darajalari 405, 420 va 495 shartli birlik-ka teng bo'lgan holatlar uchun iste'molga o'rtacha moyillikni hisoblaymiz, ya'ni:

$$APS = (405 / 410) \times 100 = 98,78\% \text{ yoki } 0,98;$$

$$APS = (420 / 430) \times 100 = 97,67\% \text{ yoki } 0,97;$$

$$APS = (495 / 530) \times 100 = 93,39\% \text{ yoki } 0,93 \text{ ga teng.}$$

Demak, bu misollardan ko'rinib turibdiki, ixtiyordagi daromadlar miqdori ko'payib borishi bilan uning tarkibidagi iste'mol ulushi

kamayib va aksincha jamg'arma ulushi ko'payib boradi. Soliqlar to'langandan keyin qolgan daromadning bir qismi iste'mol qilinadi, ikkinchi qismi esa jamg'ariladi, shu tufayli ham iste'molga va jamg'arishga o'rtacha moyillik yig'indisi 100% ga yoki koeffisient ko'rinishda 1 ga teng.

$$APC + APS = 100\% \text{ yoki } 1.$$

Uy xo'jaliklari ixtiyoridagi barcha daromadlarining o'sgan qismini yo iste'mol qiladi, yoki jamg'aradi.

Iste'moldagi o'zgarishlarning shu o'zgarishni keltirib chiqargan iste'mol daromad o'zgarishdagi ulushi iste'molga chegaralangan moyillik deyiladi.

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta DI} = \frac{C_t - C_{t-1}}{DI_t - DI_{t-1}} 100$$

Bu yerda: MPC (marginal propensity to consume) — iste'molga chegaralangan moyillik. Yuqorida keltirilgan 1-jadval ma'lumotlariga ko'ra ixtiyordagi daromad 410 sh.b.dan 430 sh.b.kacha oshgan holatda MPCni hisoblaymiz.

$$\Delta C = 420 - 405 = 15;$$

$$\Delta DI = 430 - 410 = 20;$$

$$MPC = 15/20 \times 100 = 75\%.$$

Bu shuni bildiradiki, daromad 100 % ga (yoki bir birlikka) o'zgarganda iste'mol 75 % (yoki 0,75)ga o'zgaradi.

Jamg'arishdagi o'zgarishning iste'mol daromad o'zgarishdagi ulushi jamg'arishga chegaralangan moyillik deyiladi.

Ya'ni:

$$MPS = \frac{\Delta S}{\Delta DI} = \frac{S_t - S_{t-1}}{DI_t - DI_{t-1}} 100$$

Bu yerda: MPS (marginal propensity to save) — jamg'arishga o'rtacha moyillik.

Yuqorida keltirilgan misolda:

$$\Delta DI = 430 - 410 = 20;$$

$$\Delta S = 10 - 5 = 5;$$

$$MPS = 5/20 \times 100 = 25\%.$$

Shunday qilib, iste'molga chegaralangan moyillik 0,75 ni tashkil etgan bo'lsa, jamg'armaga chegaralangan moyillik 0,25 ni tashkil etadi. Daromadning o'sgan qismi yoki iste'molga, yoki jamg'armaga sarflanadi. Shu sababga ko'ra iste'mol va jamg'arishga o'rtacha

moyillik ko'rsatkichlari yig'indisi 100%ga yoki koeffitsient ko'rinishida lga teng bo'ladi¹.

$$MPC + MPS = 100\% \text{ yoki } 1.$$

MPC va MPS ancha barqaror ko'rsatkichlar bo'lib, juda sekin o'zgarishga uchraydilar.

3. Investisiya va uning dinamikasini belgilovchi omillar

Investitsiya – investitsiya yalpi talab (*aggregate demand - AD*) ning asosiy tarkibiy qismlardan biridir.

Investitsiyaning manbasi bo'lib jamg'arish xizmat qiladi. Shuning uchun ular o'rtasidagi bog'lanishni ko'rib chiqish lozim. Keyns ikki turdagi daromadni keltiradi. Biri bu, biz ko'rib chiqayotgan daromad ya'ni $Y = C + S$  tasarrufdagi daromad, ishlab topilgan daromad.

Shuningdek, ikkinchisi bu, foydalanish bo'yicha daromad ya'ni $Y = C + I$; agar S – iqtisodiy bo'lsa, u I – investitsiyaga aylanishi mumkin. Ikkovini tenglashtirsak,

$$+ S = \quad + I = S = I$$

Makroiqtisodiy muvozanat bo'lishi uchun barcha daromad foydalanilishi shart.

Investisiyalar yoki kapital qo'yilmalar — bu, hali buyumlashmagan, lekin ishlab chiqarish vositalariga qo'yilgan kapitaldir.

Uzining moliyaviy shakliga ko'ra, ular foyda olish maqsadida xo'jalik faoliyatiga qo'yilgan aktivlar hisoblansa, iqtisodiy mohiyatiga ko'ra investisiyalar yangi korxonalar qurish, uzoq muddat xizmat ko'rsatuvchi mashina va asbob-uskunalarni yakuniy sotib olishga hamda shu bilan bog'liq bo'lgan aylanma kapitalning o'zgarishiga ketgan xarajatlardir. Shuningdek investisilar tarkibiga uy-joy qurilishiga ketgan xarajatlar ham kiritiladi.

Investisiyalarning turli guruhlash mumkin. Makroiqtisodiy tahlilda eng ko'p duch kelinadigan guruhlashda investisiyalar investisiyalash ob'ektiga ko'ra uch turga bo'linadi.

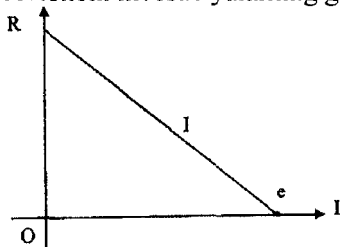
1. Ishlab chiqarish investisiyalari;
2. Tovar-moddiy zaxiralariga investisiya;
3. Uy-joy qurilishiga investisiya.

Makroiqtisodiy tahlilda investisiyalar dinamikasini belgilovchi omil sifatida real foiz stavkasi qaraladi. Real foiz stavkasi ortishi

¹ Ishmuxammedov A.E., Djumayev Z.A., Jumayev Q.X. Makroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y. 192 b., 49 b.

bilan investisiyalar hajmi kamayishini kuzatishimiz mumkin. Chunki investorlar uchun qarz baxosi ortib, ular ko'rsatadigan foyda normasini pasaytirib qo'yadi.

Avtonom investisiyalarning grafigi quyidagicha:



4-chizma. Avtonom investisiyalar grafigi

Avtonom investisiya funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega: $I = e - dR$.

Bu yerda: I — avtonom investisiya xarajatlari;

e — foiz stavkasi 0 ga teng bo'lgandagi investisiya xarajatlarining maksimal hajmi. U tashqi iqtisodiy omillar — yer, foydali qazilma boyliklari va boshqalar bilan belgilanadi;

R — real foiz stavkasi;

d — investisiyalarning real foiz stavkasi dinamikasi o'zgarishga ta'sirchanligini miqdoriy belgilovchi empirik koeffitsient.

Grafikdan s nuqtasi shuni bildiradiki, banklar nolga teng foiz stavkasi bilan kredit berganlarida ham mamlakatdagi boshqa resurslari miqdorining cheklanganligi tufayli investisiya xarajatlari ma'lum miqdor bilan chegaralanadi.

Investisiyalar dinamikasini belgilovchi eng muhim omillardan biri bo'lib kutilayotgan sof foyda normasi hisoblanadi. Agar real foiz stavkasi bilan investisiya xarajatlari miqdori o'rtasida teskari bog'liqlik bo'lsa, kutilayotgan sof foyda normasi (KSFN) dinamikasi bilan investisiya xarajatlari o'rtasida to'g'ri bog'liqlik bor.

Agarda kutilayotgan foyda me'yori foiz stavkasidan yuqori bo'lsa, investisiyalash foydali va aksincha, foiz stavkasi kutilayotgan foyda miqdoridan yuqori bo'lsa, investisiyalash foydali bo'lmay qoladi.

Misol uchun, zavodga 100000 so'mlik yangi stanok sotib olindi. Yangi stanokni qo'llashdan zavod 10.000 so'm sof foyda olgan bo'lsin. Sof foyda normasi quyidagicha aniqlanadi:

$$SF_n = 10000 / 100000 \times 100 = 10\%.$$

Investisiya xarajatlari foyda keltirishini aniqlashda nominal foiz stavkasi emas, balki real foiz stavkasi hisobga olinadi. Real foiz stavka narxlar darajasining o'zgarishini aks ettirib, nominal stavkadan inflyatsiya darajasi ayirmasi ko'rinishida aniqlanadi. Masalan, nominal foiz stavkasi 16% ga teng bo'lsa, inflyatsiya darajasi yiliga 12% ni tashkil etsa, unda real foiz stavkasi 4 foizini (16%-12%) tashkil etadi.

Investisiya xarajatlari dinamikasiga ta'sir etuvchi boshqa omillarga quyidagilar kiradi:

1. Soliqqa tortish darajasi;
2. Ishlab chiqarish texnologiyalaridagi o'zgarishlar;
3. Mavjud bo'lgan asosiy kapital miqdori;
4. Investorlarning kutishi;
5. Yalpi daromadlarning o'zgarishi.

Soliqqa tortish darajasining pasayishi hamda yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi kutilayotgan sof foyda normasining (real foiz stavkasi o'zgarmagan sharoitda ham) ko'payishga olib keladi. Bu esa investisiya xarajatlarining ortishiga olib keladi.

4. Jamg'arish-investisiya ayniyati

Investisiyalar miqdori mamlakatdagi jamg'armalar miqdoriga borliq bo'ladi, Bu ikki ko'rsatkich o'rtasidagi tenglikka erishish makroiqtisodiy barqarorlikka erishishning muhim shartidir.

Agarda, milliy iqtisodiyot tashqi dunyo bilan hech qanday aloqaga ega emas ($X_n=0$) va davlatning iqtisodiyotga aralashuvi nolga teng ($G=0$), deb faraz qilinsa, unda yalpi milliy mahsulot ko'rsatkichi ($YaMM$) orqali ifodalangan ishlab chiqarish hajmi ixtiyoridagi daromadga (ID) teng bo'ladi. Ya'ni:

$$YaMM = ID = C + S, \text{ ayni paytda } YaMM = C + I$$

Bu yerda makroiqtisodiy ayniyat quyidagi ko'rinishga egabo'ladi:

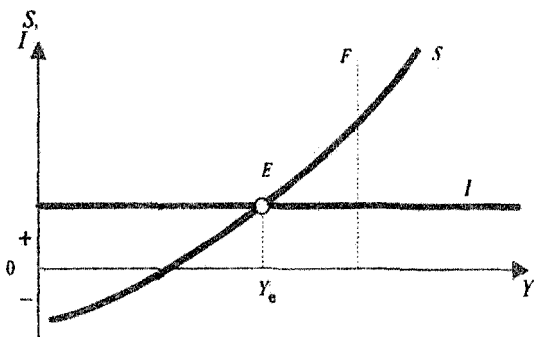
$$C + I = C + S \text{ yoki } I = S$$

Ushbu ayniyatdan ko'rinib turibdiki, uy xo'jaliklarining jamg'arishga bo'lgan istaklari tadbirkorlikning qancha miqdorda investisiyalash xohishlariga mos tushsa, unda daromadlar hajmi ($C+S$) va yalpi xarajatlar ($C+I$) hajmiga tengligiga yoki ishlab chiqarishning muvozanat darajasiga erishish mumkin¹.

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 563.

Demak, iqtisodiyotdagi investisiya xarajatlari nafaqat ichki jamgarmalar hisobiga, balki tashqi dunyo jamg'armalari hisobiga ham amalga oshirilishi mumkin. Mamlakatda investorlar kafolatlangan yuqori foyda olishi uchun yaratilgan shart-sharoitlar xorijiy investorlar oqimining o'sishiga olib keluvchi muhim shartlardan biridir.

Keynschilar fikriga ko'ra, $S = I$ ayniyatga bozor mexanizmlari vositasida tasodifan erishiladi, xolos. Chunki investorlar va jamg'aruvchilarning rejalari o'zaro mos kelavermaydi. Shu tufayli davlat to'g'ri iqtisodiy siyosat yurgizib makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashi shart.



5-chizma. Keyns modelida jamg'arish va investitsiya
Nazorat savollari

1. Daromad, iste'mol va jamgarmalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni tushuntirib bering?
2. Qanday holatda iste'mol daromadga teng bo'ladi va qanday holatda jamg'arish mavjud bo'ladi?
3. Iste'mol va jamg'arma grafiklarini izoxlang.
4. Iste'mol va jamg'armaga o'rtacha va chegaraviy moyillik ko'rsatkichlarini izoxlab bering?
5. Qaysi mablag'larni investitsiya tarkibiga kiritamiz?

Mustaqil ish mavzulari

1. O'rganilayotgan mamlakatlarda daromad, iste'mol va jamg'armalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka izoh bering.
2. O'rganilayotgan mamlakatlarda qaysi mablag'larni investitsiya tarkibiga kiritiladi?

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

O'rtacha daromad, iste'mol va jamg'arish ko'rsatkichlarini aniqlang.

Yillar	Daromad	Iste'mol (C)	Jamg'arish	APS,	MPS,
1	370	375			
2	390	390			
3	410	405			
4	430	420			
5	450	435			
6	470	450			
7	490	465			

2-ilova

Masalalarni yechilishi bo'yicha namunalalar

1-masala

Jamg'arishga chegaralangan moyillik ko'rsatkichi 0,2 ga, avtonom iste'mol hajmi 700 ga, chegaralangan soliq stavkasi 0,25 ga, daromadlar darajasi 7000ga teng bo'lsa, topilsin:

a) iste'mol va jamg'armalar hajmi;

b) iste'molga va jamg'arishga chegaralangan moyillik ko'rsatkichlari.

Yechish:

Dastlab iste'molga chegaralangan moyillik kharsatkichini hisoblab topamiz

Ma'lumki $MPC + MPS = 100$ $MPC = 100 - MPS = 100 - 20 = 80\%$,
yoki 0,8

Iste'mol funksiyasiga ko'ra iste'mol xarajatlari miqdorini aniqlaymiz

$$C = a + b(Y - tY) = 700 + 0,8(7000 - 0,25 \cdot 7000) = 4900 \text{ sh.b.}$$

Jamg'arish miqdorini tasarufdagi daromaddan iste'mol xarajatlarini ayirib topamiz

$$S = Y_d - C = (Y - tY) - C = (7000 - 0,25 \cdot 7000) - 4900 = 5250 - 4900 = 350 \text{ sh.b.}$$

Iste'molga va jamg'arishga o'rtacha moyillikni topamiz

$$APC = S/Y_d = 4900/5250 = 0,93 \quad APS = S/Y_d = 350/5250 = 0,07$$

Mustaqil ishlash uchun masalalar

1. Agarda ixtiyoridagi daromad (U) 200ga istemol (S) 180 ga teng bo'lsa, unda istemolga bo'lgan o'rtacha moyillik (APS) va jamg'arishga bo'lgan o'rtacha moyillik (APS) nimaga teng bo'ladi?

2.O'tgan yili uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari 800 shartli birlikni (sh.b.) tasarrufdagi daromad miqdori esa 1000 sh.b.ni tashkil etdi.

Joriy yilda jamg'armalar hajmi 120 sh.b.ni, iste'molga chegaralangan moyillik esa 82 % ni tashkil qildi.

Topilsin:

a) o'tgan yildagi yildagi jamg'armalar, iste'molga va jamg'arishga o'rtacha moyillik ko'rsatkichlari;

b) joriy yildagi iste'mol, tasarrufdagi daromad, iste'molga va jamg'arishga o'rtacha moyillik ko'rsatkichlari;

v) jamg'arishga va iste'moga chegaralangan moyillik ko'rsatkichlari

3.Avtonom soliqlar midori 200 sh.b., daromadlarning 1 miqdoga o'zgarishi soliqlarning 0,2 miqdorga o'zgarishini va jamg'armalarning 0,25 miqdorga o'zgarishini keltirib chiqaradi. Avtonom iste'mol hajmi daromadlarga nisbatan 15 %. Daromadlar hajmi 4000.

Topilsin:

a) iste'mol va jamg'armalar hajmi;

v) iste'molga va jamg'arishga o'rtacha, hamda chegaralangan moyillik ko'rsatkichlari.

4. Iste'mol funksiyasi quyidagi ko'rinishda berilgan:

$$C=150+0.85(Y-T)$$

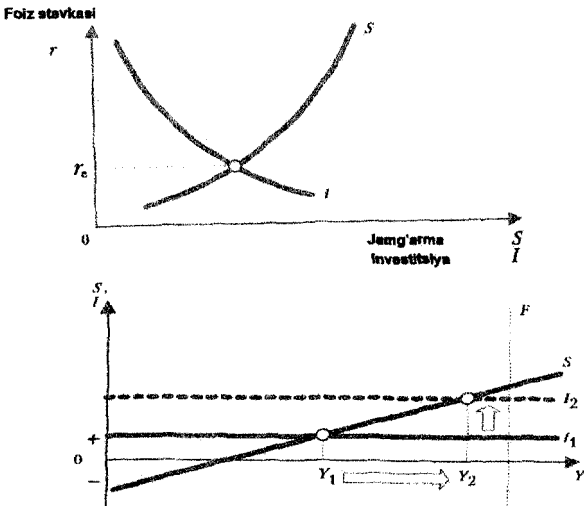
$$\text{Soliq funksiyasi } T=t_0 + t_1 Y$$

Ishlab chiqarish hajmi 5000. Agar soliq stavkasi t_1 0,3 dan 0,2 ga qadar pasaysa iste'mol hajmi qanchaga o'zgaradi?

5.YAIMning muvozanatli darajasi 5000; iste'mol funksiyasi $S_q = 500 + 0,6 Y$; investitsiya funksiyasi $I = 2000 - 10000R$. Muvozanatli real foiz stavkasini aniqlang.

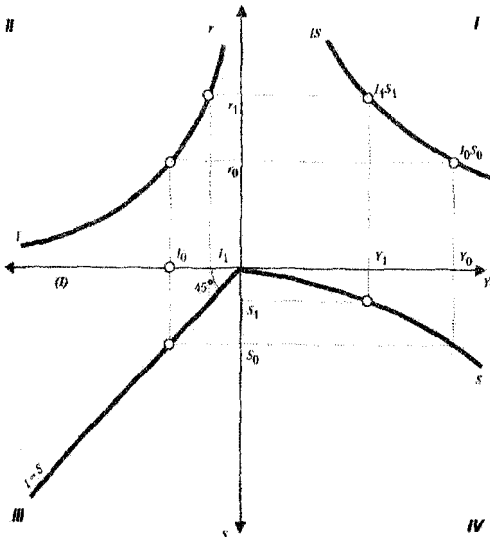
6. Investitsiyalar 700 sh.b.ni, tasarrufdagi daromad 3200 sh.b.ni, iste'mol xarajatlari 2800 sh.b., davlat byudjeti ortiqchaligi 100 sh.b.ni tashkil etdi. Sof eksport miqdorini toping.

Klassik modelda jamg'arish va investitsiya



3. Multiplikator samarasi

4. IS Modeli



Jadvallarni izohlang.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamanin g rus tilida nomlanish i	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Iste'mol</i>	<i>Consump- tion</i>	<i>Потреб- ления</i>	YalM tarkibida eng katta ulushga ega bo'lgan komponentdir. Shuningdek, rivojlangan mamlakatlarda iste'mol xarajatlari ixtiyoridagi daromadning 90 foizdan ortiq qismini tashkil etadi. Shu tufayli xam iste'mol xarajatlariga ta'sir etuvchi omillarni, uning o'zgarish qonuniyatlarini o'rganish muhim ahamiyatga ega.
2.	<i>Jamg'ar- ma</i>	<i>Savings</i>	<i>Сбереже- ния</i>	Uy xo'jaliklari ixtiyoridagi daromadning iste'mol qilinmasdan qolgan qismi
3.	<i>Investi- siya</i>	<i>Investment</i>	<i>Инвести- ция</i>	yangi korxonalar qurish, uzoq muddat xizmat ko'rsatuvchi mashina va asbob-uskunalarini yakuniy sotib olishga hamda shu bilan bog'liq bo'lgan aylanma kapitalning o'zgarishiga ketgan xarajatlardir.
4.	<i>Iste'mol- ga o'rtacha moyillik</i>	<i>average propensity to consume</i>	<i>Средняя склон- ность к потреб- лению</i>	ixtiyoridagi daromaddagi iste'mol xarajatlarining ulushi tushuniladi, ya'ni: $APC = \frac{C}{DI} \cdot 100$

5.	<i>Jamg'ar-maga o'rtacha moyillik.</i>	<i>average propensity to save</i>	<i>Средняя склонность к сбережению</i>	Ixtiyordagi daromaddagi jamg'arish ulushini jamgarish-gao'rtacha moyillik deb ataladi, ya'ni: $APS = \frac{S}{DI} \cdot 100$
6.	<i>Iste'mol-ga chegaralangan moyillik</i>	<i>marginal propensity to consume</i>	<i>Предельная склонность к потреблению</i>	Iste'moldagi o'zgarishlarning shu o'zgarishni keltirib chiqargan iste'mol daromad o'zgarishdagi ulushi iste'molga chegaralangan moyillik deyiladi. $MPC = \frac{\Delta C}{\Delta DI} = \frac{C_t - C_{t-1}}{DI_t - DI_{t-1}} \cdot 100$
7.	<i>Jamg'arishga o'rtacha moyillik</i>	<i>marginal propensity to save</i>	<i>Предельная склонность к сбережению</i>	Jamg'arishdagi o'zgarishning iste'mol daromad o'zgarishdagi ulushi jamg'arishga chegaralangan moyillik deyiladi. Ya'ni: $MPS = \frac{\Delta S}{\Delta DI} = \frac{S_t - S_{t-1}}{DI_t - DI_{t-1}} \cdot 100$
8.	<i>Tasarruf-dagi daromad</i>	<i>Disposable income, DI</i>	<i>Располагаемый доход</i>	shaxsiy daromaddan fuqorolar tomonidan to'lanadigan barcha individual soliqlarni ayirish orqali hosil qilinadi.

14 – MAVZU: IQTISODIYOTNING SIKLLI RIVOJLANISHI

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

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

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

Biroq uning sabablari noma'lum.

Jon Beyts Klark, amerikalik iqtisodchi

Afsuski, jamiyatning iqtisodiy taraqqiyot tarixi iqtisodiyotning hech qachon tekis va silliq yo'l bilan, olg'a rivojlanish yo'lidan ketmaganligini yaqqol namoyon etmoqda. Bu tarix o'zining turli bosqichlarda iqtisodiy kon'yunkturaning bir-birini davriy ravishda almashtirib turgan va almashtirib kelayotgan tanazzul yoki yuksalishni boshidan kechirib keldi. Bu o'zgarishlar *makroiqtisodiy beqarorlik* yoki *bozor iqtisodiyoti rivojlanishining davriyligi* deb ataladi¹.

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



1857-yildagi birinchi jahon inqirozi davrida AQShda Seaman Jamg'arma bankidagi to'polonlar

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 720.

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

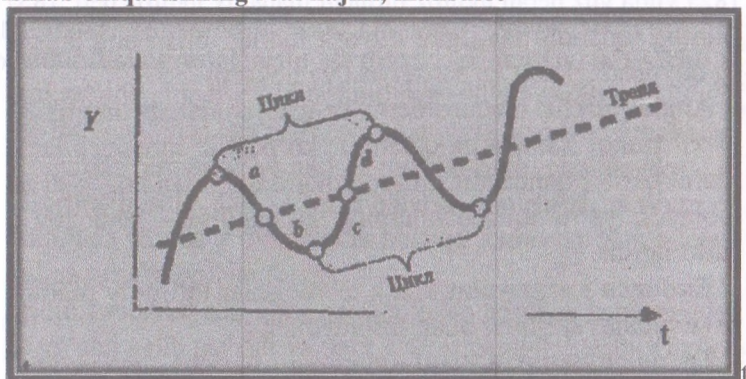
Hukumatning amaliy faoliyat sohasidagi vazifasi har doim siklik tebranishlarni tartibga solish, silliqlash bo'lgan va shunday bo'lib kelmoqda. Biroq, buni qanday usul va vositalari yordamida amalga oshirish mumkinligini ko'rib chiqishdan avval iqtisodiy siklning o'z xarakteristikasi, uning turlari va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

1. Iqtisodiy sikl tushunchasi

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

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

Ishlab chiqarishning real hajmi, mahsulot



1-rasm. Siklik tebranishlar va trend

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

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

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

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

Ekzogen nazariyalar siklik tebranishlarni iqtisodiy tizimdan tashqaridagi sabablar bilan izohlaydilar.

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

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

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

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

Ammo, siklik tebranishlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan turli xil tashqi sabablarga qaramay, ko'pchilik iqtisodchilar iqtisodiy sikllarni baribir qandaydir iqtisodiy hodisalar bilan bog'lash zarur, deb hisoblaydi, ya'ni iqtisodchilarning ko'pchiligi – endogen nazariya tarafdorlaridir.

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

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

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

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

- ♦ innovatsiyalar;

♦ asosiy kapitalning yangilanishi.

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

2. Davriy tebranishlarning turlari

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

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

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

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

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



Jozep Kitchin

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

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

So‘nggi paytlarda tovar-moddiy zahiralari sikllarining qisqarayotganligi va hatto yo‘qolib borayotganligi haqida tobora ko‘proq gapirilmoqda. Bu esa ishlab chiqaruvchilarning potensial mijozlarning ehtiyojlaridan xabardorligi, texnologik zanjirni avvaldan mo‘ljal qilish darajasining oshganligi bilan izohlanmoqda. Biroq bu sikllarni umuman e‘tibordan chetda qoldirishga hali erta.

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

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



N.D.Kondratev

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

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

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

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

3. O'rta muddatli sikl

Shunday qilib, o'rta muddatli sikl – aynan iqtisodchilarning aksariyati o'rgangan va o'rganayotgan sikldir. Davlatning makroiqtisodiy siyosati asosan shu siklni tartibga solishga qaratilgan bo'ladi.

Avval aytib o'tilganidek, o'rta muddatli sikllarning asosiy sababi asosiy kapitalning yangilanishida deb hisoblanadi.

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

♦ birinchidan, investision tovarlarning xizmat muddati noaniq bo‘lib, ularning yangilanishini vaqt jihatdan tezlashtirish yoki kechiktirish mumkin;

♦ ikkinchidan, investisiya jarayonini rag‘batlantiruvchi yangiliklar ham muntazam emas;

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

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

4. O‘rta muddatli siklning bosqichlari

O‘rta muddatli siklni o‘rganish uchun uning asosiy bosqichlarini ajratib olish lozim(5.1-rasmga qarang). Odatda iqtisodiy sikl to‘rtta fazaga ajratiladi:

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

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

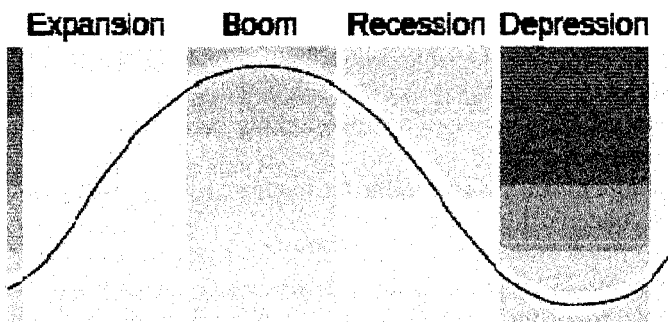
♦ *jonlanish* (siklik to‘lqinning trend liniyasi ostida joylashgan yuksaltiruvchi qismi – s qism);

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

Inqiroz – qayta ishlab chiqarishning gurkirab rivojlanayotgan ishlab chiqarish mahsulotni sotish bilan bog‘liq keskin muammoga duch kelgan vaziyatidir. Bozorga taqdim qilingan tovar va xizmatlar to‘lovga layoqatli munosib talabni topa olmaydi. Sotilmay qolgan tovarlar tovar-moddiy zahiralarning to‘planib qolishiga olib keladi, foyda kamayadi, ishlab chiqarish hajmlari qisqaradi, investisiyalar hajmi ham qisqaradi, ishchi kuchiga bo‘lgan talabning pasayishi oqibatida ishsizlik ortadi. To‘lovga layoqali talabning kamayishi bularning barchasini yanada kuchaytiradi.

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

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



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

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

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

U yoki bu makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning sikl bosqichlari bo'yicha qaysi tomonga qarab o'zgarayotganligiga qarab, ularni *siklga hamroh (protsiklik* - yuksalishda o'suvchi, so'nishda pasayuvchi ko'rsatkichlar, masalan, Yalpi ishlab chiqarish), *siklga qarshi* (so'nishda o'suvchi va yuksalishda pasayuvchi, masalan, ishsizlik) va *asiklik* (davriy bo'lmagan, ya'ni iqtisodiy siklga bog'liq bo'lmagan) ko'rsatkichlarga ajratiladi¹.

¹ Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.-М.: Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)

Tarixi XIX asrlarning oʻrtalariga borib taqaladigan oʻrta muddatli sikllar haqida gap ketar ekan, ularga bir qator xususiyatlar xos boʻlganligini taʼkidlash lozim.

Birinchidan, XIX asrning oʻrtalaridan boshlab kuzatilgan sikllar oʻzining intensivligi va davomiyligi koʻra xilma-xil boʻlgan. Eng qisqa iqtisodiy sikl (1920-yillar) taxminan 2,5 yil davom etgan boʻlsa, eng uzoq sikl (1970-yillarning boshi) 117 oy davom etgan.

Siklik tebranishlarning har xilligiga sabab boʻladigan omillar ichida ikkita asosiy sababni koʻrsatib oʻtish joizdir:

♦ oʻrta muddatli sikllarning uzun toʻlqinlarning turli bosqichlarida uzoq muddatli sikllar bilan aralashib ketishi, bu oʻrta muddatli siklning dinamikasini oʻzgartirib (buzib) yuborishi mumkin;

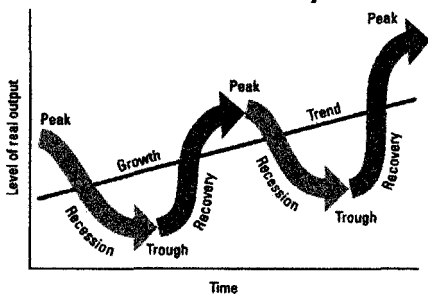
♦ hukumatning barqarorlashtiruvchi makroiqtisodiy siyosatining taʼsiri.

Ana shunday siyosat tufayli Ikkinchi jahon urushidan keyin oʻrta muddatli siklning yuksaltiruvchi toʻlqini uzunroq, pasaytiruvchi toʻlqini esa qisqaroq boʻlib bordi. Umuman olganda, koʻpchilik rivojlangan mamlakatlarning hukumatlari makroiqtisodiy barqarorlashtirishni oqilona olib borishni, yaʼni soʻnish davrida iqtisodiyotni ragʻbatlantirish va qayta ishlab chiqarish inqirozi xavfi mavjud boʻlganda iqtisodiyotni biroz sekinlashtirib turishni oʻrganib oldilar.

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

Buning sababi – mamlakatlarning oʻzaro bogʻliqligining chuqurlashuvi, yagona global iqtisodiy makonning shakllanishi, bir mamlakat iqtisodiyotini butun jahon iqtisodiy xoʻjaligidan alohida qarash mumkin boʻlmay qolganligidir. Jahon iqtisodiyotining bugungi kundagi yangi axborot texnologiyalari asosida globallashtirish jarayoni iqtisodiy sikllarning sinxronlashuvini yanada intensivlashtirmoqda.

The Economic Cycle



Uchinchidan, iqtisodiy sikllarning rivojlanish jarayoniga fan-texnika tarayoqqiyoti ham katta ta'sir ko'rsatmoqda. U asosiy kapitalning yangilanishini tezlashtirmoqda, bu esa inqiroz bosqichida nafaqat tovarlarni qayta ishlashga, balki kapitalning ham qayta ishlanishiga olib kelmoqda, ishlab chiqarish quvvatlarining to'liq band bo'lmashlik muammosi keskinlashmoqda, siklning dinamikasi ham tobora notekis bo'lib bormoqda.

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

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

Nazorat savollari

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

Mustaqil ish mavzulari

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

Testlarni yeching

1. Sikl qanday fazani o'z ichiga oladi?

- a) inqiroz;
- b) turg'unlik;
- c) jonlanish;
- d) yuksalish;
- e) hammasi to'g'ri.

2. Stagnatsiya - bu

- a) bozordagi keskin vaziyat;
- b) xalqaro bitim;
- c) iqtisodiyotdagi tang holat;
- d) narxlar o'sishi;
- e) to'g'ri javob yo'q.

3. Iqtisodiy sikllar bir-biridan nima bilan farqlanadi?

- a) har xil fazalarga ega bo'lishi bilan;
- b) davomiyligi bo'yicha;
- c) intensivligi bo'yicha;
- d) a va b to'g'ri;
- e) b va v to'g'ri.

4. Tarkibiy inqirozlarni keltirib chiqaruvchi asosiy sabab nima?

- a) ishlab chiqarishning notekis rivojlanishi;
- b) xalq xo'jaligi ayrim tarmoqlari va sohalarining rivojlanishidagi chuqur nomutanosibliklar;
- c) yalpi talabning o'zgarishi;
- d) yalpi taklifning o'zgarishi;
- e) ishlab chiqarish va iste'molning mos kelmasligi.

5. Agrar inqirozlarning asosiy xususiyatlari nimalarda namoyon bo'ladi?

- a) mahsulotlarning nisbiy ortiqcha ishlab chiqarilishida;
- b) narxlarning pasayishi, daromadlar va foydaning kamayishida;
- c) siklli xarakterga ega bo'lmaslikda va nisbatan uzoq davom etishida;
- d) ishsizlikning o'sishida;
- e) ishlab chiqarishning qisqarishida.

6. Iqtisodiy sikldan iqtisodiyotning qaysi sohalarini ko'proq yo'qotishga uchraydi?

a) qisqa muddatli foydalaniladigan iste'molchilik tovarlari ishlab chiqaruvchi tarmoqlari;

b) uzoq muddatli foydalaniladigan iste'molchilik tovarlari ishlab chiqaruvchi sanoat tarmoqlari;

c) investitsion tovar ishlab chiqaruvchi sanoat tarmoqlari;

d) a va b to'g'ri;

e) b va c to'g'ri.

7. Iqtisodiy inqirozlarning asosiy mazmuni nimada namoyon bo'ladi?

a) tovarlar ishlab chiqarishning kamayishida;

b) ishsizlikning o'sishida;

c) narxlarning o'sishida;

d) ishlab chiqarilgan tovarlar massasining to'lovga qobil talabidan oshib ketishi yoki kambo'lishida;

e) ishlab chiqarish hajmining keskin kamayib ketishida.

8. Sanab o'tilgan iqtisodiy hodisalar ichida o'rta muddatli siklning yuksalish bosqichiga quyidagilar taalluqli emas:

a) narxlarning o'sishi;

b) ishsizlikning o'sishi;

c) ishlab chiqarish darajasining o'sishi;

d) ish haqining o'sishi.

9. Kondratev sikllari - bu:

a) o'rta muddatli sikllar;

b) qisqa muddatli sikllar;

c) uzoq muddatli sikllar;

d) qurilish sikllari;

e) har qanday iqtisodiy sikllar.

10. Iqtisodiy pasayish davrida davlat.....

a) soliq stavkalarini oshiradi;

b) qattiq pul-kredit siyosatini olib boradi;

c) o'z xarajatlarini oshiradi;

d) amortizatsiya muddatlarini uzaytiradi;

e) to'g'ri javob yo'q.

To'g'ri yoki noto'g'riligini aniqlang.

1. Krizis davrida narxlar oshadi.
2. Jonlanish fazasi, depressiyadan keyingi fazadir.
3. Qisqa muddatli sikllar davomiyligi 8-10 yil.
4. Ishlab chiqarish xajmi va bandlik darajasining o'zgarishi iqtisodiyot rivojlanishidagi davriy tebranishlar tufayli yuz berishi shart emas.
5. Asriy trend 25,50,100 yilni qamrab oluvchi iqtisodiyot rivojlanishining uzoq muddatli yo'nalishlaridir.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atamaning ingliz tilida nomla- nishi	Atama ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Iqtisodiy sikl</i>	<i>Economic cycle</i>	<i>Экономи- ческий цикл</i>	asosiy makroiqtisodiy ko'rsat- kichlarning (ishlab chiqarish darajasi, bandlik, narxlar) muntazam ravishda o'zgarib turishi bo'lib, ularning o'rtacha muddati taxminan 8-10 yilni tashkil etadi.
2.	<i>Ekzogen nazariya- lar</i>	<i>External theory</i>	<i>Экзоген- ные теории</i>	siklik tebranishlarni iqtisodiy tizimdan tashqaridagi sabablar bilan izohlaydilar.
3.	<i>Endogen nazariya- lar</i>	<i>Internal theory</i>	<i>Эндоген- ные теории</i>	siklik tebranishlar iqtisodiy tizimning ichidagi (o'zidagi) sabablar bilan izohlaydilar. Endogen nazariya tarafdor- larining fikricha, iqtisodiy sikllarga aynan iqtisodiy omillar sabab bo'ladi.

4.	<i>Qisqa muddatli sikllar</i>	<i>Short run fluctuations</i>	<i>Краткорочные циклы</i>	ularning muallifining ismi bilan Kitchin sikllari yoki cho'chqa sikllari deb ham ataladi, chunki Kitchin ularni o'rganishda cho'chqa go'shti bozorini tadqiq qilgan. Bugungi kunda ular ko'proq «zahira sikllari» degan nom bilan mashhurdir.
5.	<i>Uzoq muddatli sikllar</i>	<i>Long run fluctuations</i>	<i>Долгосрочные циклы</i>	Kondratevning uzun to'liqlari yoki kon'yunkturaning katta sikllaridir. Ularning muallifi – mashhur rus agrar iqtisodchisi Nikolay Dmitrievich Kondratyevdir (1892—1938). U Angliya, Fransiya va AQShning XVIII asr so'ngidan keyingi asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlariga (narx darajasi, foiz stavkasi, ish haqi, tashqi savdo aylanmasi, iqtisodiyotning taraqqiyotini belgilovchi tarmoqlarning ba'zi ko'rsatkichlari) oid statistik materiallarni umumlashtirib, o'tkazilgan tahlillar asosida «kichik» sikllar (u kichik sikl deganda biz bugun o'rta muddatli deb atayotgan sikllarni tushunar edi) bilan bir qatorda 48-55 yil davom etadigan «katta» sikllar ham bor, degan xulosaga kelgan.
6.	<i>O'rta muddatli sikl</i>	<i>Interval run fluctuations</i>	<i>Среднесрочные циклы</i>	aynan iqtisodchilarning aksariyati o'rgangan va o'rganayotgan sikldir. Davlatning makroiqtisodiy siyosati asosan

				shu siklni tartibga solishga qaratilgan bo'ladi. Avval aytib o'tilganidek, o'rta muddatli sikllarning asosiy sababi asosiy kapitalning yangilanishida deb hisoblanadi.
--	--	--	--	--

15 – MAVZU: ISHSIZLIK

Mavzuning o'quv maqsadi:

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

Tushunchalar va tayanch iboralar

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

Asosiy savollar

1. Ishsizlik tushunchasi va uning turlari
2. Ishsizlikni keltirib chiqaruchi sabablar
3. Ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlar.
4. Ishsizlik bo'yicha davlat siyosati: klassik va keynscha yondashuvlar.

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

1. Ishsizlik tushunchasi va uning turlari

Ishsizlikning foydasi borligiga uni boshidan kechirmaganlar ko'proq ishonadilar.

Jon Gelbreyt, amerikalik iqtisodchi va diplomat

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

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

$$\text{Ishsizlik darajasi} = \frac{\text{ishsizlar soni}}{\text{ishchi kuchi soni}} \times 100\%.$$

Bunda ishsizlar soni tegishli organ va institutlar tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlar (masalan, ko'pchilik mamlakatlarda mehnat birjalarining statistikasi) asosida hisoblanadi, ishchi kuchi esa mamlakatdagi Yalpi aholi soni hamda quyidagi ayrim aholi guruhlarining ayirmasi sifatida aniqlanadi¹.



- ♦ mehnatga layoqatli yoshga yetmagan shaxslar;
- ♦ maxsus muassasalarda saqlanayotgan shaxslar (qamoqxonalar, ruhiy kasalliklar shifoxonalarida va hokazo);
- ♦ ishchi kuchi tarkibidan chiqib ketgan shaxslar (nafaqachilar, mehnat layoqatini yo'qotganlar va hokazo).

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

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

Ishsizlik uch xil bo'ladi:

- ♦ friksion (ko'ngilli);
- ♦ tarkibiy;
- ♦ siklik (davriy).

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 594.



Friksion ishsizlik – ishsizlikning bu turi ko'ngilli ishsizlikdir.

Friksion ishsizlikni quyidagi sabablar keltirib chiqaradi:

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

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

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

Ko'ngilli ishsizlik ish qidirish va kutish bilan bog'liqdir.

«Friksion» atamasi mehnat bozorida ma'lum bir tebranishlar bo'lib turishini, mehnat bozorida muvozanatga bir zumda erishib bo'lmashligini ta'kidlaydi.



Ammo bu oddiy me'yordagi emas, balki ijobiy holatdir, chunki friksion ishsizlikning mavjudligi mehnat bozorining moslashuvchanligini va uning har bir ishtirokchisi o'z hatti-harakatlarida tanlov

erkinligiga ega ekanligini ko'rsatadi: keng ijtimoiy siyosat yuqoriroq haq to'lanadigan yoki yanada qiziqarliroq ish qidirish holatida uzoqroq qolish imkoniyatini beradi, bu esa davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining katta yutug'i hisoblanadi.

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

Ma'lumki, mehnatga bo'lgan talab hosilaviy xarakterga egadir. U mazkur mehnat turi qaysi tovar yoki xizmatni ishlab chiqarishda yoki ko'rsatishda qo'llanilsa, shu tovar yoki xizmatga bo'lgan talabga bog'liqdir. Demak, iqtisodiydagi tarkibiy o'zgarishlar ishchi kuchiga bo'lgan talabda ham tarkibiy o'zgarishlar yuz berishiga olib keladi. Masalan, biror bir tarmoq tarkibiy inqirozda bo'lsa, shu tarmoq xodimlarining mehnatiga bo'lgan talab ham keskin qisqaradi. Ayni paytda mehnatga bo'lgan talab avvalgi darajada qolib, mehnatga bo'lgan talabdan orta boshlaydi, natijada tarkibiy ishsizlik vujudga keladi.

Tarkibiy ishsizlik haqida so'z ketganda, odatda eskirgan kasb egalariga xos bo'lgan ishsizlik misol qilib keltiriladi. Ular «o'layotgan» tarmoq vakillari bo'ladilar yoki ishlab chiqarishning boshqa omillari ta'sirida siqib chiqariladilar. Masalan, mehnatning o'rnini kapital bosishi mumkin, natijada mehnatga bo'lgan talab susayadi.



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

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

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

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

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

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

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

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

Friksion va tarkibiy ishsizliklarning yig'indisi **tabiiy ishsizlik** deb ataladi¹.

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

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

Ishsizlikning tabiiy darajasi ba'zan *to'liq bandlik* yoki *ishsizlikning nolga teng darajasi* deb ataladi. Ushbu ta'rifda ishsizlikning

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 596.

mazkur darajasi potensial YalMga, ya'ni to'liq bandlik holatidagi YalMga erishish imkonini berishi ta'kidlanmoqda. Uni grafik shaklda iqtisodiyotda resurslarning, shu jumladan, mehnat resurslarining to'liq bandlik darajasini xarakterlovchi Yalpi taklif egri chizig'ining vertikal qismida ko'rish mumkin.

Ishsizlikning tabiiy darajasi shuningdek ishsizlikning inflyatsiyani tezlashtirmaydigan darajasi (**NAIRU - not-accelerating-inflation-rate-of unemployment**) deb ham ataladi. Bu nom mashhur maqsadlar dilemmasining - inflyatsiyaga qarshi kurash yoki ishsizlikka qarshi kurash muammosining tahlilidan ham kelib chiqadi. Qisqa muddatli oraliqlarda bu ikk vazifani bir paytda bajarishning imkoni yo'q.

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

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

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

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

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

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

- ◆ kasaba uyushmalarining mavqei (pozisiyalari) - (kuchli kasaba uyushmalari mehnat bozoriga davlatning yuqori ijtimoiy nafaqalaridek ta'sir ko'rsatadi);

- ◆ ishchi kuchining demografik tarkibining o'zgarishi (ishchi kuchi tarkibida ayollar va yoshlar ko'payib bormoqda, vaholanki ular

frikcion ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan shaxslardair: tug'ruq ta'tillari, o'qitish va hokazo).

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

Siklik ishsizlik - iqtisodiy siklning so'nish bosqichi tufayli vujudga kelgan ishsizlikdir. So'nish bosqichida ishlab chiqarishning faolligi susayadi, ayrim korxonalar yopiladi, natijada ishsizlik ortadi. Ishsizlikning amaliy va tabiiy darajalari o'rtasidagi farq siklik ishsizlik ko'rsatkichini tashkil qiladi¹.

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

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



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

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

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 597.

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

2. Ishsizlikni keltirib chiqaruchi sabablar

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

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

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

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

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

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

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

3. Ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlari

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

Ouken qonuni quyidagicha: agar ishsizlikning amaldagi darajasi ishsizlikning tabiiy darajasidan 1 foizga yuqori bo'lsa, joriy YaIMning potensialYaIM ko'rsatkichdan ortda qolishi 2,5 foizni tashkil qiladi. Boshqacha qilib aytganda, siklik ishsizlikning har bir foizi YaIM bo'yicha 2,5 foiz ortda qolishga sabab bo'ladi. Masalan, berilgan muddat (yil) mobaynida siklik ishsizlik 3 foizni tashkil qilgan bo'lsa, joriy YaIMning potensialYaIM ko'rsatkichdan ortda qolishi 7,5 foizga tengdir. 2,5 soni *Ouken soni*, *Ouken parametri* (ko'rsatkichi) yoki *Ouken koeffitsienti* deb ataladi. Statistikaning ko'rsatishicha, bu koeffitsient turli mamlakatlarda va turli davrlarda 2 bilan 3 orasida o'zgarib turishi mumkin. Uning qiymati mehnat omilining mahsulotni ishlab chiqarishdagi ahamiyatiga bog'liqdir.

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

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

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

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

Ishsizlikning ijtimoiy oqibatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ◆ ijtimoiy tushkunlikning o'sib borishi;
- ◆ ruhiy tanglikning o'sishi;

♦ ijtimoiy faollik ko'rinishlarining kuchayishi (namoyishlar, mitinglar, ommaviy chiqishlar); ♦ jinoyatchilikning o'sishi va hokazo.



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

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

Davlatning ishsizlikka nisbatan olib boradigan siyosatiga kelsa, bu yerda bir xil nuqtai nazar yo'qligini aytib o'tish joizdir. Ishsizlikka va uni tartibga solish masalalariga klassik va keynscha yondashuvlar mavjuddir. Bu qarashlar mehnat bozori faliyatini klassiklar va keyn-schilar tomonidan turlicha tushunishga asoslangan.

Klassik maktabda mehnat bozoridagi muvozanat g'oyasi hukm-ronlik qiladi. Har qanday bozordagi kabi, mehnat bozorida ham, agar u o'z holiga tashlab qo'yilsa, muvozanat yuzaga keladi, iqtisodiyot esa uzoq muddat mobaynida to'liq bandlik darajasiga, ya'ni tabiiy ishsizlik darajasiga intiladi. Ishlab chiqarishning tabiiy darajasi gipo-tezasi (ishsizlikning tabiiy darajasi) amerikalik iqtisodchi M.Frid-menga mansubdir. Agar so'nish davrida ishsizlik ortsa, buni vaqtin-chalik holat deb baholash lozim, jonlanish boshlangach, mehnat bozori o'zining tabiiy holatiga – to'liq bandlik darajasiga qaytadi.

Keyns maktabi vakillari tabiiy daraja gipotezasini inkor qiladilar va unga muqobil ravishda ishsizlikning gisterezisi konsepsiyasini ilgari suradilar.

Iqtisodiyotda gisterezis (yunon. «gisterezis» - ortda qolish) – ayrim makroiqtisodiy chora-tadbirlarning uzoq vaqt saqlanib qoluvchi oqibatlari, boshqacha qilib aytganda, tabiiy darajaga qaytmasligidir.

So'nish davridan so'ng, jonlanish davri kirib kelsa, ya'ni ishsiz-likning dastlabki darajaga qaytishi uchun barcha sharoitlar yuzaga kelsa

ham, bu nAPSa amalga oshmasligi ham mumkin, chunki soʻnish davrida ishchi kuchi sifat jihatdan oʻzgargan boʻlishi (ishchilar mehnat koʻ-nikmalarini yoʻqotgan boʻlishlari, ishlashdan chiqib qolgan boʻlishlari) mumkin, yaʼni bu maktab tabiiy daraja gipotezasini inkor qiladi.

Mehnat bozoriga va ishsizlik muammosiga nisbatan turlicha qarashlar davlatning ishsizlikni tartibga solishga qaratilgan iqtisodiy siyosatiga nisbatan turli xulosalarga olib keladi.

Klassik maktab vakillari davlatning mehnat bozori faoliyatiga qisman aralashuvi tarafdorlaridir: davlatning passivligi bozorning oʻz-oʻzini tartibga solish kuchlari toʻliq namoyon boʻlishiga imkon beradi. Keyns maktabi vakillari mehnat bozoridagi gisterezis va qiyinchiliklarni rad etmagan holda, davlatning ish oʻrinlarini tashkil qilish va iqtisodiyotda bandlik muammolarini hal qilish orqali toʻlovga layo-qatli talabni tartibga solishga qaratilgan faol aralashuvini yoqlaydilar.

Nazorat savollari

1. Makroiqtisodiy beqarorlik yoki bozor iqtisodiyoti rivojlanishining davriyligi deb nimaga aytiladi?
2. Ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini tavsiflang.
3. Friksion ishsizlikni qanday sabablar keltirib chiqaradi?
4. Friksion va tarkibiy ishsizlikning umumiy jihatlari?
5. Friksion va tarkibiy ishsizlik oʻrtasida tafovutlar

Mustaqil ish mavzulari

1. Oʻrganilayotgan mamlakatlarda mehnat bozori faoliyati qanday shakllangan?
2. Oʻrganilayotgan mamlakatlarda ishsizlikning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini tavsiflang.

AMALIY MASHGʻULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

Masalalarni yechilishi boʻyicha namunalar

1-masala

Quyidagi maʼlumotlar asosida ishsizlik darajasini aniqlang:

Yalpi aholi – 450 ming kishi, jumladan:

16 yoshgacha bolalar – 80 ming kishi;

–pensionerlar – 60 ming kishi, shundan 10 ming kishi hali ishlaydi;

–ishsizlar - 13 ming kishi;

–muddatli harbiy xizmatda– 5 ming kishi;

–litsey va kollej talabalari – 20 ming kishi;

–uy bekalari - 5 ming kishi;

2-masala:

Shartli iqtisodiy tizimda aholi soni tarkibi to 'g'risidagi quyidagi ma'lumotlar mavjud edi:

–ishchi kuchi soni – 350 mln. kishi,

–ishsizlar – 30 mln. kishi, jumladan:

–15 mln. kishi korxona bankrotligi natijasida ishsiz bo'lib qoldi,

– 3 mln. kishi yangi kasbni o'rganadi;

–3 mln. kishi ishlab chiqarish qisqartirilgani natijasida ishdan bo'shatilgan;

– 5 mln. kishi korxona yangi faoliyat turiga o'tganligi tufayli ishdan bo'shatildi;

–4 mln. kishi ishlamaydi, chunki yosh bolalari va qari ota-onalari mavjud.

Tabiiy va haqiqiy ishsizlik darajasini hisoblang. Ouken qonunidan foydalanib, agar potensial YaIM 4 mlrd. pul birligini tashkil etgan bo'lsa, YaIMning uzilishini aniqlang.

3-masala

Shartli mamlakatda quyidagi ishsizlik ko'rsatkichlari mavjud edi:

– friksion - 3%;tarkibiy -3%;davriy -10%.

Nominal YaIM 27600 pul birligini tashkil etdi, Ouken koeffisienti esa 2,5% ga teng. YaIMning uzilishi miqdorini aniqlang.

Yechish:

Haqiqiy ishsizlik darajasi quyidagicha topiladi:

friksion (3%) + tarkibiy (3%) va davriy (10%) = 16%

Tabiiy ishsizlik darajasi quyidagichatopiladi:

friksion (3%) + tarkibiy (3%) = 6%

Potensial YaIMni Ouken qonunining matematik ko'rinishidan foydalangan holda topamiz:

Haqiqiy YaIM = potensial YaIM $\times \gamma_1 - \frac{(U_1 - U_2) \times k}{100\%}$, ∞_f

bu yerda, U_1 – haqiqiy ishsizlik darajasi; U_2 – tabiiy ishsizlik darajasi; k - Oukena koeffitsenti. Ma'lumotlarni formulaga qo'yib, potensial YaIMni topamiz.

27600 = Potensial YaIM $\times \gamma_1 - \frac{(16 - 10)2,5}{100}$, ∞_f

$$27600 = \text{Potensial YaIM} \times 0,85$$

$$\text{Potensial YaIM} = 27600 : 0,85 = 32470 \text{ (pul birl.)}$$

Agar haqiqiy ishsizlik tabiiy darajadan oshmasa, YaIM 32470 pul birligini tashkil etar edi. Davriy ishsizlik mavjudligi sababli iqtisodiyot 4870 pul birligi (32470-27600) qiymatidagi YaIMga ega bo'la olmagan.

2-ilova

Mustaqil ishlash uchun masalalar

1. Iqtisodiyot quyidagi ma'lumotlar bilan ifodalangan: aholining umumiy soni 650 kishi, mehnatga layoqatli bo'lmagan yoshdagi aholi soni 140, ishsizlar soni 19, ishchi bilan band aholi soni 380 bo'lsa ishsizlik darajasini toping.

2. Aholi soni 200 mln kishi. Ish bilan bandlar soni 112 mln. kishi, mehnatga layoqatli yoshdagi aholi soni 160 mln. kishi, friksion ishsizlar 6 mln. kishi, tarkibiy ishsizlar 2 mln. kishi, davriy ishsizlar esa 5 mln. kishini tashkil etgan. Ishsizlikning haqiqiy darajasi uning tabiiy darajasidan 4 %ga yuqori. Potensial YaIM 2500 shartli birlikka teng. YaIMning siklik ishsizlik dinamikasiga ta'sirchanlik koeffitsienti 2,4.

Topilsin:

A) ishsizlikning tabiiy va haqiqiy darajasi;

B) haqiqiy YaIM hajmi.

3-ilova

1. Muammoli vazifa

Mamlakat aholisi 12 mln. ulardan 8 mln. mehnat qilish yoshida.

Mamlakatdagi ishsizlik quyidagi omillar bilan tavsiflanadi:

Ishlab chiqarish tarkibini o'zgartirish natijasida 240 ming kishi o'z ish joylarini yo'qotdilar, ular

birjadan ro'yhatdan o'tgan;

Qishloq joylarda 500 ming aholi yollanma ishga ega emas va o'z shaxsiy xo'jaliklarida ishlaydilar.

Topshiriq.

1. Mamlakatdagi ishsizlik darajasini aniqlang, ularni shakllarini aniqlang, ushbu ishsizlik YAMM

hajmiga qaysi tarzda ta'sir qiladi. Ishsizlik hajmini pasaytirish kerakmi;

2. Ishsizlik darajasini qisqarishiga yordam beruvchi omillarni sanang.

Mustaqil ish uchun test

1. Ouken qonuniga ko'ra amaliy ishsizlikning tabiiy darajadan 3 foiz ortiq bo'lishi amaliy YaIM hajmining potentsial ko'rsatkichdan:

- a) 7,5 foiz ortiq bo'lishini bildiradi;
- b) 3 foiz ortiq bo'lishini bildiradi;
- c) 4 foiz ortiq bo'lishini bildiradi;
- d) 5 foiz ortiq bo'lishini bildiradi;
- e) 6 foiz ortiq bo'lishini bildiradi.

2. Iqtisodiyotdagi so'nish tufayli ishsiz qolganlar ishsizlikning quyidagi toifasiga mansub bo'ladilar:

- a) friksion ishsizlik;
- b) tarkibiy ishsizlik;
- c) siklik ishsizlik;
- d) barcha javoblar noto'g'ri.

3. Ishsizlik deganda...

a) O'ziga ish topolmasdan, mehnat zahirasi armiyasiga aylangan aholining iqtisodiy faol qismi tushuniladi;

b) mehnatga layoqatli bo'lib, ishlashni xohlagan, lekin ish bilan ta'minlanmaganlar tushuniladi;

c) ish qidirayotgan yoki yaqin vaqt ichida ish bilan ta'minlashini kutayotgan aholi tushuniladi;

d) Ishchi kuchiga bo'lgan talab va taklifning nomuvofiqligi natijasida vujudga kelgan aholi tushuniladi;

e) barcha javoblar to'g'ri.

4. Friksion ishsizlik deganda:

a) iste'molchilik talabi va texnologiyadagi turli hududlarda, turli soha va ish turlariga ishchi kuchining talab va taklif nomuvofiqligi natijasida vujudga kelgan ishsizlik tushuniladi;

b) iqtisodiy siklning inqiroz fazasi bilan bog'liq ravishda vujudga keladigan ishsizlik tushuniladi;

c) ish joylarini o'zgartirish tufayli ishdan bo'shab qolib, malakasiga mos ish qidirayotgan va ish o'rinlari bo'shashini kutayotgan ishsizlar tushuniladi;

d) ishlashni xohlamaydigan ishsizlar tushuniladi;

e) barcha javoblar to'g'ri.

f)

5. Tarkibiy ishsizlik deganda:

a) ish joyini o'zgartirish tufayli ishdan bo'shab qolib, malakasiga mos ish qidirayotgan va ish o'rnlari bo'shashini kutayotgan ishsizlar tushuniladi;

b) iste'molchilik talabi va texnologiyaning o'zgarishi tufayli turli hududlarda turli soha va ish turlariga ishchi kuchining talab va taklifga nomuvofiqligi natijasida vujudga kelgan ishsizlik tushuniladi;

c) iqtisodiy siklning inqiroz fazasi bilan bog'liq ravishda vujudga kelgan ishsizlik tushuniladi;

d) ishlashni xohlamaydigan ishsizlar tushuniladi;

e) to'g'ri javob yo'q.

6. Siklik ishsizlik deganda...

a) iqtisodiy siklning inqiroz fazasi bilan bog'liq ravishda vujudga kelgan ishsizlik tushuniladi;

b) ish joyini o'zgartirishi tufayli ishdan bo'shab qolib malakasiga mos ish qidirayotgan va ish o'rnlari bo'shashini kutayotgan ishsizlar tushuniladi;

c) iste'molchilik talabi va texnologiyaning o'zgarishi tufayli turli hududlarda turli soha va ish turlariga ishchi kuchining talab va taklifga nomuvofiqligi natijasida vujudga kelgan ishsizlik tushuniladi;

d) ishlashni xohlamaydigan ishsizlar tushuniladi;

e) barcha javoblar to'g'ri.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Ishsizlik</i>	<i>Unemploy- ment</i>	<i>Безрабо- туца</i>	bu mamlakat aholisining mehnatga layoqatli yoshga yetgan, ishlamaydigan va qonunchilikka ko'ra belgilangan muddat davomida ish qidirayotgan shaxslardan iborat qismidir.
2.	<i>Friksion ishsizlik</i>	<i>Frictional unemploy</i>	<i>Фрикцион- ная</i>	ishsizlikning bu turi ko'ngilli ishsizlikdir. Ko'ngilli ishsizlik

		<i>ent</i>	<i>безрабо- тица</i>	ish qidirish va kutish bilan bog'liqdir. «Friksion» atamasi mehnat bozorida ma'lum bir tebranishlar bo'lib turishini, mehnat bozoridagi muvozanatga bir zumda erishib bo'lmashligini ta'kidlaydi.
3.	<i>Tarkibiy ishsizlik</i>	<i>Structural unemploy- ment</i>	<i>Структур ная безрабо- тица</i>	ishsizlikning bu turi iqtisodiyotning tarkibiy o'zgarishlariga, demak, ishchi kuchiga bo'lgan talabning tarkibiy o'zgarishiga bog'liqdir.
4.	<i>Tabiiy ishsizlik</i>	<i>Natural unemploy- ment</i>	<i>Естест- венный уровень безрабо- тицы</i>	Friksion va tarkibiy ishsizliklarning yig'indisi. «Tabiiy ishsizlik» atamasi ushbu darajaning me'yorda ekanligini, iqtisodiyotga ichdan xos ekanligini ta'kidlash uchun ishlatiladi. Bu ishsizlikning eng yaxshi darajasidir. Bir tomondan, uning darajasi resurslarning bandlik muammosi haqida gapiradigan darajada yuqori bo'lmaydi, ikkinchi tomondan, u mehnat bozorining moslashuvchanligini ta'minlash va sog'lom raqobat elementlarini hosil qilish uchun yetarlidir.
5.	<i>ishsizlik - ning inflyat- siyani tezlash- tirmay- digan darajasi</i>	<i>NAIRU- not- acceleratin g-inflation- rate-of unemploy- ment</i>	<i>Естест- венный уровень безрабо- тицы</i>	Ishsizlikning tabiiy darajasi. Bu nom mashhur maqsadlar dilemmasining - inflyatsiyaga qarshi kurash yoki ishsizlikka qarshi kurash muammosining tahlilidan ham kelib chiqadi. Qisqa muddatli oraliqlarda bu ikki vazifani bir paytda

				bajarishning imkoni yo'q.
6.	<i>Siklik ishsizlik</i>	<i>Cyclic unemploy- ment</i>	<i>Цикличная безрабо- тица</i>	iqtisodiy siklning so'nish bosqichi tufayli vujudga kelgan ishsizlikdir. So'nish bosqichida ishlab chiqarishning faolligi susayadi, ayrim korxonalar yopiladi, natijada ishsizlik ortadi. Ishsizlikning amaliy va tabiiydarajalari o'rtasidagi farq siklik ishsizlik ko'rsatkichini tashkil qiladi. Siklik ishsizlik - salbiy iqtisodiy hodisadir. Uning borligi iqtisodiyotning to'liq bandlik darajasida faoliyat ko'rsatmayotganligini, demak, YalMning potentsial darajasiga erishilmayotganligini bildiradi.
7.	<i>Ouken qonuni</i>	<i>Law of Oaken</i>	<i>Закон Оукена</i>	agar ishsizlikning amaldagi darajasi ishsizlikning tabiiy darajasidan 1 foizga yuqori bo'lsa, joriy YalMning potentsialYalM ko'rsatkichdan ortda qolishi 2,5 foizni tashkil qiladi. Boshqacha qilib aytganda, siklik ishsizlikning har bir foizi YalM bo'yicha 2,5 foiz ortda qolishga sabab bo'ladi.
8.	<i>Iqtisodiyotda gisterezis</i>	<i>Gisterezi- sin economy</i>	<i>Гистере- зис в экономике</i>	(yunon. «gisterezis» - ortda qolish) — ayrim makroiqtisodiy chora-tadbirlarning uzoq vaqt saqlanib qoluvchi oqibatlari, boshqacha qilib aytganda, tabiiy darajaga

				qaytmasligidir.
9.	<i>Klassik maktab vakillari</i>	<i>School of classics</i>	<i>Школа классиков</i>	Klassik maktab vakillari davlatning mehnat bozori faoliyatiga qisman aralashuvi tarafdorlaridir: davlatning passivligi bozorning o'z-o'zini tartibga solish kuchlari to'liq namoyon bo'lishiga imkon beradi.
10	<i>Keyns maktabi vakillari</i>	<i>School of Keynes</i>	<i>Школа Кейнса</i>	Keyns maktabi vakillari mehnat bozoridagi gisterezis va qiyinchiliklarni rad etmagan holda, davlatning ish o'rinlarini tashkil qilish va iqtisodiyotda bandlik muammolarini hal qilish orqali to'lovga layoqatli talabni tartibga solishga qaratilgan faol aralashuvini yoqlaydilar.

16 -MAVZU: INFLYATSIYA

Mavzuning o'quv maqsadi:

Talabalarda inflyatsiya tushunchasi va uning turlari, talab va taklif inflyatsiyasi, inflyatsiya va ishsizlik: Fillips egri chizig'i, hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati, inflyatsiyaning oqibatlarihaqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Inflyatsiya, keynschilar maktabi namoyondalari, neoklassik yondoshuv tarafdorlari, inflyatsiya darajasi, ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya, yashirin inflyatsiya, talab inflyatsiyasi, taklif inflyatsiyasi, kutilayotgan inflyatsiya, kutilmagan inflyatsiya, Fillips egri chizig'i, antiinflyatsiya siyosati

Asosiy savollar

1. Inflyatsiya tushunchasi va uning turlari
2. Talab va taklif inflyatsiyasi.
3. Inflyatsiya va ishsizlik: Fillips egri chizig'i
4. Hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati

Pul chop etish soliqqa tortishning bosh tortish eng qiyin bo'lgan va ayni paytda eng zaif, qo'lidan boshqa hech narsa kelmaydigan hukumatning ham qo'lidan keladigan shaklidir.

Jon M. Keyns, angliyalik iqtisodchi

Inflyatsiya umumjahon miqyosidagi iqtisodiy muammo sifatida XX asrda, oltin standartdan voz kechilib, davlat xarajatlarini moliyalashtirishning inflyatsion usuli keng tarqalgandan paytdan boshlab keskin namoyon bo'la boshladi. Barcha rivojlangan mamlakatlarda XX asr davomida narxlar oshib bordi. Inflyatsiya rivojlanayotgan mamlakatlarni egallab oldi, ularning ko'pchiligi giperinflyatsiya g'alayonlarini ham boshdan kechirdilar. Bir qator mamlakatlarning XX asr oxirida bozor iqtisodiyotiga o'tishi bu mamlakatlarda ham kuchli inflyatsion tendensiyalarni vujudga keltirdi. Inflyatsiya muammosi Rossiya uchun ham dolzarb muammo bo'lib qoldi. Bularning barchasi inflyatsion jarayonlarni, shuningdek, inflyatsiyaga qarshi siyosatni amalga oshirishning mumkin bo'lgan variantlarini tahlil qilishni taqozo etmoqda.

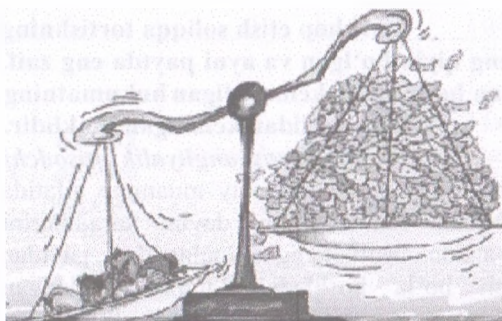
1. Inflyatsiya tushunchasi va uning turlari

Inflyatsiya - mamlakatda umumiy narxlar darajasining o'sishidir. Bu ta'rifda "umumiy" degan so'zga e'tibor qaratish lozim. Shuni nazarda tutish kerakki, inflyatsiya haqida so'z yuritganimizda bizni qandaydir ayrim bozorlardagi tovar yoki xizmatlarning narxi oshganligi emas, balki aynan narxlar darajasining umumiy o'sishi qiziqtiradi.

Inflyatsiya (lotincha inflatio - shishish, bo'rtish, taranglashish) - ma'lum davr mobaynida mamlakatda baholar o'rtacha (umumiy) darajasining barqaror o'sishi, pulning xarid qobiliyatini uzoq muddatli pasayishi.

Umuman olganda inflyatsiya pul muomalasi qonunlarining buzilishi shakli sifatida makroiqtisodiy muvozanatning buzilishini, talab va taklif nomutanosibligini anglatadi.

Keynschilar maktabi namoyondalari bunday nomutanosiblikning sababi to'liq bandlik sharoitida talabning haddan ziyod bo'lishida deb bilishadi. Boshqacha aytganda yalpi talabni ko'paytirish inflyatsiyaga olib kelmaydi deb hisoblashishadi.



Neoklassik yondoshuv tarafdorlari inflyatsiyaning manbai ishlab chiqarishning haddan ziyod o'sishida, ishlab chiqarish xarajatlarning ko'payishida deb bilishadi. Demak keynschilar inflyatsiyaga talab tomonidan, neoklassiklar esa taklif tomonidan yondoshishadi¹.

Inflyatsiya nafaqat pul muomalasining izdan chiqishi, balki butun takror ishlab chiqarish mexanizmining kasali, makroiqtisodiy buzilishlar natijasidir. Baholarning o'sishi, pul birligi xarid qobiliyatining pasayishidan tashqari inflyatsiya namoyon bo'lishining quyidagi uch belgisi ham bor. Bular:

- 1) valyuta kuruslarining o'zgarishi;
- 2) kredit berish shartlarining qimmatlashuv va muddatlarining qisqarishi tomon o'zgarishi;
- 3) kundalik ehtiyoj mollaridan iborat iste'mol savati bahosining o'sishi.

Inflyatsiya narx indeksleri - deflyator va iste'mol narxlar indeksi yordamida aniqlanadi.

¹ Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning. Page 645.

Narxlar oʻrtacha (umumiy) darajasining nisbiy oʻzgarishi **inflyatsiya darajasi (baholarning oʻsish surʼati)** deb ataladi. Makroiqtisodiy modellarda inflyatsiya darajasi quyidagicha ifodalanishi mumkin:

$$\pi = \frac{P - P_{-1}}{P_{-1}}$$

bunda: π – yillik inflyatsiya surʼati;

P – joriy yilning narxlar indeksi; P_{-1} – oʻtgan yilning narxlar indeksi.

Baʼzan inflyatsiyaion jarayonlarni rivojlanish darajasini aniqlashda “70 qoidasida” dan ham foydalaniladi. Bu orqali necha yildan soʻng mavjud inflyatsiya darajasi ikki marotaba koʻpayadi. Buning uchun 70 sonini mavjud inflyatsiya darajasiga boʻlish kerak. Masalan, inflyatsiya darajasi 10 foiz boʻladigan boʻlsa, uning ikkilanishi 7 yildan soʻng amalga oshadi.

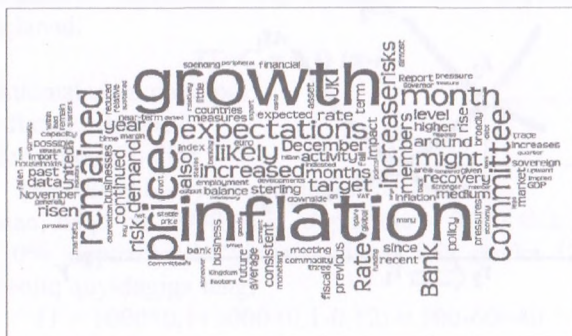
Namoyon boʻlishiga qarab inflyatsiya ikki koʻrinishda boʻladi:

1. Ochiq namoyon boʻluvchi inflyatsiya.

2. Yashirin inflyatsiya.

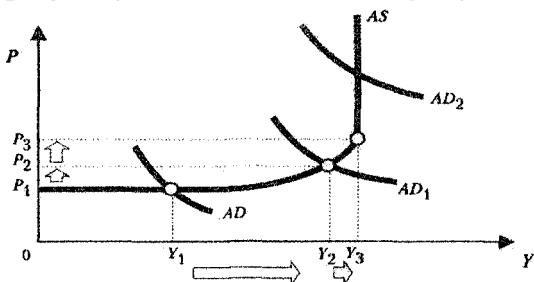
Ochiq namoyon boʻluvchi inflyatsiya – narxlar darajasining yuqori darajada oʻsib borishida namoyon boʻladi.

Yashirin inflyatsiya – bu shunday holatki, bunda narxlar, bozor darajasida boʻlishini taʼminlab turuvchilar (davlat) evaziga rasman oʻzgarmaydi, lekin tovar va xizmatlar sifatini pasayishi, defitsit vujudga kelishi natijasida narxlarning, pulning qadrsizlanishini namoyon boʻlishi yashirish inflyatsiyani namoyon boʻlayotganidan dalolat beradi.



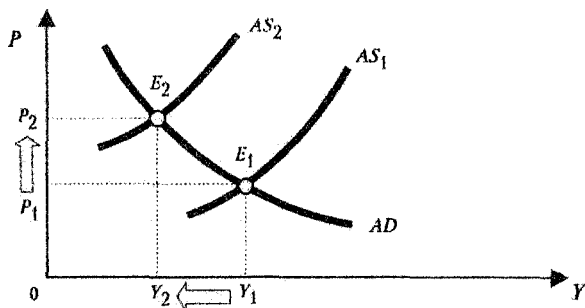
2. Inflyatsiyaning turlari. Talab va taklif inflyatsiyasi

Talab inflyatsiyasi iqtisodiyotda talab keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirish mumkin bo'lmay qolgan sharoitlarda kelib chiqadi. Ya'ni, to'liq bandlikka yaqin sharoitda iqtisodiyotning ishlab chiqarish imkoniyatlari o'sib borayotgan yalpi talabni qondiro olmaydi. Ortiqcha talab esa, real tovarlar bahosining ortishiga iqtisodiy bosim beradi va talab inflyatsiyasi kelib chiqadi.



1-rasm. Talab inflyatsiyasi

Taklif inflyatsiyasi bu, mamlakat iqtisodiyotida tovar va xizmatlar taklifining kamayishi natijasida tovar va xizmatlar baholarining oshishidan paydo bo'ladi. Bunday hollarda ortiqcha talab bo'lmasa ham tovarlarning baholari oshib boradi. Hatto ish bilan bandlik va YAIM ishlab chiqarish kamaygan yillari tovarlarning bahosi oshadi. Yalpi taklif qisqarishining asosiy sababi mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarning o'sishi hisoblanadi. Bunda nominal ish haqi, xom ashyo va yoqilg'i narxlarining oshishi natijasida ishlab chiqarish tannarxi ham oshadi.



2-rasm. Taklif inflyatsiyasi

Taklif inflyatsiyasining kelib chiqishiga, shuningdek, taklif mexanizmining buzilishi ham ta'sir qiladi. Taklif mexanizmi esa tasodifiy holda asosiy ishlab chiqarish omillari bahosining keskin ko'payishidan kelib chiqadi.

Amaliyotda talab va taklif inflatsiyalari bir-birlari bilan uzviy bog'liqdir. Iqtisodiyotda bir vaqtning o'zida ham talab va taklif inflatsiyalarini keltirib chiqaruvchi sabablar mavjud. Inflatsiyaning kelib chiqish manbalariga ko'ra sabablari mavjud. Monetar konsepsiya bo'yicha inflatsiya sof pul muomalasidagi jarayondir. Ortiqcha pul massasining paydo bo'lishi inflatsiyaning tipik ko'rinishidir.

Nomonetar konsepsiya bo'yicha pul bilan to'g'ridan-to'g'roi bog'liq bo'lmagan omillarga e'tibor berishadi. Masalan,

- Asosiy tovar va xizmatlar bozoridagi monopoliizm;
- Hayotiy muhim tovarlarni etarli darajada ishlab chiqarilmasligi sababli narxlarining oshib ketishi;
- Noto'g'ri iqtisodiy siyosat va x.k.

Senyoraj va inflatsion soliq

Davlat byudjeti defisitini inflatsion yo'l bilan, ya'ni ortiqcha pul emmisiya qilish orqali qoplanishi natijasida davlat o'iga xos daromad manbayiga ega bo'ladi, u senyoraj deb nomlanadi.

Senyoraj (seniorage, SE) – pul bosib chiqarish evaziga davlatning oladigan daromadi.

Senyoraj davlatning daromadi. Ushbu daromadni kim to'laydi?

Bu daromadni aholi to'laydi, inflatsiya natijasida aholi kambag'allashadi va tovar va xizmatlarni kam sotib oladi. Buning natijasida aholi inflatsion soliq to'laydi. (inflation tax, IT), uning stavkasi inflatsiya darajasiga teng. Inflatsion soliq quyidagi formula orqali aniqlanadi.

$$IT = C \pi + D (\pi - i)$$

C – muomaladagi naqd pul

π – inflatsiya darajasi

D – depozitdagi pullar

i – Depozitlar bo'yicha nominal foiz stavka

Masalan, naqd pul 1000 sh.b., depozitlar – 3000 sh.b., inflatsiya sur'ati - 10%, depozitlar bo'yicha nominal foiz stavka 12% bo'lsa, inflatsion soliq quyidagiga teng:

$$IT = 1000 * 0,1 + 3000 (0,1 - 0,12) = 100 - 60 = 40$$

Shunday qilib, naqd pul ko'rinishida saqlanadigan pulning ma'lum bir qismi inflatsiya natijasida to'liq qadrsizlanadi.

Inflyatsiyani real daromadlar darajasiga ta'siri u kutilayotgan yoki kutilmayotganiga ham bog'liq.

Inflyatsiyani iqtisodiy agentlar tomonidan tahlil qilish tamoyillariga qarab, kutilgan va kutilmagan inflyatsiyaga ajratish mumkin.

Kutilayotgan inflyatsiya – bunda iqtisodiy agentlar inflyatsiya darajasini yildan-yilga ma'lum darajada dinamik o'sishini oldindan biladilar.

Kutilmagan inflyatsiya – bunda narxlar kutilmaganda birdaniga yuqori darajada o'sib boradi va bu holat iqtisodiy agentlar uchun kutilmagan xolat bo'ladi.

Kutilayotgan inflyatsiya sharoitida daromad oluvchi inflyatsiyaning u olayotgan daromadga ta'sirini kamaytirish, ya'ni real daromadi darajasini saqlab qolish chorasini ko'radi.

Bu uchun Fisher tenglamasidan foydalanish mumkin:

$i = r + \pi_{\text{kut.}}$, bu yerda i -nominal foiz stavkasi; r - real foiz stavkasi; $\pi_{\text{kut.}}$ - kutilayotgan inflyatsiya darajasi.

Inflyatsiya sur'ati 10 foizdan oshganda Fisher tenglamasi quyidagi ko'rinishni oladi:

$$i - \pi_{\text{kut.}} \\ r = \frac{i - \pi_{\text{kut.}}}{1 + \pi_{\text{kut.}}}$$

Kutilmagan inflyatsiya daromadlarni debitorlar va kreditorlar o'rtasida kreditorlar foydasiga qayta taqsimlaydi. Shuningdek kutilmagan inflyatsiya daromadlarni qayd qilingan daromad oluvchilar va qayd qilinmagan daromad oluvchilar o'rtasida keyingilari foydasiga qayta taqsimlaydi. Talab va taklif inflyatsiyasini qat'iy chegaralash qiyin. Ba'zida bu ikki turdagi inflyatsiya bir-biri bilan qo'shilib ketadi.

Agarda taklif inflyatsiyasi ishlab chiqarishni to'xtatib qolishi va YAIMni ortda qolishi bilan birga bo'ladigan bo'lsa bu holat **stagflyatsiya** deyiladi.

3. Inflyatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liklik.

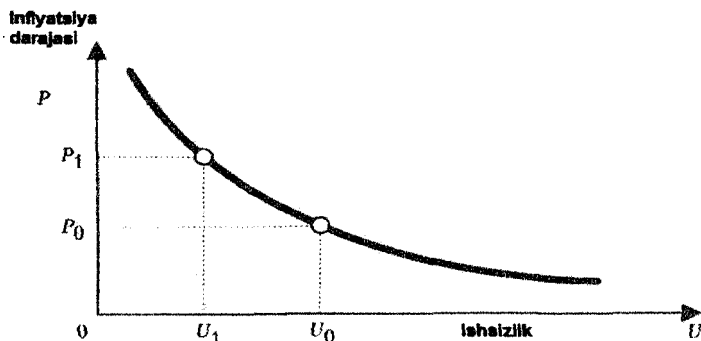
Fillips egri chizig'i

Iqtisodiyot o'z rivojlanishida potensial darajaga yaqinlashgan shariotda yoki bandlilik darajasini oshirish yoxud inflyatsiya

darajasini pasaytirish kabi muqobil variantlardan birini tanlashga majbur bo'linadi. Chunki qisqa muddatli davrda ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud. Ishsizlik va inflyatsiya ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ingliz iqtisodchisi A.V.Fillips tomonidan aniqlangan va **Fillips egri chizig'i** (1 -chizma) deb ataladi.

Fillips egri chizig'i ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasidagi teskari bog'liqlikni xarakterlaydi.

Mamlakat iqtisodiyotining xususiyatiga ko'ra, shuningdek, inflyatsiyaning qaysi turi mavjudligiga qarab Fillips egri chizig'idagi inflyatsiya va ishsizlik darajalarining kombinatsiyasi farq qilishi mumkin. Bunday tanlov kutilayotgan inflyatsiyaning sur'atiga bog'liq. Kutilayotgan inflyatsiya darajasi qanchalik yuqori bo'lsa ishsizlikning har qanday darajasida (sur'ati past bo'lgan inflyatsiya darajasiga nisbatan) haqiqiy inflyatsiya darajasi yuqori bo'ladi.



1-chizma. Fillips egri chizig'i

Ouken qonuniga ko'ra YalMning uzilishi, ya'ni $(Y_h - Y_p) / Y_p$ miqdor davriy ishsizlikning o'zgarishiga bog'liqligi sababli qisqa muddatli Fillips egri chizig'ini tenglamasini quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$\pi = \pi_{kut} - \beta [u - u^*] + \varepsilon$$

Bu yerda: u^* – ishsizlikning tabiiy darajasi; u – ishsizlikning haqiqiy darajasi. $\beta - 2.5$; ε – tashqi narx shoki (taklif inflatsiyasi)

Hukumat Fillips egri chizig'iga asoslanib, qisqa davr uchun, iqtisodiy siyosat maqsadlaridan kelib chiqib ishsizlik va inflyatsiya darajalarining istalgan kombinatsiyasini tanlashi mumkin¹.

¹ D.Ahmedov, A.E.Ishmuxammedov. Makroiqtisodiyot. Darslik. T.: 2004 y.

4. Hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati

Hukumatning inflyatsiyaga qarshi siyosati - narxlar umumiy darajasini barqarorlashtirish, inflyatsion keskinlikni yumshatishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy siyosat.

Antiinflyatsiya siyosati inflyatsiyani yuzaga keltirgan sabablarni tugatishga qaratilgan faol va inflyatsiya sharoitlariga moslashishga qaratilgan passiv ko'rinishda bo'lishi mumkin.

Antiinflyatsiya siyosati o'z ichiga quyidagilarni oladi:

–yalpi talabni tartibga solish;

–yalpi taklifni tartibga solish.

Keynschi iqtisodchilar birinchi yo'nalish tarafdorlari bo'lib, ular davlat buyurtmasi va arzon kredit hisobiga samarali talabni shakllantirish asosida yalpi taklif darajasini ko'tarish mumkin deb hisoblashadi. Hukumatnin bu tadbirlar iqtisodiy pasayishni qisqartiradi va ishsizlikni kamaytiradi.

“Antiinflyatsiya siyosatining monetaristik yo'nalishi tarafdorlari keyinchalik, keynschilarning inflyatsiyaga qarshi kurash bo'yicha takliflari doimo samara beravermagach va kamchiliklari yuzaga chiqib qolgach yuzaga keldi. Jumladan, bir qator mamlakatlarda davlat qarzi haddan oshib ketdi. Bunday sharoitda monetaristlar radikal asilinflyatsiya usullarini taklif etishdi. Ular yalpi talabni konfiskatsiya tipidagi pul islohoti o'tkazish hisobiga cheklash va byudjet taqchilligini ijtimoiy dasturlarni qisqartirish kamaytirishni taklif etishdi”.

Monetaristlar inflyatsiya aynan pul bilan bog'liq hodisa bo'lganligi sababli shok terapiyasi pul massasining o'sish sur'atlarini keskin qisqartiradi va inflyatsiya sur'atlarini tushiradi deb hisoblashadi. Ammo bunda ishlab chiqarish keskin pasayishi va bandlilik qisqarishi mumkin.

Nazorat savollari

1. Inflyatsiyaning mohiyati faqatgina muomaladagi pul massasining ortiqchaligi bilan izohlanishi to'g'rimi?

2. Inflyatsiyani tushuntirib berishga keynschilarning va neoklassiklarning yondoshuvlari qanday farq qiladi?

3. Talab inflyatsiyasi qanday sodir bo'ladi?

4. Fillips egri chizig'i qaysi ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi? Bu bog'liqlik qanday tavsiflanadi?

Mustaqil ish mavzulari

1. O'rganilayotgan mamlakatlarda antiinflyatsiya siyosatining mohiyatini tushuntirib bering.
2. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida inflyatsiyaga qarshi kurash siyosatining xususiyatlari nimada?

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

Blis-sorovnoma

1. Inflyatsiyaning mohiyati faqatgina muomaladagi pul massa-sining ortiqchaligi bilan izohlanishi to'g'rimi?
2. Inflyatsiyani tushuntirib berishga keynchilarning va neoklas-siklarning yondoshuvlari qanday farq qiladi?
3. Talab inflyatsiyasi qanday sodir bo'ladi?
4. Fillips egri chizig'i qaysi ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liq-likni ko'rsatadi? Bu bog'liqlik qanday tavsiflanadi?
5. Antiinflyatsiya siyosatining mohiyatini tushuntirib bering.
6. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida inflyatsiyaga qarshi kurash siyosatining xususiyatlari nimada?

2-ilova

1. 2015 yilda iste'mol narxlari 2014 yilga nisbatan 125 %ni, 2016 yilda esa 2000 yilga nisbatan 140 foizni tashkil qildi. Topilsin:
 - a) 2016 yilda 2015 yilga nisbatan inflyatsiya darajasini;
 - b) inflyatsiya sur'atini barqaror deb hisoblasak necha yilda baholar ikki martaga ortishini.

2. Iqtisodiyot quyidagi ko'rsatkichlar vositasida tasvirlangan:

Yillar	Inflyatsiya darajasi	Nominal foiz stavkasi
1	3%	8%
2	8%	3%

Ikkinchi yilda birinchi yilga nisbatan real foiz stavkasi qancha miqdorga ko'payganligini toping.

1. Aytaylik iste'mol narxlari indeksi 2014 yili 301ga, 2015 yili esa 311 ga teng bo'lgan bo'lsin. Bazis yili hisoblangan 1990 yilda inflyatsiya darajasi 4 % ni tashkil etgan. Zarur hisob-kitoblar yordamida 2015 yilda haqiqiy inflyatsiya darajasi 4 %dan kam bo'lganligini, baholar esa 1990 yilga nisbatan 211 %ga yuqori bo'lganini isbotlang.

**B.B.B.” usuli asosida bilimlarni aniqlash bo‘yicha
tushuncha va atamalar**

№		Bilaman	Bilishni xohlayman	Bildim
1	2	3	4	5
1	Inflyatsiya			
2	Inflyatsiya darajasi			
3	Ochiq namoyon bo‘luvchi inflyatsiya			
4	Yashirin inflyatsiya			
5	Talab inflyatsiyasi			
6	Taklif inflyatsiyasi			
7	Kutilayotgan inflyatsiya			
8	Kutilmagan inflyatsiya			
9	Fillips egri chizig‘i			
10	Antiinflyatsiya siyosati			
11	Yalpi talabni tartibga solish			
12	Yalpi taklifni tartibga solish			

Muammoli savollar

1. Antiinflyatsiya siyosatining mohiyatini tushuntirib bering.
2. Inflyatsiyani tushuntirib berishga keyinchilarning va neoklas-siklarning yondoshuvlari qanday farq qiladi?
3. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida inflyatsiyaga qarshi kurash siyosatining xususiyatlari nimada?
4. Inflyatsiya namoyon bo‘lishining asosiy belgilari.

Testlar

1. Aytaylik iste’mol savatiga faqat shakar va go’sht kirsin. Jadvalda bu tovarlarni ishlab chiqarish hajmi va narxi keltirilgan. 2015 - yil bazis yili bo‘lsa 2016 -yil uchun YAI m deflyatori va iste’mol narxlari indeksini aniqlang.

Yillar	Ishlab chiqarish (sh.b.)		Bir sh.b. mahsulot bahosi (pul. birl.)	
	shakar	go’sht	shakar	go’sht

2015	730	930	500	2700
2016	700	990	650	3200

2. Agar iste'mol baholari indeksi o'tgan davrga nisbatan o'sgan bo'lsa, unda YAIM deflyatori:

- a) o'sadi;
- b) kamayadi;
- c) o'zgarmaydi;
- d) ko'payishi, kamayishi yoki o'zgarmasligi mumkin.

3. 2015 yilda 1992 yilga nisbatan istemol narxlar indeksi 500% ni, 2014 yilda esa 1992 yilga nisbatan 400% ni tashkil etdi. 2015 yildagi inflyatsiya sur'atini aniqlang.

- a) 25%;
- b) 400%;
- c) 20%;
- d) 100%.

4. Agar nominal daromad 5% ga , baho darajasi esa 10% oshsa, u holda real daromad:

- a) 2% ga oshadi;
- b) 5% oshadi;
- c) 2% ga kamayadi;
- d) 5% ga kamayadi.

5. Nominal foiz stavka 20% ga teng, inflyatsiya darajasi yiliga 15% ga teng bo'lganda, real foiz stavka nimaga teng bo'ladi?

- a) 5%;
- b) 75%;
- c) 35%;
- d) 10%.

6. Agarda potensial mahsulot ishlab chiqarish 550, xaqiqiy ishlab chiqarish esa 500 ga teng bo'lsa, unda YAMMdagi uzilish yoki orqada qolish nimaga teng?

- a) 9%;
- b) 5%;
- c) 10%;
- d) 1,1%.

7. Inflyatsiya sur'ati yiliga 4% teng bo'lsa, narxlar darajasi necha yildan keyin ikki baravarga o'sadi?

- a) 25 yildan keyin;

- b) 20 yildan keyin;
c) 17,5 yildan keyin;
d) 28 yildan keyin.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Inflyatsiya</i>	<i>Inflation</i>	<i>Инфля- ция</i>	mamlakatda umumiy narxlar darajasining o'sishidir. Inflyatsiya (lotincha inflatio - shishish, bo'rtish, taranglashish) - ma'lum davr mobaynida mamlakatda baholar o'rtacha (umumiy) darajasining barqaror o'sishi, pulning xarid qobiliyatini uzoq muddatli pasayishi. Umuman olganda inflyatsiya pul muomalasi qonunlarining buzilishi shakli sifatida makroiqtisodiy muvozanatning buzilishini, talab va taklif nomutanosibligini anglatadi.
2.	<i>Ochiq namoyon bo'luvchi inflyatsiya</i>	<i>Open inflation</i>	<i>Откры- тая инфляция</i>	narxlar darajasining yuqori darajada o'sib borishida namoyon bo'ladi.
3.	<i>Yashirin inflyatsiya</i>	<i>Closed inflation</i>	<i>Поддав- ленная инфляция</i>	bu shunday holatki, bunda narxlar, bozor darajasida bo'lishini ta'minlab turuvchilar (davlat) evaziga rasman o'zgar-maydi, lekin tovar va xizmatlar sifatini pasayishi, defitsit vujudga kelishi natijasida narxlarning, pulning qadrsizlanishini na-

				moyon bo'lishi yashirish inflyatsiyani namoyon bo'layotganidan dalolat beradi.
4.	<i>Talab inflyatsiyasi</i>	<i>Inflation of demand</i>	<i>Инфляция спроса</i>	iqtisodiyotda talab keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirish mumkin bo'lmay qolgan sharoitlarda kelib chiqadi. Ya'ni, to'liq bandlilikka yaqin sharoitda iqtisodiyotning ishlab chiqarish imkoniyatlari o'sib borayotgan yalpi talabni qondir olmaydi. Ortiqcha talab esa, real tovarlar bahosining ortishiga iqtisodiy bosim beradi va talab inflyatsiyasi kelib chiqadi.
5.	<i>Taklif inflyatsiyasi</i>	<i>Inflation of supply</i>	<i>Инфляция предложения</i>	bu, mamlakat iqtisodiyotida tovar va xizmatlar taklifining kamayishi natijasida tovar va xizmatlar baholarining oshishidan paydo bo'ladi. Bunday hollarda ortiqcha talab bo'lmasa ham tovarlarning baholari oshib boradi. Hatto ish bilan bandlik va YAIM ishlab chiqarish kamaygan yillari tovarlarning bahosi oshadi. Yalpi taklif qisqarishining asosiy sababi mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarning o'sishi hisoblanadi. Bunda nominal ish haqi, xom ashyo va yoqilg'i narxlarining oshishi natijasida ishlab chiqarish tannarxi ham oshadi.
6.	<i>Kutilayotgan inflyatsiya</i>	<i>Expected inflation</i>	<i>Ожидаемая инфляция</i>	bunda iqtisodiy agentlar inflyatsiya darajasini yildan-yilga ma'lum darajada dinamik o'sishini

				oldindan biladilar.
7.	<i>Kutilma- gan inflyatsiya</i>	<i>Unexpec- ted inflation</i>	<i>Неожиданная инфляция</i>	bunda narxlar kutilmaganda birdaniga yuqori darajada o'sib boradi va bu holat iqtisodiy agentlar uchun kutilmagan xolat bo'ladi.
8.	<i>Fillips egri chizig'i</i>	<i>Curve of Fillips</i>	<i>Кривая Филлипса</i>	Qisqa muddatli davrda ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud. Ishsizlik va inflyatsiya ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ingliz iqtisodchisi A.V.Fillips tomonidan aniqlangan. Fillips egri chizig'i ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasidagi teskari bog'likni xarakterlaydi.
9.	<i>Antiinfl- yatsiya siyosati</i>	<i>Policy against inflation</i>	<i>Антиинфляционная политика</i>	baholar umumiy darajasini barqarorlashtirish, inflyatsion keskinlikni yumshatishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy siyosat. Antiinflyatsiya siyosati inflyatsiyani yuzaga keltirgan sabablarni tugatishga qaratilgan faol va inflyatsiya sharoitlariga moslashishga qaratilgan passiv ko'rinishda bo'lishi mumkin.

17 - MAVZU: DAVLATNING MONETAR SIYOSATI

Mavzuning o'quv maqsadi:

Talabalarda pul-kredit siyosati, uning maqsadlari va oqibatlari, pul-kredit siyosatini o'tkazish mexanizmi, qattiq va yumshoq pul-kredit siyosati, davlat pul-kredit siyosatining asosi, monetar va fiskal siyosatning bir-biriga bog'liqligi haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Davlatning bozor iqtisodiyoti rivojlanishiga aralashuvining zarurli, qattiq va yumshoq pul-kredit siyosati, ochiq bozordagi operatsiyalar, hisob-kitob stavkasi, majburiy bank zaxira me'ori, pul taklifi, pul, pul multiplikatori

Asosiy savollar

1. Davlatning bozor iqtisodiyoti rivojlanishiga aralashuvining zarurligi va asosiy iqtisodiy funksiyalari
2. Iqtisodiyotning davlat tomonidan tartibga solish vositalari
3. Pul-kredit siyosati va uning maqsadi
4. Pul-kredit siyosatining asosiy vositalari

1. Davlatning bozor iqtisodiyoti rivojlanishiga aralashuvining zarurligi va asosiy iqtisodiy funksiyalari

Milliy iqtisodiyotda makroiqtisodiy muvozanatni ta'minlab turish, uning samarali faoliyat olib borishiga erishuvida iqtisodiyotni tartibga solishni zarur qilib qo'yadi.

Iqtisodiyotni tartibga solish yo'llari:

- O'z-o'zini tartibga solish
- Bozor mexanizmi orqali
- Iqtisodiyotni markazlashgan tarzda tartibga solish
- Davlat aralashuviga bozor mexanizmi orqali

Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solinishi-qonunchilik, ijro etish va nazorat qilish xarakteridagi tadbirlar tizimidan iborat.

Iqtisodiyotning davlat tomonidan tartibga solish maqsadi - ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, barqaror iqtisodiy o'sishga erishish hamda uning o'zgaruvchan sharoitlarga moslashtirishdan iborat.

Iqtisodiyotning davlat tomonidan tartibga solishning iqtisodiy funksiyalari:

- bozor tizimining samarali faoliyat olib borishi uchun huquqiy baza va ijtimoiy muhitni yaratish;
- bozor tizimining samarali faoliyat olib borishi uchun huquqiy baza va ijtimoiy muhitni yaratish;
- daromad va boyliklarni qayta taqsimlash;
- resurslarni taqsimlash va qayta taqsimlash;

– iqtisodiyotni barqarorlashtirish va iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish;

2. Iqtisodiyotning davlat tomonidan tartibga solish vositalari

Iqtisodiyotni davlat tomonidan ma'muriy, iqtisodiy va ijtimoiy unsurlar bilan tartibga soladi. Ma'muriy –bevosita antimonopoliya tadbirlar, ma'muriy standartlarni o'rnatish, tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olish, ijtimoiy sohadagi qonunlarni qabul qilish.

Ijtimoiy – davlatning ijtimoiy ta'minoyi, minimal ish haqini o'rnatish, ishsizlik nafaqalarini berish.

Iqtisodiy – bilvosita davlat o'zining pul-kredit va byudjet-soliq siyosatidagi vositalar orqali tartibga soladi.

3. Pul-kredit siyosati va uning maqsadi

Pul-kredit siyosati – to'liq bandlik sharoitida real YaIM ishlab chiqarishga inflyatsiyaning ta'sirini kamaytirish yoki bartaraf etish maqsadida muomaladagi pul massasini o'zgartirishga qaratilgan chora-tadbirlar tushuniladi.

Pul-kredit siyosati deganda, to'liq bandlik sharoitida jami mahsulotni ishlab chiqarishga inflyatsiyaning ta'sirini kamaytirish yoki bartaraf etish maqsadida muomaladagi pul miqdorini o'zgartirish tushuniladi. Uning yordamida xar qanday davlat, mamlakatda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash vazifasini xayotga taqdim etadi.

Pul bozorida muomalada pul miqdori ortiqchaligi mavjud deb faraz qilamiz. Tabiiyki Markaziy bank ortiqcha pul massasini kamaytirish yoki yo'q qilishga xarakat qiladi. Buning uchun, u **ochiq bozorda o'zining qimmatli qog'ozlarini aholi va banklarga taklif etadi**, ular esa uni xarid qila boshlaydilar. Davlat qimmatbaxo qog'ozlarining (sotish yoki xarid qilish yo'li bilan) taklifi oshib borgan sari, unga bo'lgan baxosi pasayadi, o'z navbatida unga bo'lgan foiz (ya'ni, qimmatbaho qog'ozlarini sotib olganlarga foiz shaklida xaq tulanadi) oshadi, bu esa unga bo'lgan talabni oshiradi.

Banklar va aholi **qimmatli qog'ozlarini ko'proq xarid qila boshlaydilar**, pirovard natijada banklarning zaxiralarini qisqaradi, o'z navbatida bu xol pul taklifini bank multiplikatoriga teng nisbatda qisqarishiga olib keladi. Bu bank zaxira va pul taklifining ortishiga olib keladi.

Pul - kredit siyosatini amalga oshirishning yana bir vositasi, bu **hisob-kitob stavkasi** siyosatidir. Xisob-kitob stavkasini Markaziy bank belgilaydi. Agar ushbu stavka past bo'lsa, unda tijorat banklari ko'proq kredit olishga xarakat qiladilar. Buning natijasida banklarning ortiqcha bank zaxiralari ortib boradi va muomaladagi pul massasi miqdorining oshib borishiga olib keladi. Agarda hisob stavkasi miqdori yuqori bo'lsa, unda banklar kamroq kredit olishga, olganlarini esa qaytarib berishga xarakat qiladilar, pirovard natijada, ortiqcha bank zaxiralari qisqaradi, buning natijasida esa muomaladagi pul miqdori kamayadi.

Amaliyotda, davlatlar hisob stavkasi siyosatini ochiq bozordagi operatsiyalar siyosati bilan muvofiqlashtirilgan xolda olib borishga xarakat qiladilar.

Pul kredit siyosatining vositalaridan yana biri bu **majburiy bank zaxira me'yorini o'zgartirish** siyosatidir. Majburiy bank zaxira me'yorini Markaziy bank belgilaydi va uni o'zgartirib turadi. Agar Markaziy bank majburiy bank zaxirasini kamaytirs, ortiqcha bank zaxiralari ortadi, bu esa pul taklifining multiplikatsion ortishiga olib keladi. Masalan, ushbu me'yor 25 % bo'lsa, unda bankka quyilgan 800 sumdan 200 sum majburiy bank me'yorini tashkil etadi. Bunda bank faqat 600 sumni qarzga berish mumkin bo'ladi. Endi faraz qilaylik me'yor 10 % ga tushiriladi, unda bank 720 sumni qarzga berish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Majburiy bank zaxira me'yorini kutarish yordamida davlat pul taklifini kamaytiradi. Zero bu banklarning ortiqcha bank zaxiralarining qisqarishiga olib keladi. Pul-kredit siyosatini utkazishda bu vosita butun bank tizimini asoslariga ta'sir etadi. Shuning uchun u ko'pchilik mamlakatlarda o'ta zarur bo'lgandagina qo'llaniladi. Pul-kredit siyosati davlat tomonidan belgilanadi va uni markaziy bank amalga oshiradi.

4. Pul-kredit siyosatining asosiy vositalari

Pul-kredit siyosatining uchta asosiy vositalari:

- 1.Hisob stavkasi- qayta moliyalashtirish stavkasi.
- 2.Majburiy zaxira normasi.
- 3.Ochiq bozordagi operatsiyalar.

Ochiq bozordagi operatsiyalar - Markaziy bank tomonidan davlat obligatsiyalarini tijorat banklari va aholidan sotib olish va ularga sotish bo'yicha operatsiyalar.

Agar mamlakatda pul massasi ortiqcha bo'lsa, Markaziy bank aksiyalarni sotadi, aholi va banklar aksiyalarni sotib oladi, aksiyalar taklifi ortadi, natijada aksiyalar narxi tushadi, foizi ortadi (haq), aksiyalarga bo'lgan talab ortadi, aholi va banklar aksiyalarni sotib oladi, aholining va bankning zaxiralari qisqaradi.

Hisob stavkasi - Markaziy bank tomonidan tijorat banklariga beriladigan kreditning foiz stavkasi. Hisob stavka pasaytirilganda tijorat banklari tomonidan Markaziy bank kreditlariga talab o'sadi va investitsion faollik ortadi. Hisob stavka ko'tarilganda kreditga talab kamayadi va bu muomaladagi pul massasini ham kamaytiradi.

Majburiy zaxira normasi - bunda Markaziy bank tijorat banklarning majburiy zaxira normalarini o'zgartirishi orqali pul taklifiga ta'sir ko'rsatadi. Bu norma pasaytirilsa, banklarning zaxiralaridan ortiqcha kreditga berish uchun mablag'i ko'payadi, aks holda esa aksincha kamayadi.

Pul-kredit siyosati asosida iqtisodiyotga pul-kredit siyosatining ta'sir etishi jarayonlarini o'rganuvchi pul nazariyasi yotadi.

Markaziy Bank bir vaqtning o'zida ham pul massasini, ham foiz stavkasini o'zgartirmasdan ushlab tura olmaydi. Pulga talab o'sgan holatlarda maqsad foiz stavkasining barqarorligini ta'minlash bo'lsa, Markaziy Bank pul taklifini oshirishga majbur bo'ladi. Bu tadbir yumshoq pul kredit siyosati deb yuritiladi.

Pul massasining ko'payib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun pul taklifini cheklash siyosatini qo'llash foiz stavkasining ko'tarilishiga olib keladi va bu siyosat qattiq pul-kredit siyosati deb yuritiladi.

Agar pulga talab inflyatsiya ta'sirida ko'paysa qattiq pul kredit siyosatini qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi. Maboda pulga talab ishlab chiqarish va daromadlarning o'sishi oqibatida oshsa, bunda yumshoq pul-kredit siyosatini qo'llash o'rindir.

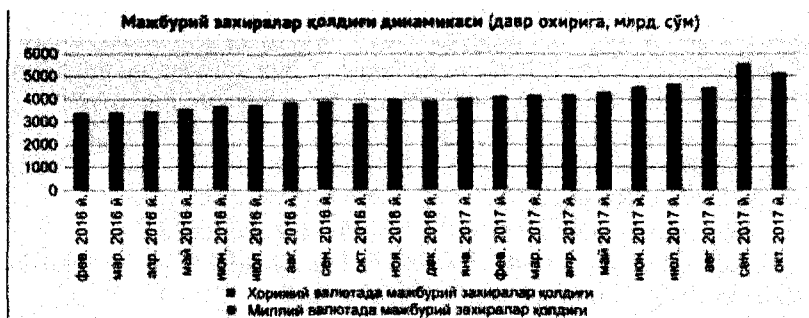
“Yumshoq” pul-kredit siyosati-iqtisodiy faollikni oshirish taqazo qilinganda Markaziy bank pul-kredit siyosatini yumshatib, pul taklifini oshiradi va shu orqali foiz stavkalarini pasaytiradi hamda investitsiyalarni o'sishini rag'batlantiradi.

“Qattiq” pul-kredit siyosati-bunda Markaziy bank inflyatsiyani jilovlash maqsadida qattiq pul-kredit siyosatini yuritib, pul taklifini qisqartiradi. Bu orqali foiz stavkasi ko'tariladi, investitsion faollik cheklanadi. Pul taklifi hamda Bank multipilikatori.

$M_s = C + D$, bu erda M_s -pul taklifi, C – Cash - naqd pullar (bankdan tashqaridagi), D - deposit –depozitlar, Pul bazasi: $H = C + R$, Majburiy zaxiralar normasi- r - 10%

“O‘zbekiston Respublikasining 2017 yil pul-kredit siyosati tahlili”¹

Марказий банкнинг тижорат банклари билан амалга оширадиган операциялари бўйича фойз ставкалари		
Марказий банк кредитининг тури	Муддати	Фойз
Хорижий валютани гаровга олган ҳолда ўзгармас фойз ставкаси бўйича бериладиган кредитлар	1 ойгача	Қайта молиялаш ставкаси даражасида (14%)
	2 ойгача	Қайта молиялаш ставкаси + 0,25 фойз банд
	3 ойгача	Қайта молиялаш ставкаси даражасида + 0,5 фойз



¹ Moneter siyosatning 2018 yilga mo'ljallangan asosiy yo'nalishlari. www.cbu.uz.

Nazorat savollari

1. Markaziy bank va tijorat banklari funksiyalarini tushuntirib bering.

2. Pul-kredit siyosatining asosiy maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?

3. Ochiq bozordagi operatsiyalarning pul taklifiga ta'siri mexanizmini tushuntirib bering.

4. Qayta moliyalash stavkasining o'zgartirilishi pul taklifiga qanday ta'sir etadi?

5. Majburiy zahiralash normasi qaysi maqsadlarda qo'llaniladi va uning pasaytirilishi oqibatlari qanday?

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-masala

Tijorat bankining pul zaxiralari 250mln. pul birligini tashkil etadi. Depozitlar 980 mln. pul birligiga teng. Majburiy zaxiralar me'yori 20 %ni tashkil etadi. Agar bank ssuda berish uchun ortiqcha zaxiralardan foydalanishga qaror qilsa, pul taklifi qanday o'zgarishi mumkin?

YECHISH:

Majburiy zaxiralar me'yori – 20% da majburiy zaxiralar summasi quyidagini tashkil etadi: $980 \times 0,2 = 196$ (mln. pul birligi).

Ortiqcha zaxiralar: $250 - 196 = 54$ (mln. pul birligi).

Agar ulardan ssuda berish uchun foydalanilsa, u holda, qo'shimcha pul taklifi quyidagini tashkil etadi:

$$\Delta M = N \times m,$$

Bu yerda, M – qo'shimcha pul taklifi; N – tijorat bankining ortiqcha zaxiralari; m – depozitli multiplikator, u quyidagi formula bo'yicha topiladi:

$$m = \frac{1}{R} \times 100\%,$$

bu yerda, R – majburiy zaxiralar me'yori.

Bundan:

$$\Delta M = 54 \times \frac{1}{20\%} \times 100\% = 270 \text{ (mln.pul birligi)}.$$

2-masala

Majburiy zaxiralar me'yori 20%ga teng. Tijorat banki ortiqcha zaxira sifatida depozitlar summasidan yana 5%ga ega. Depozitlar

miqdori 20 000 ni tashkil etadi. Bank ssuda berish uchun qaysi maksimal summadan foydalanishi mumkin? YECHISH:

1. Majburiy zaxiralar miqdori: $20\,000 \times 0,2 = 4\,000$ ni tashkil etadi.

2. Ortiqcha zaxiralar: $20\,000 \times 0,05 = 1\,000$ ga teng.

3. Pul zaxiralari: $4\,000 + 1\,000 = 5\,000$ ga teng.

4. Agar zaxiralar 5 000 ni tashkil etsa, u holda bank qolgan mablag'lardan ssuda berish uchun foydalanishi mumkin:

$$20\,000 - 5\,000 = 15\,000.$$

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atamaning ingliz tilida nomla nishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Pul-kredit siyosati</i>	<i>Monetary policy</i>	<i>Монетар- ная политика</i>	to'liq bandlik sharoitida jami maxsulotni ishlab chiqarishga inflyatsiyani ta'sirini kamaytirish yoqi bartaraf etish maqsadida muomaladagi pul miqdorini o'zgartirish tushiniladi. Uning yordamida xar qanday davlat, mamlakatda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash vazifasini xayotga taqdim etadi.
2.	<i>Yumshoq pul kredit siyosati</i>	<i>Soft monetary policy</i>	<i>Мягкая монетар- ная политика</i>	Markaziy Bank bir vaqtning o'zida ham pul massasini, ham foiz stavkasini o'zgartimiasdan ushlab tura olmaydi. Pulga talab o'sgan holatlarda maqsad foiz stavkasi-ning barqarorligini ta'minlash bo'lsa, Markaziy Bank pul taklifini oshirishga majbur bo'ladi. Bu tadbir yumshoq pul kredit siyosati deb

				yuritiladi.
3.	<i>Qattiq pul-kredit siyosati</i>	<i>Hard monetary policy</i>	<i>Твёрдая монетарная политика</i>	Pul massasining ko'payib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun pul taklifini cheklash siyosatini qo'llash foiz stavkasining ko'tarilishiga olib keladi va bu siyosat qattiq pul-kredit siyosati deb yuritiladi.
4.	<i>Ochiq bozordagi operatsiyalar</i>	<i>Open-market operations</i>	<i>Операции на открытом рынке</i>	Pul bozorida muomalada pul miqdori ortiqchaligi mavjud deb faraz qilamiz. Tabiiyki Markaziy bank ortiqcha pul massasini kamaytirish yoqi yo'q qilishga xarakat qiladi. Buning uchun, u ochiq bozorda o'zining qimmatli qog'ozlarini aholi va banklarga taklif etadi, ular esa uni xarid qila boshlaydilar.
5.	<i>Hisob-kitob stavkasi</i>	<i>Discount rate</i>	<i>Учётная ставка</i>	Pul - kredit siyosatini amalga oshirishning yana bir vositasi, bu hisob-kitob stavkasi siyosatidir. Xisob-kitob stavkasini Markaziy bank belgilaydi. Agar ushbu stavka past bo'lsa, unda tijorat banklari ko'proq kredit olishga xarakat qiladilar.
6.	<i>Majburiy bank zaxira me'yori</i>	<i>Reserve requirements</i>	<i>Нормы резервирования</i>	Pul kredit siyosatining vositalaridan yana biri bu majburiy bank zaxira me'yorini o'zgartirish siyosatidir. Majburiy bank zaxira me'yorini Markaziy bank belgilaydi va uni o'zgartirib turadi.
7.	<i>IDTTS maqsadi -</i>	<i>Role of government</i>	<i>Роль государства</i>	ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, barqa-

		<i>nt in regulation of economy</i>	<i>ва в регулиру- вании экономики</i>	ror iqtisodiy o'sishga erishish hamda uning o'zgaruvchan sharoitlarga moslashtirishdan iborat.
8.	<i>Pul taklifi (M_s)</i>	<i>Money supply</i>	<i>Предло- жения денег</i>	o'z ichiga bank tizimidan tashqaridagi naqd pullar (S) va zarur bo'lganda (D) iqtisodiy agentlar bitimlar uchun ishlatishi mumkin bo'lgan depozitlarni oladi: $M_s = S + D$.
9.	<i>Pul</i>	<i>Money</i>	<i>Деньги</i>	iqtisodiyot subyektlari mulki-ning bir turi bo'lib, mulkning boshqa turlaridan ikki xususiyatiga ko'ra farq qilad: birinchidan, pul yuqori likvidliliklar, ya'ni qisqa muddatda, sezilarsiz sarf - xarajatlar bilan boshqa buyumga ayirboshlanish qobiliyatiga ega; ikkinchidan baholar o'zgarmas bo'lgan sharoitda pul yoki hech qanday daromad keltirmaydi.
10	<i>Pul multiplika- tori</i>	<i>The money multiplier</i>	<i>Денежный мультип- ликатор</i>	$(Cr + I) / (Cr + rr)$ nisbat pul multiplikatori deb yuritilib bir so'mlik pul bazasi hisobiga necha so'mlik pul taklifi yuzaga kelishini ko'rsatadi Demak, pul taklifi pul bazasi va pul multiplikatori miqdoriga bog'liq ekan. Pul multiplikatori pul bazasining bir miqdorga oshishi natijasida pul taklifi qanday o'zgarishini ko'rsatadi.

18 - MAVZU: DAVLATNING FISKAL SIYOSATI

Mavzuning o'quv maqsadi:

Talabalarda davlat byudjetining mohiyati va funksiyalari, davlat byudjeti xarajatlari, soliqlarning turlari va funksiyalar, byudjet – soliq siyosatining mohiyati va usullari, diskret va nodiskret fiskal siyosat, byudjet taqchilligi va ortiqchaligi, monetar va fiskal siyosatning bir-biriga bog'liqligi haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Tushunchalar va tayanch iboralar

Davlat byudjeti, soliqlar, Laffer egri chizig'i, soliq stavkasi, diskret va nodiskret fiskal siyosat, ekspansion va restriksion fiskal siyosat, davlat byudjeti defitsiti va profitsiti, davlat byudjeti defitsitini qoplashning inflatsion va noinflatsion yo'llari.

Asosiy savollar

1. Davlat byudjeti va uning tarkibi
2. Soliq tizimini shakllantirish tamoyili
3. Davlatning byudjet – soliq siyosati
4. Byudjet defitsiti va uni moliyalashtirish yo'li

1. Davlat byudjeti va uning tarkibi

Davlat byudjeti – markazlashgan pul fondlari yig'indisi. Davlat byudjeti – hukumatning daromadlar va xarajatlarining moliyaviy hisobi.

Davlat xarajatlari – aholi ehtiyojlarini ijtimoiy nematlar bilan qondirish maqsadida moliyaviy resurslarini taqsimlash va qayta taqsimlash orqali pul resurslaridan maqsadli foydalanishdir.

Davlat xarajatlarining yo'nalishlari:

- Milliy xavfsizlik;
- Ijtimoiy xarajatlar;
- Davlat qarzlariga xarajatlar;
- Ma'muriy boshqaruv xarajatlari;

Davlat xarajatlarini amalga oshirishning asosiy yo'nalishlari;

- Tovar va xizmatlarning davlat xaridi;
- Jamiyatni ijtimoiy ne'matlar bilan ta'minlash;
- Korxonalarni subsidiyalash;
- Ijtimoiy himoya dastur doirasida transfertlarni amalga oshirish;

Davlat daromadlari:

(soliq va nosoliq tushumlar)

- Daromad solig'i;
- Foyda solig'i;
- Mulk solig'i;
- QQS;
- Bojxona bojlari;
- Aktsiz to'lovi;

2. Soliq tizimini shakllantirish tamoyili

Soliqlar – davlat tomonidan yuridik va jismoniy shaxslardan majburiy ravishda undiriladigan to'lovlar

Soliqlar ikki turga bo'linadi: to'g'ri soliqlar (daromad solig'i, foyda solig'i, mulk solig'i) egri soliqlar (QQS, bojxona bojlari, aktsiz to'lovi).

Soliq tizimini shakllantirish tamoyillari:

1. Iqtisodiy samaradorlik
2. Ma'muriy oconlik oddiylilik;
3. Qayishqoq;
4. Siyosiy javobgarlik;
5. Adolatlilik;

Soliq tushumi – davlat byudjeti daromadlari va soliq stavkasi o'rtasidagi bog'liqlik Laffer egri chizig'i deyiladi. Korxonalarga nisbatan soliq stavkalarini oshirib yuborilishi, ularning investitsiyalash faolligini susaytiradi, iqtisodiy o'sishni sekinlashtiradi, oqibatda soliq tushumlari ham kamayadi.

3. Davlatning byudjet – soliq siyosati

Davlatning fiskal siyosati deganda, davlat tomonidan iqtisodiyotni tartibga solishda davlat xarajatlari va soliqlardan foydalanish tushuniladi, ya'ni iqtisodiy pasayish davrida iqtisodiyotni, yalpi talabni rag'batlantirish maqsadida, davlat xarajatlari va soliqlardan foydalanishidir.

Fiskal siyosatning maqsadi:

1. Iqtisodiy sikldagi o'zgarishlarni yumshatish;
2. Barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash;
3. Inflyatsiyaning normal darajasida yuqori darajadan bandlikka erishish.

Fiskal siyosati 2 xil ko‘rinishda bo‘lishi mumkin:

1. Diskret fiskal siyosat
2. Nodiskret fiskal siyosat

Diskret fiskal siyosat iqtisodiy o‘sish yoki pasayish davrida hukumatning real ishlab chiqarish hajmi, bandlik darajasi va inflyatsiya sur‘atlarini o‘zgartirishida davlat xarajatlari va soliqlardan foydalanish chora-tadbiri yig‘indisidir (aktiv fiskal siyosat)

Diskret fiskalning asosiy vosiyalari:

1. Soliq stavkalarini o‘zgartirish;
2. Yirik jamoaviy moliyaviy loyiha ishlarini amalga oshirish;
3. Aholini ishga joylashtirish;

Nodiskret fiskal siyosat – davlat aralashuvissiz, iqtisodiyotni avtomatik tarzda barqarorlashtirishni ko‘zda tutadi. Bunda avtomatik barqarorlashtirgichlar sifatida – progressiv daromad solig‘i, ishsizlik nafaqasi, transfertlar, subsidiyalar (passiv fiskal siyosat) ishga tushadi. Ular iqtisodiy mexanizm sifatida iqtisodiy o‘zgarishlarga avtomatik tarzda moslashadi. Masalan: iqtisodiy pasayish davrida daromadlar pasayishi tufayli soliq stavkalari ham avtomatik tarzda pasayadi. Bu esa yalpi talabni oshishigaa, ishlab chiqarish kengaytirishga olib keladi. Shuningdek, iqtisodiy pasayish davrida davlat transfertlari, ishsizlik nafaqasi to‘lovlari ham avtomatik tarzda oshadi. Bu ham yapli talablarni oshirib, yalpi taklif xajmining ortishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

If Ec. Growth $\downarrow \rightarrow DI \downarrow \rightarrow t \downarrow \rightarrow AD \uparrow \rightarrow AS \uparrow$

If Ec. Growth $\downarrow \rightarrow C$ transfert and subsidy $\uparrow \rightarrow un.w \uparrow \rightarrow AD \uparrow$.

If Ec Growth $\uparrow \rightarrow AD \uparrow \rightarrow Ms=const \rightarrow Md \uparrow \rightarrow Pi \uparrow \rightarrow t$
stavka $\uparrow \rightarrow AD \downarrow \rightarrow G$ expences $\downarrow \rightarrow AD \downarrow$.

Ammo nodiskret fiskal vositalari iqtisodiy tebranishlarni to‘liq yumshatish imkonini bermaydi va u diskret fiskal siyosatni inkoretmaydi.

Diskret fiskal siyosat iqtisodiy tebranishlarni yumshatish maqsadida amalga oshirishga ko‘ra 2 xil ko‘rinishda bo‘lishi mumkin:

Ekspansion fiskal siyosat (rag‘batlantiruvchi) bu siyosat davlat xarajatlarini oshirish va soliq stavkalarini pasaytirishni ko‘zda tutadi. Qisqa muddatli davrda ushbu siyosat iqtisodiy pasayishni oldini oladi, lekin byudjet defitsitini ortishi evaziga.

Ekspansiya=G expences $\uparrow$ and tax stavka $\downarrow$ =Ec.g $\uparrow \rightarrow BD \uparrow$.

Restriksion (ushlab turuvchi) fiskal siyosat soliqlarni oshirish va davlat xarajatlarini kamaytirishini ko‘zda tutadi. Qisqa muddatli

davrda ushbu siyosat talab inflyatsiyasini kamaytiradi, iqtisodni inflyatsiya evaziga o'sishini oldini oladi.

Restriksiya = Tax ↑ and G expences ↓ = Inflation of demand ↓ = AD ↓

Qisqa muddatli davrda byudjet-soliq siyosati davlat xarajatlari, soliqlik va balanslashgan byudjet multiplikatorlari samarasi ta'siri ostida bo'ladi.

$$\Delta G \uparrow \rightarrow \Delta E \uparrow (\Delta E = \Delta C) \rightarrow \uparrow \Delta Y (\Delta Y = \Delta C \times mg)$$

Yopiq iqtisodiyot uchun soliqlik tortish hisobga olinmagan holdagi muvozanatli yalpi ishlab chiqarish hajmi:

$$Y = \frac{1}{1-b} (a + I + G);$$

Bu yerda: $1/(1-b)$ – yopiq iqtisodiyotda soliqlik tortish hisobga olinmagan vaziyatda xarajatlar multiplikatori;

$(a + I + G)$ – avtonom xarajatlar;

$b = MPC$ – istemolga chegaralangan moyillik bo'lib multiplikator miqdorini belgilovchi asosiy omildir.

Yopiq iqtisodiyot uchun soliqlik tortish hisobga olingan holdagi muvozanatli yalpi ishlab chiqarish hajmi:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)} (a + I + G)$$

Bu yerda: $1 / (1-b(1-t))$ – yopiq iqtisodiyotda xarajatlar multiplikatori;

t – chegaraviy soliqlik stavkasi.

$$t = \Delta Y / \Delta T$$

Ochiq iqtisodiyot uchun soliqlik tortish hisobga olingan holdagi muvozanatli yalpi ishlab chiqarish hajmi:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m} (a + I + G + m)$$

Bu yerda: $1 / (1-b(1-t)+m)$ ochiq iqtisodiyotda davlat xarajatlar multiplikatori.

Soliqlik multiplikatsiya samarasi davlat xarajatlari singari soliqlarning bir marta o'zgarishi oqibatida iste'molning bir necha bor o'zgarishiga bo'liq.

$$T \downarrow (\Delta T) [Y_d \downarrow (\Delta Y_d = -\Delta T) [C \uparrow (\Delta C = b(-\Delta T)) [E \uparrow (\Delta E = b(-\Delta T)) [Y \uparrow (\Delta Y = b(-\Delta T) [C \uparrow (\Delta C = b(b(-\Delta T)) [E \uparrow (\Delta E = b^2(-\Delta T)) [Y \uparrow (\Delta Y = b^2(-\Delta T)) [$$

$[C \uparrow (\Delta C = b(b^2(-\Delta T)))]$ va h.k.

Demak, soliq multiplikatorini quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta T} = \frac{-b}{1-b}$$

Sof eksport funksiyasini hisobga olib ochiq iqtisodiyot uchun soliq multiplikatorini hisoblasak, u

$$m_t = \frac{-b}{1-b(1-t)+m'} \quad \text{ko'rinishini oladi.}$$

Demak soliqlarni bir miqdorga kamaytirilishi yoki ko'paytirilishi natijasida YaIM hajmining bundan necha marta ko'p miqdorga o'zgarishi iste'molga chegaralangan moyillik, chegaraviy soliq stavkasiga va importga chegaralangan moyillik darajalariga bog'liq

Ochiq iqtisodiyotda davlat xarajatlari multiplikatori va soliq multiplikatorini hisobga olganda muvozanatli ishlab chiqarish hajmi modeli quyidagicha bo'ladi:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m'} (a+I+G+g) - \frac{b}{1-b(1-t)+m'} T_a$$

Aytaylik hukumat o'z xarajatlarini qandaydir miqdorga oshirdi va bu xarajatlarni moliyalashtirish uchun soliq miqdorini ham shuncha oshirdi.

Bunda davlat xarajatlari va avtonom soliqlar miqdorlarining bir vaqtning o'zida bir xil miqdordagi o'zgarishi natijasida daromadlarning jam'i o'zgarishi ΔY miqdori quyidagicha teng bo'ladi:

$$\Delta Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m'} \Delta G - \frac{b}{1-b(1-t)+m'} \Delta T_a$$

Agar davlat xarajatlari va avtonom soliqlar bir xil miqdorga ko'paysa muvozanatli ishlab chiqarish hajmi shu miqdorga teng yoki undan kamroq summaga ko'payadi. Buni balanslashgan byujet multiplikatori deb yuritiladi. Balanslashgan byujet multiplikatori birga teng yoki undan kichikroq bo'ladi¹.

¹ Ishmuxammedov A.E., Djumayev Z.A., Jumayev Q.X. Makroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y. 192 b., 96 b.

4. Byudjet defitsiti va uni moliyalashtirish yo'li

Iqtisodiy pasayish davrida soliqlarning avtomatik tarzda pasayishi va davlat transfertining oshishi natijasida byudjet taqchilligi kelib chiqadi. Ya'ni davlat xarajatining daromadlaridan ortib ketishi yuzaga keladi.

Byudjet defitsitining 3 xil ko'rinishi mavjud:

1. Tarkibiy;
2. Siklli;
3. Haqiqiy;

Tarkibiy defitsit – bu to'liq bandlik sharoitidagi defitsit.

Siklli defitsit – iqtisodiy pasayish davrida soliq tushumlarini qisqarishi natijasida yuz beradigan defitsit.

Haqiqiy defitsit - Tarkibiy defitsit va siklli defitsitning yig'indisi.

Iqtisodiyotning o'rnatilgan barqarorligi darajasi siklli byudjet taqchilligi va ortiqchaligi miqdorlariga bog'liq. Siklli taqchillik (ortiqchalik) iqtisodiy faollik pasayishi (oshishi) sharoitida soliq tushumlarining avtomatik kamayishi (oshishi) va davlat xarajatlarining avtomatik oshishi (kamayishi) natijasida yuzaga keladigan davlat byudjeti taqchilligi (ortiqchaligi)dir.

Byudjet defitsitini aniqlash formulasi:

$$BD = T - G. \text{Expences} - G. \text{Transferts} - G\text{Debt};$$

Byudjet defitsitini moliyalashtirish usullari:

1. Pul emissiyasi;
2. Davlat obligatsiyalarini chiqarish;
3. Davlat byudjetiga soliq tushumlarini ko'paytirish.

Davlat byudjeti kamomadi pul chiqarish orqali qoplanganda muomalada pul massasini ko'paytirish inflyatsiyaga olib keladi.

Byudjet defitsitini qoplash yo'llari: inflatsion va noinflatsion

Inflatsion yo'llari:

Pul emissiya qilish → sen'yoraj → inflatsiya → Oliver-Tanzi effekti.

Noinflatsion yo'llari:

1. Davlat mulkini xususiylashtirishdan tushgan mablag'lar.
2. To'g'ri rigan –to'g'ri chet el investitsiyalari.
3. Oltin-valyuta zahiralarini sotish.
4. Ichki va tashq qarz olish.

Rikardian muvozanat → qarz olish evaziga davlat xarajatlarini qoplash. Qarzni moliyalashtirish kelajakdagi soliq tushumlari evaziga qoplanadi.

Nazorot savollari

1. Davlat byudjetiga ta'rif bering va uning xarajatlari tarkibini sanab o'ting.
2. O'zbekiston Respublikasi davlat byudjeti ixarajatlarida qanday o'zgarishlar ro'y bermoqda?
3. Soliqlarning funktsiyalariga izoh bering.
4. O'zbekiston Respublikasi byudjetiga soliq tushumlarning tarkibi va miqdoridagi tendensiyalarni izohlab bering.
5. Rag'batlantiruvchi va cheklovchi fiskal siyosatning qisqa va uzoq muddatdagi natijalarini tushuntirib bering.
6. Davlat xarajatlarining multiplikatori kattaligi qaysi ko'rsatkichlarga bog'liq?
7. Diskret fiskal siyosatining kamchiliklarini tushuntirib bering.
8. Byudjet taqchilligi va ortiqchaligi qanday paydo bo'ladi, ular qay yo'sinda tugatiladi?

AMALIY MASHG'ULOT UCHUN TOPSHIRIQLAR

1-ilova

Masalalarni ishleng.

1. Iqtisodiyot quyidagi ma'lumotlar bilan ifodalangan:

Iste'mol funksiyasi $C = 800 + 0,9(Y - T)$,

davlat xarajatlari $G = 500$,

investisiyalar hajmi $I = 360$,

soliqlar hajmi $T = 400$.

Quyidagilarni aniqlang: a) muvozanatli YaIM;

b) soliqlar va davlat xarajatlari multiplikatorlari;

v) agar potensial YaIM 15000 teng bo'lsa, unga erishish uchun davlat xarajatlarini qay tarzda o'zgartirish zarur?

Yechish:

A) muvozanatli YaIM quyidagicha aniqlanadi: $Y = C + I + G$
 $Y = 800 + 0,9(Y - 400) + 360 + 500$ $\Rightarrow Y = 13000$.

B) Davlat xarajatlari multiplikatori: $m_g = 1 / (1 - MPC) = 1 / 0,1 = 10$.

Soliqlar multiplikatori quyidagi formula bo'yicha topiladi:
 $m_t = MPC / (1 - MPS) = 0,9 / 0,1 = 9$.

V) potensial va real daromadlar o'rtasidagi farq $15000 - 13000 = 2000$ ni tashkil etadi, ya'ni uzilish mavjud.

Uni bartaraf etish uchun hukumat o'z xarajatlarini $\frac{1}{10}$ Y miqdorga oshirishi lozim.

$$\frac{1}{10} Y = \frac{1}{10} G \cdot m \Rightarrow G = \frac{1}{10} Y / m = 2000 / 10 = 200.$$

2. Iqtisodiy tizim quyidagi ko'rsatkichlar bilan xarakterlanadi:

Iste'mol funksiyasi $C=60+0,8 Y_d$.

Rejalashtirilgan investisiyalar daromadga bog'liq emas va $I=40$ birlik.

Davlat xarajatlari $G=20$ birlik.

Topilsin: A) muvozanatli YaIM;

B) xarajatlar multiplikatori miqdorini;

V) davlat xarajatlari 10 birlikka ko'payganda muvozanatli daromad darajasini.

3. Tovar va xizmatlarni davlat xaridi = 50,

transfert to'lovlari = 10,

davlat qarzi bo'yicha foiz stavkasi = 10% (davlat qarzi=20),

soliq tushumlari=40 bo'lsa,

davlat byudjeti holatini aniqlang (defisit yoki profit).

4. Yopiq iqtisodiyotda soliqlarning 20 mlrd.ga o'sishi va u bilan bog'liq yalpi talabning qisqarishi YaIMning 60 mlrd.ga kamayishiga olib keldi. YaIM darajasi investisiya va soliqlar darajasiga ta'sir etmaydi. Xarajatlar multiplikatorini aniqlang.

5. Davlat xaridi = 500;

soliq funksiyasi $T=0,4Y$;

Transfertlar funksiyasi $TR=0,2 Y$;

Narxlar darajasi $R = 1$ ko'rinishiga ega.

Davlat qarzi=1000. Uning foiz stavkasi 1 foiz.

Ishlab chiqarishning real hajmi=2000, potensial qiymati=2500 tashkil etsa,

A) davlat byudjeti saldosini,

B) davlat byudjetining haqiqiy, tarkibiy va davriy defisiti xajmini aniqlang.

GLOSSARIY

	Atama- ning o'zbek tilida nomla- nishi	Atama- ning ingliz tilida nomla- nishi	Atama- ning rus tilida nomla- nishi	Atamaning ma'nosi
1.	<i>Byudjet- soliq siyosati</i>	<i>Fiscal policy</i>	<i>Фискаль- ная (бюд- же тно- налоговая) полити- ка</i>	iqtisodiyotda to'liq bandlilikni, to'lov balansining muvozanatini va iqtisodiy o'sishni ta'minlashga qaratilgan davlat xarajatlari va soliqlarini o'zgartirishni o'z ichiga olgan chora tadbirlar tushuniladi.
2.	<i>Diskret fiskal siyosat</i>	<i>Discrete fiscal policy</i>	<i>Дискре- ционная фискаль- ная политика</i>	Hukumatning bandlik darajasi, ishlab chiqarish hajmi, inflyatsiya sur'atlari va to'lov balansi holatini o'zgartirishga yo'naltirilgan maxsus qarorlarni qabul qilishi natijasida davlat xarajatlari, soliqlar va davlat byudjeti qoldig'ini maqsadli o'zgartirilishi
3.	<i>Nodiskret fiskal siyosat</i>	<i>Indiscrete fiscal policy</i>	<i>Недискре- ционная (автома- тическая) фискаль- ная политика</i>	davlat xarajatlari, soliqlar va davlat byudjeti qoldig'ini avtomatik o'zgartirishni ko'zda tutadi. Nodiskret fiskal siyosat o'rnatilgan barqarorlashtirgichlarga asoslanadi. Rivojlangan davlatlarda o'rnatilgan barqarorlashtirgichlari rolini progressiv soliq tizimi, davlat transfertlari tizimi va foydada ishtirok etish tizimi o'ynaydi. Nodiskret fiskal siyosat davriy tebranishlarni yumshatish uchun hukumatning bevosita aralashuvini talab etmaydi.

4.	<i>Davlat byudjeti</i>	<i>Government budget</i>	<i>Государственный бюджет</i>	Mamlakat moliya tizimining markaziy unsuri bo'lib makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Davlat byudjeti moliyaviy balans sifatida ikki qismdan iborat bo'lib, bu qismlarni sodda qilib daromadlar va xarajatlar deb atash mumkin.
5.	<i>Byudjet taqchilligi</i>	<i>Deficit of budget</i>	<i>Бюджетный дефицит</i>	Moliyaviy yil natijalariga ko'ra davlat byudjetida xarajatlarning daromadlardan ustun bo'lishi.
6.	<i>Davriy taqchillik (ortiqchalik)</i>	<i>Cyclic deficit (excess) of budget</i>	<i>Циклический дефицит</i>	iqtisodiy faollik pasayishi (oshishi) sharoitida soliq tushumlarining avtomatik kamayishi (oshishi) va davlat xarajatlarning avtomatik oshishi (kamayishi) natijasida yuzaga keladigan davlat byudjeti taqchilligi (ortiqchaligi)dir.
7.	<i>Soliqlar</i>	<i>Taxes</i>	<i>Налоги</i>	Majburiy to'lovni ifoda etuvchi pul munosabatlarini bildirib, bu munosabatlar soliq to'lovchilar (huquqiy va jismoniy shaxslar) bilan soliqni o'z mulkiga aylantiruvchi davlat o'rtasida yuzaga keladi. Soliqlar fiskal, qayta taqsimlash, rag'batlantirish va nazorat funksiyalarini bajaradi.
8.	<i>Soliq tizimi</i>	<i>System of tax</i>	<i>Налоговая система</i>	Markazlashgan pul fondini va davlatning boshqa fondlarini majburiy tashkil etadigan soliq va yig'imlar turlarining yig'indisi.

9.	Fiskal ekspansiya	Expansion fiscal policy	Экспансионистская (стимулирующая) фискальная политика	Iqtisodiyot turg'unlik yoki pasayish davrida bo'lgan vaziyatlarda davlat tomonidan rag'batlantuvchi fiskal siyosat-fiskal ekspansiya olib boriladi. Ya'ni, davlat qisqa muddatda iqsodiyotning pasayishi muammosini davlat xarajatlarini oshirish yoki soliqlarni kamaytirish, yohud ikkalasini bir vaqtning o'zida olib borish evaziga hal etadi.
10	Fiskal restriksiya	Restriction fiscal policy	Рестрикционная (контрактивная) фискальная политика	Iqtisodiyotda to'liq bandlik va ortiqcha talab natijasida inflyatsiya kelib chiqishi mumkin bo'lgan vaziyatlarda cheklovchi fiskal siyosat-fiskal restriksiya olib boriladi. Cheklovchi fiskal siyosat davlat xarajatlarini (G) kamaytirish yoki soliqlarni (T) oshirish yoki bo'lmasa ikkala tadbirni bir vaqtda olib borish orqali iqtisodiyotning davriy o'sishini chegaralashdan iborat.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

Asosiy adabiyotlar

1. N. Gregory Mankiw. Macroeconomics. Paperback. ISBN-13: 9781464182891, 2015, 9th Edition.
2. Principles of Economics, 6 Edition. N. Gregory Mankiw. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. USA. 2012. Cengage Learning
3. Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. 6th International Edition. Prentice Hall, 2005
4. Xolmatov N., Imomova N. «Mikroiqtisodiyot» fanidan ma'ruzalar kursi. – T.: ToshDSH, 2012, 132-bet.
5. Xolmatov N., Imomova N. «Makroiqtisodiyot» fanidan o'quv qo'llanma. – T.: ToshDSH, 2012, 152 bet.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Alimov A.M., Otaqo'zieva Z.M. Makroiqtisodiyot. Ma'ruzalar matni. T.: 2008 y.
2. Egamberdiev E. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y.
3. Makroiqtisodiyot. Amaliy qo'llanma. Masalalar, testlar, vaziyatlar. T.: 2001 y.
4. Ishmukhammadov A.E., Djumayev Z.A., Jumayev Q.X. Makroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T.: 2005 y. 192 b., 29 b.
5. D.Ahmedov, A.E.Ishmukhammadov. Makroiqtisodiyot. Darslik. T.: 2004 y.
6. Sh.Shodmonov, U.G'afurov. "Iqtisodiyot nazariyasi" (darslik). T., "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2005, 784 b, 238 b.
7. Mikroiqtisodiyot: Oliy o'quv yurtlari uchun darslik / S.S.G'ulomov, R.X.Alimov, B.T.Salimov va boshq.- T.: "Sharq", 2001.-320 b.
8. Экономическая теория: учебник / И.К. Станковская, И.А. Стрелец.- 5-е изд., перераб. и доп.-М.:Эксмо, 2010.- 480 стр.- (Полный курс MBA)
9. Сборник задач по микроэкономике. К «Курсу микроэкономике» Р.М.Нуреева. – М.: Норма, 2008. – 432 с.
10. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник. 4-е изд. /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 592 с.
11. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Макроэкономика. Завтра экзамен. 8-е изд.- СПб.: Питер, 2008.-288с

Internet saytlari

1. www.mf.uz O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi
2. www.custom.uz O'zbekiston Respublikasi Bojxonaqo'mitasi
3. www.cbu.uz O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki
4. www.nbu.uz O'zbekiston Respublikasi Milliy banki
5. www.izoone.uz O'zbekiston Respublikasi Hukumatining barcha idoralari va rasmiy tashkilotlari elektron manzillari va Veb sahifalari jamlangan Internet resurs.
6. www.cer.uz Iqtisodiy tadqiqotlar markazi
7. www.imf.org Xalqaro Valyuta Jamg'armasi

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
1-MAVZU: MIKROIQTISODIYOTGA KIRISH.....	5
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	13
GLOSSARIY.....	17
2-MAVZU: BOZORDAGI TALAB VA TAKLIF.....	19
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	30
GLOSSARIY.....	35
3-MAVZU: TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIGI.....	41
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	47
GLOSSARIY.....	50
4-MAVZU: ISTE'MOLCHILAR XATTI-XARAKATI.....	53
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	59
GLOSSARIY.....	62
5-MAVZU: ISHLAB CHIQUVISH VA TEXNOLOGIYA.....	67
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	74
GLOSSARIY.....	76
6-MAVZU: FIRMANING XARAJATLARI.....	79
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	85
GLOSSARIY.....	90
7-MAVZU: MUKAMMAL RAQOBAT.....	94
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	101
GLOSSARIY.....	103
8-MAVZU: MONOPOLIYA	106

AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	114
GLOSSARIY.....	117
9-MAVZU: NOMUKAMMAL RAQOBAT.....	119
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	127
GLOSSARIY.....	129
10-MAVZU: MAKROIQTISODIYOTGA KIRISH.....	131
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	142
GLOSSARIY.....	145
11-MAVZU: ASOSIY MAKROIQTISODIY KO'RSATKICHLAR.....	148
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	158
GLOSSARIY.....	164
12-MAVZU: "AD-AS" MODEL ("AGGREGATE DEMAND-AGGREGATE SUPPLY").....	168
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	176
GLOSSARIY.....	179
13-MAVZU: ISTE'MOL, JAMG'ARISH VA INVESTISIYA.....	182
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	192
GLOSSARIY.....	195
14-MAVZU: IQTISODIYOTNING SIKLLI RIVOJLANISHI.....	196
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	207
GLOSSARIY.....	209
15-MAVZU: ISHSIZLIK.....	211
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	221

GLOSSARIY.....	225
16-MAVZU: INFLYATSIYA.....	228
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	237
GLOSSARIY.....	240
17-MAVZU: DAVLATNING MONETAR SIYOSATI....	242
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	248
GLOSSARIY.....	249
18-MAVZU: DAVLATNING FISKAL SIYOSATI.....	252
AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR.....	258
GLOSSARIY.....	259
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	263

Qaydlar uchun

Qaydlar uchun

**Xolmatov Nemat Boymirzayevich,
Imomova Nilufar Asomiddinovna**

MAKRO VA MIKRO IQTISODIYOT

Muharrirlar:	Abdukamol Abdujalilov
Texnik muharrir:	Yunusali O'rinov
Badiiy muharrir:	Shoimov Zuxriddin
Musahhiha:	Dilfuza Beknazarova
Dizayner:	Yunusali O'rinov

Nash.lits. № **2013-975f-3e5e-d1e5-
f4f3-8537-2366**, 20.08.2020 y.

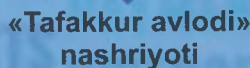
Terishga 24.08.2020-yilda berildi. Bosishga 07.11.2020-yilda ruxsat
etildi. Bichimi: 60x84 1/16. Ofset bosma. «Times New Roman»
garniturası. Shartlı b.t. 17.0. Nashr b.t. 15.81.

Adadi 100 nusxa. Buyurtma №32.

Bahosi shartnoma asosida.

«Tafakkur avlodi» nashriyoti, 100190, Toshkent shahri,
Yunusobod-9, 13-54. e-mail: tafakkur_avlodi@mail.ru

«Tafakkur avlodi» MCHJ bosmaxonasida bosildi.
Toshkent shahri, Olmazor tumani, Nodira ko'chasi, 1-uy.
Telefon: +99890 000-33-93



The figure consists of a 3x3 grid of grayscale images. Each image shows a handwritten digit '1' on a dark background. The images are arranged in three rows and three columns. The rows represent different numbers of iterations (10, 20, 30 from top to bottom), and the columns represent different numbers of features (10, 20, 30 from left to right). The images show that as the number of iterations and features increases, the reconstruction quality improves, with less noise and more defined features.

9 7 8 9 9 4 3 6 6 9 1 7 8

