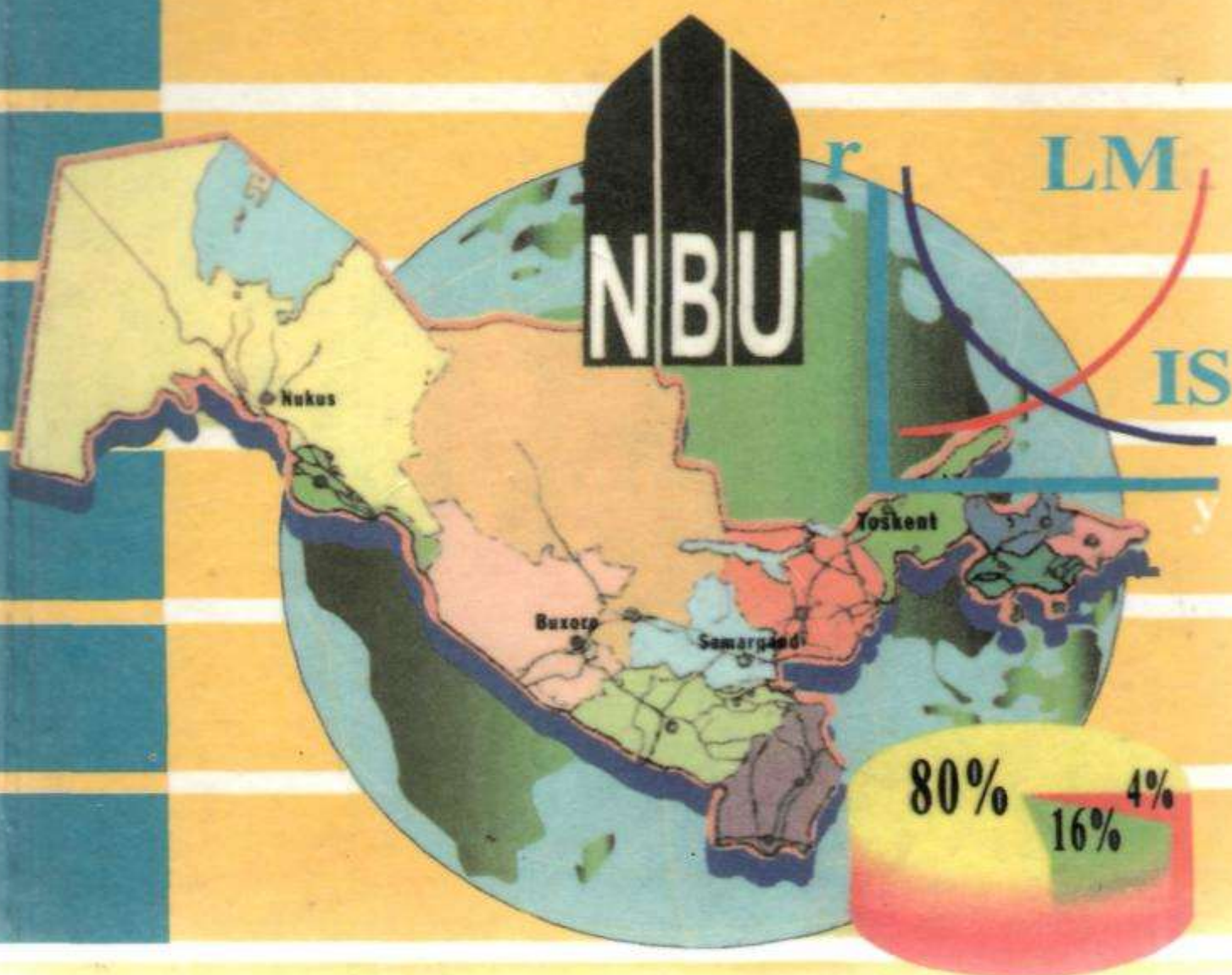


Аҳмаджон Ўлмасов

# ИҚТИСОДИЙ

## БИЛИМ

## АСОСЛАРИ



**АҲМАДЖОН ЎЛМАСОВ**

# **ИҚТИСОДИЙ БИЛИМ АСОСЛАРИ**

*Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта  
махсус таълим вазирлиги  
Ўрта махсус, касб-ҳунар таълими Маркази  
коллежлар учун дарслик сифатида тавсия этган*

Гафур Гулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи  
Тошкент—2002

65.01

ЎДҲС

Ўлмасов Аҳмаджон.

Иқтисодий билим асослари:(Коллежлар учун дарслик).—Т.: Ғ.Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2002.—176 б.

Бозор, бизнес ва тадбиркорлик, харажат ва фойда, менежмент ва маркетинг, хонадон хўжалиги, молия ва кредит, даромадлар, давлат ва иқтисодиёт, жаҳон хўжалиги масалалари ёритилган ушбу дарслик коллежлар ва лицейлар талаби даражасида бўлиб, унда мустақил иш топшириқлари, таянч тушунчалар келтирилган.

Дарсликда чизмалар, графиклар ва жадваллар иллюстрация сифатида ўрин олган, унда иқтисодиётга оид формулалар, масалаларни ечиш тартиби кўрсатилган. Халқ мақоллари, буюк аждоғларимизнинг иқтисодий ғояларидан қўшимча маълумотлар сифатида фойдаланилган. Иқтисодиётга хос қонун-қондалар микро-макро иқтисод ва жаҳон хўжалиги даражасида ёритилган, ўқувчи эҳтиёжини қаршлаш мақсадида бошқотирма топшириқлар ҳам берилган.

Дарслик коллеж ва лицей ўқувчиларига мўлжалланган. Ундан бизнесга киришганлар, умуман, кенг китобхоналар оммаси ўзининг иқтисодий билимларини ошириш ва ҳаётда учрайдиган иқтисодий муаммолар ечимини топшириқларида фойдаланишлари мумкин.

ББК 65.01я722

Ў 0601010000-37 — қатъий буюртма, 2002  
M352(04)-2002

ISBN 5-635-02142-5

© А. Ўлмасов, Ғафур Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2002 й.

## КИРИШ

Иқтисод илми — ҳаммабол илм, чунки иқтисод амалда ёшу қари, эркагу аёл, ишчию хизматчи, хуллас, аҳолиннинг ҳамма тоифаларига алоқадор. Кишилар ҳеч бўлмаганда пулни сарфлаш билан шуғулланишади, бу ҳам иқтисодий фаолиятдир.

Ёш боладан ҳам кўлидаги пулни нимага сарфласа яхши иш бўлишини, қандай қилиб ноз-неъматларни тежаса, одам фаровон яшаши мумкинлигини билиши талаб қилинади, чунки буларнинг ҳаммаси бозор иқтисодининг талабидир.

Шу муносабат билан ҳадиси шарифлардаги «Тежамли киши фақир бўлмас», деган ибратли сўзларни эсга олсак ёмон бўлмайди. Халқимиздаги «Пулни топишдан кўра унинг ҳисобини топиш қийиндир», деган сўз ҳам борки, бу иқтисодни билиш зарурлигини англатади. Ҳар бир кишининг тирикчилиги иқтисод билан боғлиқ бўлар экан, унинг қонун-қоидаларини билиш ва уларга амал қилиш фойдадан холи эмас. Мазкур дарсликда иқтисод илми қонун-қоидаларининг бир қисми баён этилган.

Дарслик сизни бизнес қонун-қоидалари ва сир-асрорлари билан таништиради, фирмада харажат қилиш ва фойда топиш қандай бўлиши, фирманинг қандай бошқарилиши, унинг бозор билан боғланиши, хонадон хўжалиги иқтисодий фаолиятининг баёни билан таништиради. Бу китобни ўқиб, миллий иқтисодиёт нималигини, иқтисодий ўсиш қандай бўлишини, иқтисодиётда молия ва кредит қандай ўрин тутишини, даромад қандай ташкил топишини ҳамда давлатнинг иқтисодий ролини билиб оласиз. Китоб сўнгида сиз жаҳон хўжалиги, ундаги иқтисодий алоқалар ва ниҳоят, у ерда юз бераётган интеграция ва глобализация деган янги жараёнлар билан танишасиз. Дарслик сизни иқтисодий билимларни эгаллашга, ҳисоб-китоб амалларини бажаришга, учраб турадиган иқтисодий муаммоларни қандай ҳал этишга ҳам ўқитиб беради.

# **I БОБ. БОЗОР ВА УНИНГ ҚОНУН-ҚОЙДАЛАРИ**

## **1.1. БОЗОР ТУШУНЧАСИ**

Ҳозирги иқтисодиёт бозор иқтисодиёти бўлиб, бу нияти, қанча ва ким учун ишлаб чиқариш зарурлигини бозордаги талаб ва таклифга қараб муқобил танлов асосида ҳал этилишини билдиради.

**Бозор – бу сотувчилар ва харидорларнинг товарларни пул воситасида олди-сотди этиш борасида юзага келадиган ўзаро манфаатли иқтисодий алоқалардир.**

Бозорда сотувчилар ва харидорлар бир-бирига дуч келади. Сотувчилар маълум турдаги товарларни бозорга чиқариб, уни маълум нархда харидорларга таклиф этувчилар бўлади. Булар жумласига фирмалар, фермер хўжаликлари, деҳқон хўжаликлари, яқка тартибда ишловчилар, ёлланма ишчилар ва давлат идоралари киради. Айни пайтда шуларнинг ўзи бозорда харидор вазифасини ўтайди. Улар бозорда бир нарсани сотса, бошқасини сотиб оладилар. Фирма бозорда ўз товарини сотса, бозордан ўзига керакли асбоб-ускуна, хом ашё, ёқилғи ва турли материалларни сотиб олади. Ишчи ўз кучини бозорда сотгани ҳолда, тирикчилик учун керакли товарларини бозордан харид этади.

Бозордаги харидорлар – бу маълум миқдордаги товарларни маълум нархда сотиб олиш ниғтиёқи ва бунинг учун пули бор бўлганлардан иборат.

Бозордаги товарни сотиб олиш учун пул керак, бунинг учун эса ниянидир сотиш керак, шу боис харидор сотувчи вазифасини ҳам ўтайди. Бозор ҳар икки томоннинг ҳожатини чиқаргани учун манфаатли бўлади, чун-

ки сотувчи ўз товарини пуллашдан манфаат топса, харидор ўзига керакли товарни топиб, истеъмолини қондиради.

Бозор иқтисодиётда ғоят муҳим вазифаларни бажаради:

1. Ишлаб чиқарилган маҳсулот ва хизматларни сотиш орқали истеъмолчиларга етказиб беради. Бозорда товарлар кўп бўлиб, улардан керагини танлаб оладилар. Товарга тўйинган бозор истеъмолни тўлароқ қондиради.

2. Ишлаб чиқаришнинг узлуксиз боришини таъминлайди. Бозорда товарлар сотилгач, харажатлар қопланади, яъни сарфланган пул ишлаб чиқарувчига ортиғи билан қайтади. Бозордан тушган пулга тадбиркорлар янгидан ресурслар сотиб оладилар, уларни ишлатиб, қайтадан товар яратиб, уни яна бозорга чиқарадилар. Шу тахлитда узлуксиз ишлаб чиқариш юз беради, яъни у қайта ва қайта такрорланади.

3. Иқтисодиётни тартиблаб туради. Бозор нимани ва қанча ишлаб чиқариш зарурлиги ҳақидаги сигнални (ахборотни) тадбиркорларга етказиб туради. Сигнал вазифасини бозор нархи ўтайди. Нархнинг ортиши товарни кўплаб чиқаришни, пасайиши эса уни камроқ ишлаб чиқариш ёки ундан тамомила воз кечиш зарурлигини билдиради.

4. Халқаро миқёсда ўзаро манфаатли савдо-сотиқ алоқаларини ўрнатади. Олди-сотди алоқалари мамлакат чегарасидан чиқиб, давлатлараро юз беради. Бу билан мамлакатлар бир-бирига яқинлашади, улар иқтисоди бир-бирига боғланиб, ўртадаги можаролар ўрнига ҳамкорлик келади.

Бозордаги алоқалар икки йўсинда, яъни бевосита ва билвосита юз беради. Бевосита алоқа ўрнатилганда ишлаб чиқарувчининг ўзи маҳсулотини истеъмолчига ўзи сотади, улар орасида ҳеч ким турмайди. Масалан, «Юлдуз» тикувчилик корхонаси ўз товарини истеъмолчиларга ўзининг фирма магазини орқали сотади.

Билвосита алоқа ўрнатилганда ишлаб чиқарувчилар ўз маҳсулотини савдо фирмаларига беради, улар эса буни истеъмолчига сотади. Масалан, «Юлдуз» корхонаси ўзи ишлаб чиқарган кийим-кечакни магазинларга ёки молбуюм бозоридаги кичик савдогарларга сотади, истеъмолчи товарни корхонадан эмас, балки мана шулардан ола-

ди. Бу ерда савдодаги воситачилик келиб чиқади. Воситачилик вазифаларини **бозор инфратузилмаси** амалга оширади.

**Бозор инфратузилмаси бозордаги иқтисодий алоқаларни амалга оширишга хизмат қилувчи фирмалар, ташкилотлар ва муассасалардир.**

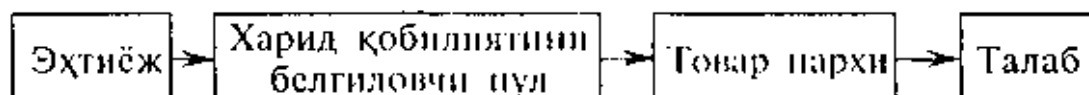
Булар бозордаги сотувчи ва харидорларни бир-бирига боғлаб турувчи воситачилардир. Бозор инфратузилмасини биржалар, савдо уйлари, аукционлар, брокерлар ва дилерлар фирмалари кабилар ташкил этадики, буларнинг фаолияти бозорнинг ривожланишида ўта муҳим аҳамиятга эга бўлади.

## 1.2. ТАЛАБ

Бозордаги харидор товарга ўз талабини билдирса, бунга жавобан сотувчи ўз товарини унга таклиф этади. Харидор ва сотувчининг алоқаси **талаб** ва **таклиф** муносабати шаклига киради.

**Талаб — бу харидорларнинг маълум миқдор ва турдаги товарларни маълум нарх билан маълум вақт давомида сотиб олиш иштиёқини билдиради.**

Талаб асосида эҳтиёж ётади. Аммо талаб бўлиши учун товарнинг харидорга зарурлиги, унга наф келтира олиши кифоя бўлмайди, чунки товарни сотиб олиш учун харидорнинг қурби, яъни пули етиши шарт. Демак, эҳтиёж пул тўлаш билан таъминлангандагина талабга айланади. Эҳтиёж бўлгани ҳолда харид учун пул бўлмаса, у талабга айланмайди. Автомашинани бўлиш эҳтиёжи ҳаммада бор, лекин автомашинани олиш учун етарли пул айрим сайланган кишиларда, яъни пулдорларда бўлади. Эҳтиёж пул ва товар нархи орқали талабга айланади (1.1-расм).



1.1-расм. Эҳтиёжнинг талабга айланиши.

Талабнинг турлари ғоят кўп. **Якка талаб** ва **бозор талаби** бор.

**Якка талаб** — айрим харидорнинг ўзига хос махсус талаби бўлиб, ўзгалар талабини такрорламайди.

Ҳар бир шахс ёки хонадоннинг ўзига хос талаби мавжуд, чунки талаб кишиларнинг қаерда истиқомат қилиши, ёши, жинси, қаерда ва ким бўлиб ишлаши, унинг диди, таъби ва қўлидаги пули миқдорига, ниҳоят, нархнавога боғлиқ бўлади. Шубҳасиз, ёш билан қарининг, мактаб ўқувчиси билан олимнинг, ишчи билан деҳқоннинг, соғлом билан беморнинг, бой билан камбағалнинг талаби бир хил эмас. Кишилар индивидуал талаби билан бозорга чиқади, лекин бозорда эса харидорлар кўпчилик, шу сабабли якка талаб билан бирга уларнинг умумий талаби ёки бозор талаби ҳам бор.

**Кўпчилик харидорларнинг муайян товарни сотиб олишга бўлган талаби бозор талаби дейилади.**

Бозор талаби йиғма талаб, унга барча харидорлар талаби таъсир этади, бу харидорлар сони ва товар нархига боғлиқ бўлади.

Харидорлар қанчалик кўп бўлса ва нарх арзон бўлса, бозор талаби шунча ортади. Аммо бунинг чегараси бор, чунки талабнинг ортиши унинг қондирилиш даражасига боғлиқ бўлади. Талаб қондирилгач, нархнинг пасайиши бозор учун аҳамиятсиз бўлиб қолади. Бунинг сабаби товар нафлиликнинг максималлашуви (энг юқори даражага етиши) бўлади. Демак, талабга товарнинг харидор учун нақадар нафли бўлиши ҳам таъсир этади.

### **1.3. МЕЪЁРИЙ НАФЛИЛИК ҚОНУНИ**

Бозордаги харидор (истеъмолчи) ўзига керакли товарни танлов асосида харид этади. Товарнинг кераклигини унинг нақадар нафли бўлиши билдиради. Товарнинг нафлилиги деганда унинг истеъмол этишдан харидор оладиган қониқиш тушунилади. Бу қониқиш ҳам индивидуал бўлади, чунки кишиларнинг диди, кўникмаси ва таъби



бир хил бўлмайди. Бир киши бир товарни хуш кўрса, бошқаси буни хуш кўрмайди, аксинча, бошқа товарни афзал деб топади. Товарнинг нафлилигини унинг бир қатор хоссалари, чунончи, унинг дизайни, модада бўлиши, истеъмол этишдаги қулайлиги, узоқ хизмат қилиши, экологик тозаллиги, соғлиқ учун фойдалилиги ва бошқалар ташкил этади. Масалан, музлатгичнинг нафлилиги унинг катта-кичиклиги, қанча жойни эгаллаши, шовқинсиз ишлаши, электроэнергия қанчалик сарфланиши, неча камерали бўлиши, қанча вақт таъмирсиз ишлай олиши, бўлғуси таъмир неча пул туриши, ёнғиндан хавфсиз бўлиши кабилар белгилайди.

Товарнинг нафлилиги қанчалик юқори бўлса, шунчалик унинг истеъмолидан олинадиган қониқиш ҳам юқори бўлади, бинобарин уни афзал кўришади.

Айрим товарлардан қониқиш якка қониқишдир, аммо товарларни истеъмол этишда умумий қониқиш ҳам бор ва у бозор ҳолатига таъсир кўрсатади.

**Умумий нафлилик – бу маълум товарлар тўпламини истеъмол этиш келтирадиган қониқишдир.**

Умумий нафлилик айрим гуруҳдаги товарларнинг, масалан, озиқ-овқат, кийим-кечак, тураржой, маданий-маиший хизматларнинг нафлилигидир.

Нафлилик ҳар доим чегарали бўлади, яъни у аввал юқори бўлса, кейин пасаяди, шунга қараб талаб ҳам ўзгаради. Шу сабабли нафлилик ўз меъёрига эга.

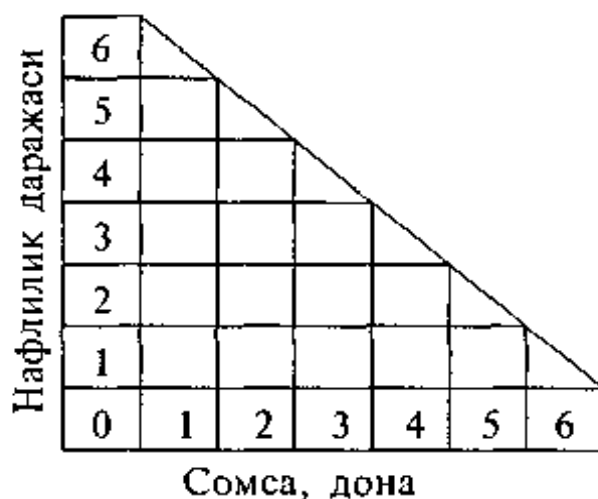
**Меъёрий нафлилик деб қўшимча равишда харид этилган ва истеъмол қилинган товарлар келтирадиган нафлиликка айтилади.**

Ҳар бир қўшимча товарнинг нафлилиги олдингисига нисбатан паст бўлади, чунки талабнинг тўйинишига қараб дастлаб кучли бўлган нафлилик аста-секин пасайиб боради. Шубҳасиз, бир жуфт оёқ кийим харид қилинганда харидор учун унинг нафлилиги фоят юқори, аммо бешинчи жуфт оёқ кийим олинганда, унинг нафлилиги паст бўлиши турган гап, чунки харидор яланг оёқ эмас, энди унинг кундалик ва оҳорлик учун киядиган пойабзали бор.

Харидор учун қўшимча товар нафлилигининг пасайиб бориши талабга таъсир этмай қолмайди албатта.

Бозор иқтисодиётида товар нафлилигининг пасайиб бориши қонуни бор, унга кўра ҳар бир харид қилинган кейинги товарларни истеъмол қилишдан олинган қоникриш пасайишга мойил бўлади, чунки истеъмол даражаси ошган сари ундан тўйиниш ҳосил бўлади.

Буни овқат истеъмоли мисолида кўрамиз. Масалан, оч хўранда сомса еганда биринчи сомсадан 6 бирликка тенг қониқиш олса, иккинчисидан 5 бирликка, учинчисидан 3 бирликка, тўртинчисидан 1 бирликка тенг қониқиш олади, ниҳоят, бешинчисидан ҳеч қандай қониқиш олмайди ва уни емайди. Жами истеъмолдан (4 дона) кўрилган нафлилик 15 бирликка тенг ( $6+5+3+1=15$ ), аммо у 6 дан 1 гача пасайиб боради, сўнгра нолга тенг бўлади. Келтирилган мисол асосида чизма ҳосил этсак, у қуйидаги кўринишда бўлади (1.2-расм).



1.2-расм. Нафлиликнинг пасайиб бориши.

Нафлиликнинг пасайиш қонуни шуни кўрсатадики, товарлар кўпайиб, бозор тўйинган сари муайян товарларга талаб қисқаради. Шуни ҳисобга олиб, товар чиқарувчи фирмалар нафлилиги пасайиб кетган товарлар ўрнига нафлилиги юқори, шу боис харидоргир, янги товарларни чиқариб туришлари талаб қилинади, шундагина уларнинг ишлари юришиб кетиши мумкин.

## 1.4. ТАЛАБ ҚОНУНИ

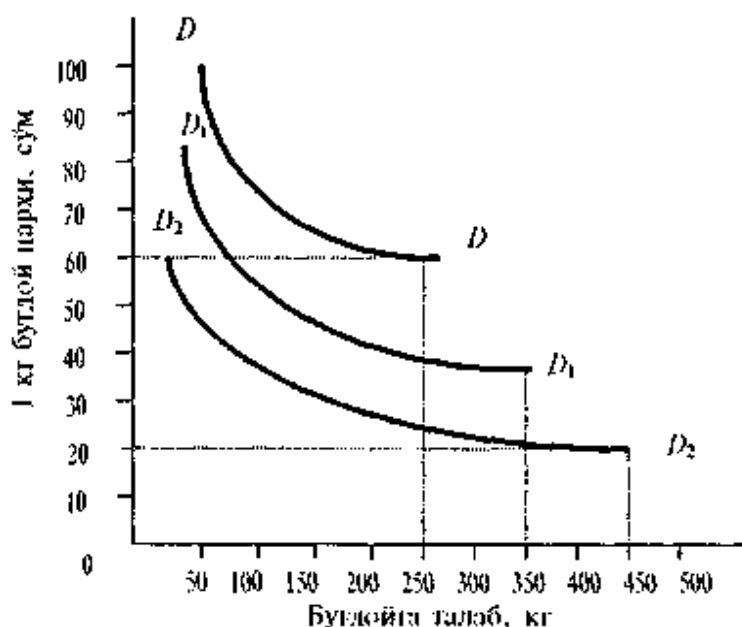
Нафлилик товарларни харидор учун нақадар кераклигини билдирса, уларнинг нархи харид этиш имкониятини ифодалайди, чунки товарни сотиб олиш учун пул керак ва унинг миқдорини нарх белгилайди. Шу сабабли харидор товарнинг нафлилигини унинг нархи билан таққослайди. Хуллас, товарнинг қадри қиймати деган нарса борки, бу ўзида товарнинг нақадар наф келтира олиши ва неча пул туришини мужассамлайди. Шунга қараб бозорда товар хариди юз беради. Товарнинг нархини талабга таъсирини талаб қонуни ифода этади.

Талаб қонуни бозордаги талаб товарларнинг нархига нисбатан тескари мутаносибликда ўзгаришини билдиради.

Талаб қонунини  $T_v = \left( \frac{1}{P} \right) \times Q$  формуласи билан ифода этиш мумкин. Бунда:  $T_v$  — талаб,  $Q$  — товар миқдори,  $P$  — товар нархи. Талаб қонунига биноан бошқа шарт-шароит ўзгармаган ҳолда нарх ошса, талаб миқдори қисқаради, нарх пасайса, аксинча, талаб ортади. Талаб қонуни нарх ва талабнинг ўзаро боғлиқлигини билдиради. Нарх арзонлашганда, талаб ортади, чунки илгари муайян товарни сотиб олишга қурби етмаганлар уни харид этиш имконига эга бўладилар, яъни энди бунга уларнинг пули этади. Айни вақтда шу товарни олдин олиб юрганлар ҳам энди уни кўпроқ харид эта оладилар. Нархнинг пасайиши бир товарга бўлган талабни бошқасига, яъни ўринбосар товарга кўчиради. Нархи ўзгармаган товар арзонлашган товарга нисбатан қиммат бўлади, шу сабабли харидор арзон товарни хуш кўриб, уни кўпроқ харид этади. Нарх ошганда талаб қисқаради, харидорлар муайян товарни камроқ оладилар ёки уни олмай кўядилар. Нархи ошган товарга бўлган олдинги талаб нархи ошмаган товар томон бурилади.

Нархнинг талабга таъсирини бугдой нархи мисолида тузилган чизмадан кўриш мумкин (1.3-расм).

Чизмада  $DD$  чизиғи нарх юқори бўлгандаги талабни,  $D_1D_1$  ва  $D_2D_2$  чизиқлари нарх пасайган шароитдаги талабни ифодалайди. Нарх ошганда  $DD$  чизиғи ўнгга қараб



1.3-расм. Нарх ошган ва пасайган шароитда талаб эгри чизиғининг ўзгариши.

силжийди, чунки харид қисқаради. Мисолдан кўринадики, 1 кг бугдой 100 сўм бўлганда, унга талаб 250 кг бўлган, нарх 80 сўмга тушганда талаб 350 кг, ниҳоят, нарх 60 сўмга келганда талаб 450 кг бўлган. Демак, нарх пасайса, талаб сўл томон силжийди, яъни  $D_2D_2$  ва  $D_1D_1$  чизиғи шаклига киради.

Талаб қонунига кўра талаб билан нарх ўртасида миқдорий боғлиқлик бор, лекин бу мутлақ эмас, чунки талабга нархдан бошқа омиллар, чунончи, харидор даромадининг ўзгариши, харидор дидининг ўзгариши, янги моданинг кириб келиши, реклама, товарнинг насияга сотилиши ҳам таъсир этади.

### 1.5. ТАЛАБ ЭЛАСТИКЛИГИ

Талаб қонуни амал қилган шароитда нархнинг ўзгариши талаб эластиклигини (ўзгарувчанлигини) юзага келтиради.

**Нархнинг ўзгаришига нисбатан талабнинг ўзгариш даражаси талабнинг эластиклиги дейилади.**

Агар нархга нисбатан талаб кучлироқ ўзгарса, талаб эластик ҳисобланади. Борди-ю, нархга нисбатан талаб сустроқ ўзгарса, ноэластик талаб юзага келади. Талабнинг бу икки турини эластиклик коэффициентини ( $\mathcal{E}_p$ )

орқали бир-биридан ажратиш мумкин, бу коэффициентни топиш учун нарх ва талабнинг миқдорий ўзгаришлари таққосланади:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_B \text{ (фоиз ҳисобида талабнинг ўзгариши)}}{P \text{ (фоиз ҳисобида нархнинг ўзгариши)}}$$

Талаб эластик бўлиши учун ушбу коэффициент бирдан ортиқ ( $\mathcal{E}_k > 1$ ) бўлиши керак. Агар у бирдан кичик ( $\mathcal{E}_k < 1$ ) бўлса, талаб ноэластик ҳисобланади. Масалан, нарх 20 фоиз пасайди. Бунга жавобан талаб 32 фоиз ошди. Бунда эластик талаб мавжуд, чунки:

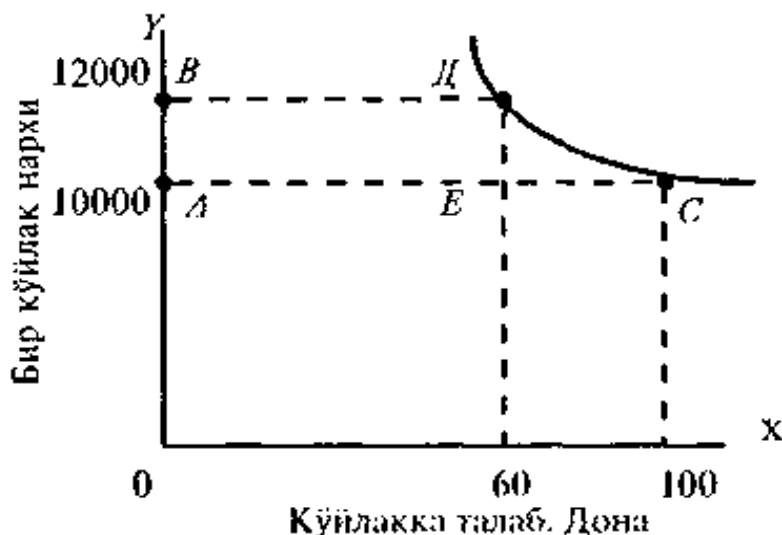
$$\mathcal{E}_k = \frac{T_B}{P} = \frac{32}{20} = 1,6$$

Демак,  $\mathcal{E}_k = 1,6$  ёки бирдан ортиқ, яъни  $\mathcal{E}_k > 1$

Талабнинг эластиклигини кўйлак мисолида кўрамиз. Кўйлак бозори чаққон бўлиб, унинг нархи 10000 сўм эди, нарх ошиб, 12000 сўмга етди. Шунга яраша кўйлакка талаб 100 донадан 60 донага тушди, яъни 40 донага қисқарди. Олдин талабнинг жами ҳажми 1 млн сўм бўлса ( $100 \times 10000 = 1000000$ ), сўнгра у 720 минг ( $12000 \times 60 = 720000$ ) сўмга тушди. Бу рақамларни процентга айлантурсак, нарх 20 фоиз ошгани ҳолда, талаб 28 фоиз қисқарди. Демак, талаб эластик экан, чунки:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_B}{P} = \frac{28}{20} = 1,4 \quad \mathcal{E}_k = 1,4 \text{ ёки } \mathcal{E}_k > 1$$

Энди айтилган ўзгаришларни чизмада (1.4-расм) кўрамиз:



1.4-расм. Эластик талаб чизмаси.

Чизмага кўра нархнинг А нуқтадан В нуқтагача ортиб бориши талабни Д нуқтадан С нуқтасига қадар қисқартирган. Талаб нархнинг ортишига нисбатан кўпроқ қисқарган. Бунда  $ДС > АВ$  келиб чиқади. Бинобарин, талаб қонунига кўра ишлаб чиқарувчи талабнинг нархга боғлиқ бўлишини ёдда тутиши, ҳаддидан ошмаслиги, яъни нархни ошириш ўрнига бозорга арзон товарларни кўпроқ чиқариб сотиши керак, шундагина у яхши фойда кўриши мумкин.

Талабнинг ўзгариши нархнинг ўзгаришига нисбатан суст бўлса, ноэластик талаб юзага келади. Масалан, китобнинг нархи 50 фоиз ўзгарган ҳолда унга талаб 30 фоизга ўзгарса (ошса ёки камайса, бунинг аҳамияти йўқ) ноэластик талаб вужудга келади. Чунки:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_B}{P} = \frac{30}{50} = 0,6 \quad \mathcal{E}_k < 1 \text{ бўлади.}$$

Ноэластик талаб эркин бозор табиатига мос келмайди, товарларни кўплаб ва арзон ишлаб чиқаришга ундамайди. Бозорда шундай вазият ҳам бўладики, талаб нархга жавобан мутлақо ўзгармайди. Бунда  $\mathcal{E}_k = 0$  бўлади. Агар оила ҳар куни 2 кг нон олса, бу унинг кундалик талаби, нархнинг ўзгариши бу талабни на оширади, на қисқартиради. Мабодо бу талаб ўзгарса, унинг сабаби нон нархининг ўзгариши эмас, балки оила даромадининг ўзгариши ёки бошқа озиқ-овқат товарлари нархининг ўзгариши бўлади.

Энг зарур ва кундалик товарлар ҳам борки, уларга талаб ноэластик бўлади, булар энг муҳим озиқ-овқат, кийим-кечак ва рўзгорга керак майда-чуйда товарлардир.

## 1.6. ТАКЛИФ ҚОНУНИ

Талаб бор ерда таклиф ҳам пайдо бўлади.

**Товарлар таклифи муайян вақтда бозорга чиқарилган ва келтирилиши мумкин бўлган ҳамда маълум бир нарх кўйиб сотиладиган жами товарлар суммасидир.**

Таклиф барча ишлаб чиқарилган маҳсулотлар эмас, балки унинг сотишга мўлжалланган қисми ёки товар маҳсулотидир. Масалан, фермер хўжалигида 100 тонна буғ-

дой этиштирилган бўлса, шундан 10 тоннаси хўжаликнинг ўзида ишлатиш учун қолдирилди, 2 тоннаси нест-нобуд бўлди, бозорга 88 тонна дон тушди, мана шу дон таклифни ташкил этади.

Таклифнинг ҳажми товарларнинг миқдориға ва ҳар бир товар нархиға боғлиқ. Бизнинг мисолимизда товар миқдори 88 тонна, агар ҳар тонна буғдой нархи 80 минг сўм бўлса, таклиф ҳажми ( $80000 \times 88 = 7040000$ ) 7 млн 40 минг сўм бўлади.

Таклиф ҳам талаб каби икки хил. Бири — якка таклиф бўлиб, бу айрим ишлаб чиқарувчиларнинг маълум бир товарни таклиф этишларида намоён бўлади. Иккинчиси — умумий ёки бозор таклифи бўлиб, барча ишлаб чиқарувчиларнинг муайян турдаги ёки ўхшаш товарларни таклиф этишларидир. Масалан, бозорга “Умид” фермер хўжалиги томонидан 10 тонна сут таклиф қилиниши бу якка таклиф, 500 та фермер хўжалик томонидан 300 тонна сут таклиф этилиши жами бозор таклифи ҳисобланади.

Таклиф ҳам талаб сингари тез-тез ўзгариб туради, бунга кўпгина омиллар таъсир этади, улар орасида энг муҳими товарлар нархининг ўзгаришидир. Нарх билан таклифнинг ўзаро боғлиқ бўлишини бозордаги таклиф қонуни изоҳлайди.

**Таклиф қонуни таклифнинг миқдори нархға нисбатан тўғри мутаносибликда ўзгаришини билдиради.**

Бу қонунға биноан нарх ошса, таклиф ҳам ортади, нарх пасайса, таклиф қисқаради. Таклиф қонуни қуйидаги формулада ифодаланади:

$$T_f = Q \times P$$

Бунда  $T_f$  — таклиф,  $Q$  — товарлар миқдори,  $P$  — ҳар бир товар нархи.

Шу формулага қараб таклиф ҳажмини ҳисоблаш мумкин.

Буғдой таклифи мисолиға қайтсак, бозорга чиқарилган буғдой миқдори  $Q = 500$  тонна, бир тонна буғдой нархи 80 минг сўм, бунда жами таклиф  $T_f = 500 \times 80000 =$

40000000. Демак, бозорга 40 млн сўмлик бугдой таклиф этилган.

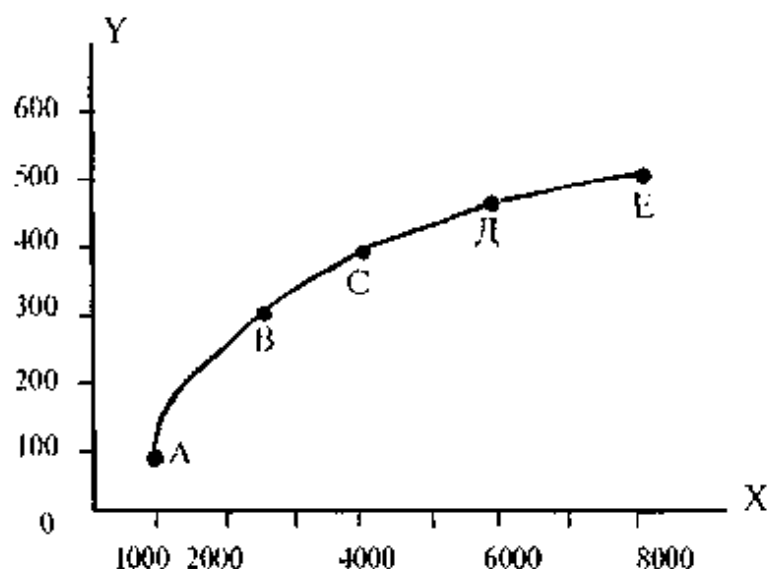
Таклиф қонуни фақат нархнинг таклифга таъсирини билдиради, буни тушуниш учун жадвал маълумотларини таҳлил этамиз (1.1-жадвал).

1.1-жадвал

### Нархнинг таклифга таъсири

Бир дона пайпоқ нархи, сўм	Якка таклиф миқдори, дона	Жами таклиф миқдори, дона	Жами таклиф миқдори, сўм
100	1	1000	100000
200	2	2000	400000
300	4	4000	1200000
400	6	6000	2400000
500	8	8000	4000000

Жадвал таклифнинг нархга қараб ўзгаришини кўрсатади. Аммо бу нарх билан таклиф бир хил даражада ўзгаради деган маънони билдирмайди. Одатда таклиф нархдан илдамроқ юради. Мисолимизда нарх 5 марта ( $500:100=5$ ) ошгани ҳолда, таклиф 8 марта ( $8000:1000=8$ ) ошди. Жадвал маълумотлари асосида чизма ҳосил этсак, у қуйидаги кўринишда бўлади (1.5-расм).



1.5-расм. Нархга қараб таклифнинг ўзгариш чизмаси.



Чизмада ОУ чизиғи нарх, ОХ чизиғи эса таклифни, АЕ чизиғи таклиф ўзгаришларини ифодалайди. Нарх 100 сўм бўлганда таклиф А нуқтада бўлса, у 500 сўмга чиққанда таклиф Е нуқтагача кўтарилган.

### 1.7. ТАКЛИФНИНГ ЭЛАСТИКЛИГИ

Таклиф қонунига биноан нархга жавобан таклиф миқдори тўғри мўтаносибликда ўзгарар экан, буни таклиф эластиклигида кўриш мумкин.

Нарх ўзгаришига нисбатан таклифнинг ўзгариш даражаси таклиф эластиклиги дейилади.

Таклиф эластиклиги коэффициентини ҳисоблаш учун таклиф ва нарх ўзгаришлари таққосланади:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_f \text{ (фоиз ҳисобида таклифнинг ўзгариши)}}{P \text{ (фоиз ҳисобида нархнинг ўзгариши)}}$$

Агар таклифнинг ўзгариш даражаси нархнинг ўзгариш даражасидан юқори бўлса, таклиф эластик бўлади. Бунда эластиклик коэффициенти бирдан ортиқ, яъни  $\mathcal{E}_k > 1$ . Масалан, товар нархи 10 фоиз ошгани ҳолда таклиф 15 фоиз ошса, эластик таклиф пайдо бўлади. Бунда:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_f}{P} = \frac{15}{10} = 1,5 \quad \mathcal{E}_k > 1,5$$

Бозорда таклиф ҳар доим ҳам нархдан устун даражада ўсавермайди. Агар таклифнинг ўзгариши нархнинг ўзгариш даражасидан паст бўлса, таклиф ноэластик бўлади. Мисол учун бозорда дарелик китобининг нархи 500 сўм бўлганда, 10 минг дона китоб таклиф этилиб, жами таклиф миқдори 5 млн сўмни ташкил этди ( $10000 \times 500 = 5000000$ ). Китоб нархи 700 сўмга, яъни 40 фоизга ошди. Бунга жавобан нашриёт кўшимча равишда 1000 дона китобни бозорга чиқарди, яъни жами таклиф 10 фоизга кўпайди:

$$\mathcal{E}_k = \frac{T_f}{P} = \frac{10}{40} = 0,25 \quad \mathcal{E}_k = 0,25 \text{ ёки } \mathcal{E}_k < 1$$

Демак, таклиф ноэластик. Таклифнинг эластик бўлиши шундан дарак берадики, сотувчилар нарх ўзгаришларига жавобан товарларни кўпайтириш ёки қисқартиришлари керак бўлади.

Нархга қараб таклифнинг ўзгариши товарни ишлаб чиқариш нақадар фойда беришига қараб юз беради.

### 1.8. БОЗОР МУВОЗНАТИ

Бозор мувозанати деганда талаб ва таклифнинг тенглашган ҳолати тушунилади ва бунга нархнинг ўзгариши орқали эришилади.

Бозорда сотувчи мўлжаллаган нарх таклиф нархидир. Унинг қаршисида харидорнинг талаб нархи туради. Ўртадаги савдолашув натижасида ҳар икки томонга маъқул нарх пайдо бўлади, бу нарх **мувозанат нархи** деб аталади. Мувозанат нархи талаб ва таклиф билан тенглашиб, бири-бирига мос тушган шароитда вужудга келади, буни яхши тасаввур этиш учун жадвалга мурожаат қиламиз (1.2-жадвал).

1.2-жадвал

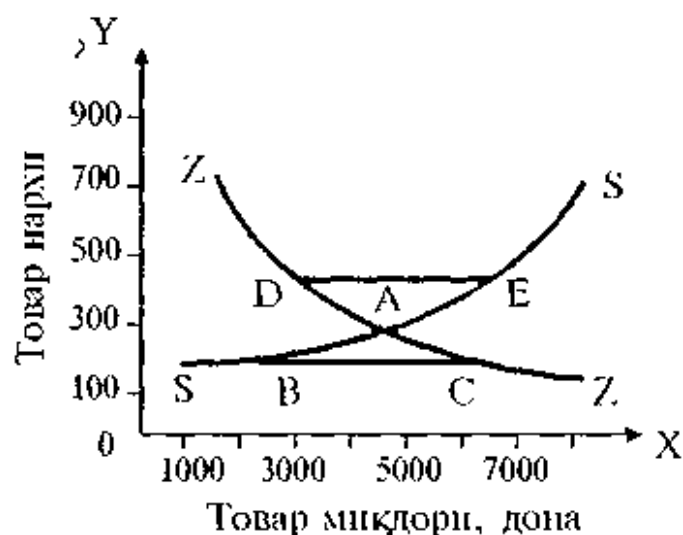
#### Мувозанат нархнинг пайдо бўлиши

Бир дона товар нархи, сўм	Товар миқдори, дона	Таклиф қилинган товар қиймати, сўм	Сотиладиган товар миқдори, дона	Харид этиладиган товар (талаб) қиймати, сўм	Талабнинг таклифдан ортиқлиги (+) ёки камлиги (-)
100	1000	100000	8000	800000	+700000
200	2000	400000	6000	1200000	+800000
300	4000	1200000	4000	1200000	+ 0
400	6000	2400000	2000	800000	-1600000
500	8000	4000000	1000	500000	-3500000

Жадвалдан кўринадики, бир товар 300 сўм бўлганда, талаб ва таклиф тенглашади. Ундан олдин эса талаб устун эди. Энди нарх 300 сўмдан ошиб кетди, бунда ишлаб чиқарувчи учун қулай вазият пайдо бўлди, у товар таклифини кўпайтирди. Аммо товарнинг қимматлашуви ха-

ридорга маъқул бўлмайди, натижада талаб қисқариб, таклиф талабдан ортиб кетади, товарнинг бир қисми сотилмай қолди. Энди шу жараёни чизмада ифодалаб, талаб ва таклиф эгри чизигини ҳосил этамиз.

Чизмада мувозанат бузилганда юз берадиган тақчиллик ва товарнинг ортиқчалиги яққол кўринади (1.6-расм).



1.6-расм. Талаб ва таклиф эгри чизиги.

Чизмада  $SS$  таклиф чизиги бўлса,  $ZZ$  талаб чизигидир. Улар кесишган  $A$  нуқтада мувозанат бор, уни 300 сўмга тенг нарх белгилайди. Нарх 200 сўмга тушса,  $BC$  оралиғига тенг тақчиллик, яъни ортиқча талаб пайдо бўлади. Агар нарх 400 сўмга етса,  $DE$  оралиғига тенг ортиқча таклиф вужудга келади.

Нарх арзон бўлса, бозорда товар етишмасдан, тақчиллик пайдо бўлади. Нархнинг ошиб кетиши эса товарлар сотилмай, уларнинг бозори касод бўлишига олиб келади. Керакли товарларни фақат пулдорлар олиб, кўпчилик эса ўз талабини қондира олмай қолади. Бозорда ҳар икки томон манфаатига мос нарх меъёри бўладигани, буни **мувозанатли нарх** деб юритилади.

Мувозанатли нархлар бор жойда харидор пулига яраша керакли товарларни харид эта олади, ишлаб чиқарувчилар эса чиқарган товарини ўз вақтида сота олади. Демак, мувозанат нархлари оқилона ва адолатли нархлар ҳисобланади.

## I. Таянч тушунчалар

- |                             |                                 |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. Бозор.                   | 6. Талаб қонуни.                |
| 2. Бозор вазифалари.        | 7. Эластик ва ноэластик талаб.  |
| 3. Бозор инфратузилмаси.    | 8. Таклиф қонуни.               |
| 4. Талаб.                   | 9. Эластик ва ноэластик таклиф. |
| 5. Меъёрий нафлилик қонуни. | 10. Бозор мувозанати.           |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Бозор деганда нима тушунилади?
2. Бевосита ва билвосита бозор алоқалари нима билан фарқланади?
3. Қандай қилиб талаб эҳтиёжга айланади?
4. Якка талаб ва бозор талаби нима билан фарқланади?
5. Нима учун нафлилик пасайишга мойил бўлади?
6. Талаб қонуни нимани билдиради?
7. Талаб эластиклиги деганда нимани тушуниш керак?
8. Таклиф қонуни нимани билдиради?
9. Таклиф қачон эластик бўлади?
10. Бозор мувозанати нима учун зарур?

## III. Муσταқил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларнинг тўғрисиини топиб ўрнига қўйинг:

а) Бозор маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқаришдан ..... га етказиб беради. б) Талабнинг икки асосий тури бор, булар ..... ва ..... талабидир. в) Меъёрий нафлилик — бу ..... берадиган нафлиликдир. г) Талаб эластик бўлганда у ..... нисбатан тезроқ ўзгаради.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уришиб кўринг:

а) Минитрактор 2 млн сўм туради, бир фермернинг 3 млн сўм пули бор, бошқасиники 1 млн сўм. Кимнинг тракторга талаби бўлади. б) Бир қути гугурт нархи 10 сўмдан 15 сўмгача ортди. Гугуртга талаб ўзгарадими? в) Тайёр товар нархи 10 фоизга, уни ишлаб чиқаришга зарур ресурслар нархи 12 фоизга ошса, таклиф қандай шароитга ортиши мумкинлигини аниқланг. г) Товар 520 сўм турганда 10000 дона товар сотилган эди, товар нархи 550 сўмга етганда 9000 дона товар сотилди. Шунга қараб талаб эластиклигини аниқланг. д) Товар 1200 сўм бўлганда харидорлар керакли товарни сотиб ола билдилар, нарх 1100 сўмга тушганда керакли товар етишмай қолди, нарх қайтадан 1250 сўмга етганда товарнинг бир қисми сотилмай қолди. Қайси нарх мувозанатли бўлишини аниқланг.

## II БОБ. ТАДБИРКОРЛИК

### 2.1. БИЗНЕС ВА УНИНГ ТУРЛАРИ

Бозор иқтисодиёти бизнесга асосланади. **Бизнес** инглизча (business) сўз бўлиб, иш, фаолият, машғулот деган маънони англатади. Бизнесга иқтисод илмида қуйидагича таъриф берилади:

**«Бизнес — бу айрим кишиларнинг ёки корхона-ташкilotга бирлашган кишиларнинг таваккалига пул қўйиб, ундан фойда кўришга ёки пулдан пул чиқариб олишга қаратилган иқтисодий фаолиятдир».**

Бизнесни тадбиркорлик ва ишбилармонлик деб ҳам атайдилар. Бизнес дегани кенг маънода пул топишни, пул қилишни билдиради. Аммо бу ҳар қандай йўл билан пул топиш эмас, балки кишиларга наф келтирадиган, уларнинг ҳожатини чиқарадиган, оғирини енгил қиладиган иш билан шуғулланиб пул топишдир. Ўғирлик, босқинчилик, рекет ёки қаллоблик йўли билан ҳам пул топилади, лекин бу бизнес эмас.

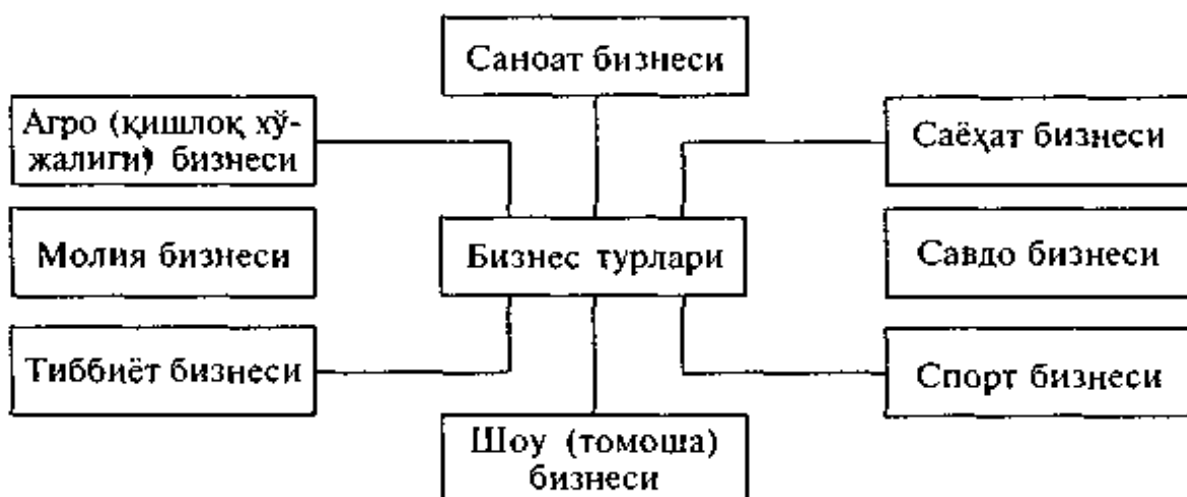
Бизнес — бу коммерция иши, яъни текинга эмас, балки пулга ишлашдир. Аммо бизнес ёлланиб ишлашдан фарқ қилади. Бизнесмен, яъни бизнесчининг ўз иши бор, у мустақил, ўз капиталига эга, уни биронта ишга қўяди, у бировга қарам эмас. Ёлланиб ишловчининг ўз иши йўқ, у бировларнинг қўлида ишлайди, у капитал соҳиби ҳам эмас, у иш берувчига қарам.

Бизнесда яратувчилик бўлганда тадбиркорлик келиб чиқади. Масалан, ер, пул, уй ёки автомашина эгаси уни ўзи ишлатиб хизмат кўрсатганда ёки маҳсулот яратганда у тадбиркор бўлади. Агар бу мулк эгаси уни ижарага берса, ижарага олиб ишлатувчи, яъни товарлар ва хизматлар яратувчи тадбиркорлик қилган бўлади. Мулк эгаси

эса ижара бизнеси билан шуғулланган бўлади, лекин тадбиркор эмас. Катта пулдорлар ҳам борки, улар пулидан келган фоиз ҳисобидан бойлик орттирадилар ёки пулини (кўпинча валютани) қарзга бериб судхўрлик қиладилар. Булар ҳам пултопар бизнесчилар, лекин тадбиркорлар эмас.

Бизнес — энг аввал қонуний йўл билан, рухсат берилган иш билан шуғулланиб пул топишдир. Ўзининг характерига қараб бизнес очик — қонуний ва яширин — ғайриқонуний бўлади. Рухсат берилган бизнес қонунийдир, у ошкора олиб борилади. Бу ерда «Ошинг ҳалол бўлса кўчада ич» деган мақолга амал қилинади. Очик бизнес — бу кишилар ҳаётини фаровон қиладиган фаолиятдир. Яширин бизнес қонун йўли билан тақиқланган бизнесдир. Бунга мисол қилиб наркобизнесни ва қурол-яроғ бизнесини олиш мумкин, булар кишиларнинг, айниқса ёшларнинг соғлиғига путур етказди, уларни ёмон йўлга бошлайди.

Бизнес турлари унинг натижасида қандай товар ва хизматлар яратилишига ва қайси соҳада юз беришига қараб фарқланади (2.1-расм).



2.1-расм. Бизнес турлари.

Пулди — коммерция фаолият турлари қанчалик кўп бўлса, шунчалик бизнес турлари ҳам кўп бўлади, бизнес миқёси кенгайди.

## 2.2. БИЗНЕС БИЛАН КИМЛАР ШУҒУЛЛАНАДИ?

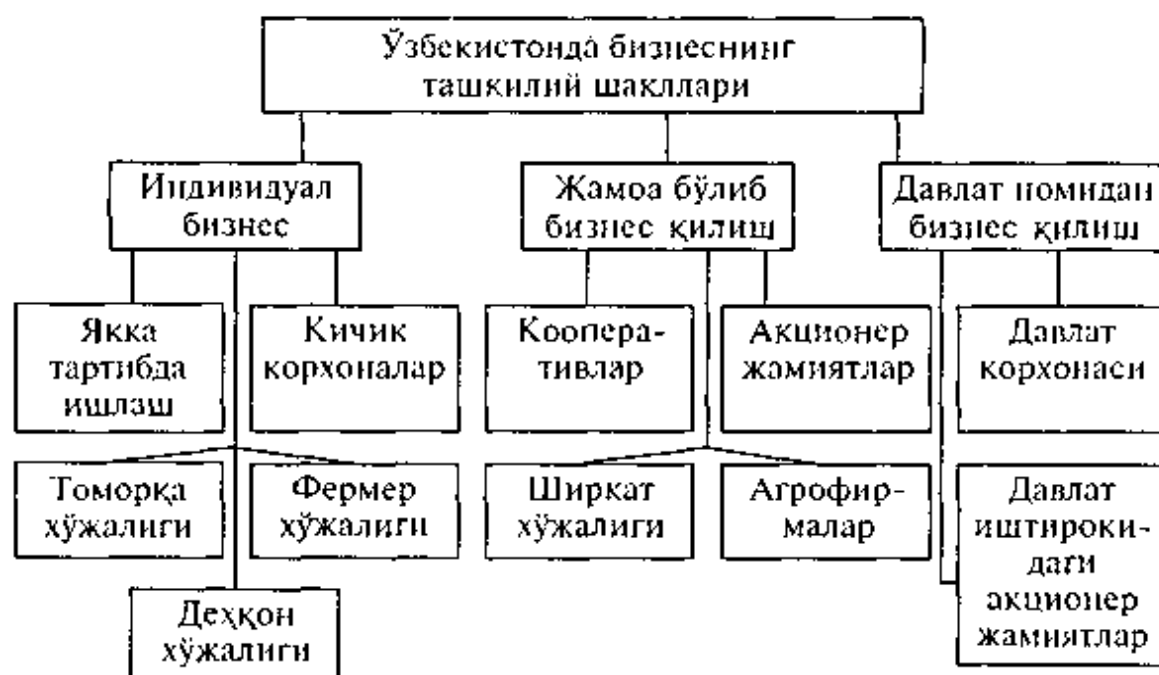
Бизнес билан ҳамма эмас, балки пул топиш қобилияти борлар шуғулланади. Пулни бетига қарамай сарфлаш ҳамманинг қўлидан келади, аммо пулни топиш, уни кўпайтириб бориш ноёб қобилият талаб қилади. Буни тadbиркорлик қобилияти дейдилар. Бу қобилият туғма, уни Яратган ҳаммага беравермайди. Шундай қобилият озчиликда бўлади ва улар бизнесчига айланадилар. Ҳозирги кунда мактабни битирувчиларнинг кўпи билан 5—8 фоизи бизнесга кириб боради. Бизнес билан шуғулланувчилар ҳар хил:

1) Индивидуал ёки якка тартибда, яъни шахсан ўзи ва оиласи билан бизнес қилувчилар.

2) Жамоа таркибида ёки шерик бўлиб бизнес қилувчилар.

3) Давлат бизнеси — давлат номидан бизнес қилиш.

Индивидуал бизнес энг тарқалган ва кўпчиликини қамраб олувчи бизнес, у хусусий мулкчиликка таянади. Жамоадаги бизнес ҳам ривож топган. У ширкатлар, кооперативлар, акционер жамиятлари доирасида юз беради. Давлат бизнеси эса чекланган, ўта муҳим соҳаларда сақланган. Ўзбекистонда ҳам бизнеснинг турли шакллари бор (2.2-расм).



2.2 - расм. Бизнеснинг асосий шакллари.

Бизнесни ишлаб чиқаришдаги корхоналар ва хўжаликлар иши билан чеклаб бўлмайди, чунки қаерда пул топиш мумкин бўлса, ўша ерда бизнес бўлади.

Пулли университетлар (масалан, АҚШдаги Гарвард университети), коллежлар, мактаблар, касалхоналар, ўйингоҳ, концерт заллари, киностудиялар, спорт клублари ҳам бизнес қилишади. Спорт клубларини олсак, улар спорт ўйинлари ва жангларини кўрсатиб пул оладилар, буларни кўрсатиш ҳуқуқини телекомпанияларга сотадилар, булар юзасидан қимор ўйнаб тикилган пулдан улуш кўрадилар, реклама учун пул оладилар, спортчиларни тайёрлаб сотадилар (масалан, бой футбол клуби зўр ўйинчини 20, 50 ва ҳатто 80 млн долларга олади). Хуллас, қаердан пул топишга кимнинг имкони бўлса, шу бизнес билан шуғулланади. Аммо бизнес билан ҳар хил даражада банд бўлишади.

### **2.3. АСОСИЙ ВА ЁРДАМЧИ БИЗНЕС**

Бизнес билан шуғулланувчилар учун бу иш асосий ва ёрдамчи фаолият вазифасини ўтайди. Бизнес қилиш асосий, бирламчи, иши бўлган корхона, ташкилотлар ва айрим фуқаролардан ташқари бу иш билан, иккиламчи, ёрдамчи машғулот сифатида шуғулланувчилар ҳам мавжуд. Масалан, дарс бериш ўқитувчининг асосий машғулоти, лекин у репититорлик қилиб пул топади, унинг ҳовлисида иссиқхонаси бор, ундан ҳам даромад олади, булар эса унинг бизнеси. Бошқа мисол: «Умид» жамғармаси ёшларни чет элга юбориб, уларнинг ўқиб келишини ташкил этади, бунга ҳақ олмайди. Бу бизнес эмас. Аммо «Наврўз» жамғармаси ҳам борки, у хайрия ишларидан ташқари, лотерея чиқаради, кичик корхоналарга эга, бу ҳам бизнес. Бизнес билан қисман бўлса-да олий ўқув юртлари, коллежлар, касалхоналар, поликлиникалар, касабача уюшмалари ҳам шуғулланади. Уларнинг коммерция бўлинмалари бўлиб, у ерда пулли хизмат кўрсатилади. Масалан, касалхонанинг умумий бўлимида касални текинга даволашса, коммерция бўлимида бунинг учун пул оладилар. Институт ва университетларда контракт (битим) билан ўқувчи талабалар бор, ота-оналари бунинг учун пул тўлайдилар.



Ёрдамчи бизнес билан Ўзбекистонда ишчилар, хизматчилар, деҳқонлар ва ҳатто пенсионерлар ҳам шуғулланадилар, лекин бу ҳар хил даражада кечади, шу боис ундан келган даромаднинг аҳамияти ҳам турлича. Масалан, 2000 йил бошида Ўзбекистонда ишчилар даромадининг 5,6 фоизини, хизматчилар даромадининг 6,0 фоизини, пенсионерлар даромадининг 3,7 фоизини бизнесдан келган даромад ташкил этди.

Бизнес билан шуғулланувчилар кўп бўлса-да, уларнинг ҳаммаси ҳам бизнесмен — бизнесчи бўлавермайди.

Бизнесмен — бу бизнес билан онда-сонда, эрмак учун ёки ёрдамчи даромад топиш учун шуғулланувчи шахс эмас, балки бу иш билан муқим шуғулланувчи, уни ўз касбига айлантирган, унга ўз ҳаётини бахшида этган кишидир.

#### **2.4. ТАДБИРКОРЛИК БИЗНЕСНИНГ АСОСИЙ ТУРИ**

Тадбиркорлик қобилияти иқтисодиётнинг таянч устунларидан тўртинчиси ҳисобланади. Уларнинг олдинги учтаси табиат, меҳнат ва капиталдир. Тадбиркорлик қобилияти ишлаб чиқариш омили ҳисобланади, лекин бу маҳсулот ва хизматларни яратишда бевосита эмас, балки билвосита қатнашади, яъни унинг функцияси (вазифаси) ишлаб чиқаришни ва савдо-сотиқни бошқаришдир. Тадбиркорлик билан ҳамма шуғулланавермайди, чунки бу ноёб истеъдод, билим, маҳорат, тайёргарлик ва тажриба талаб қилади. Шу боис дунёдаги ишлайдиган кишиларнинг фақат 7—10 фоизи тадбиркорлик билан шуғулланади. Тадбиркорлик — бу бизнеснинг асосий ва энг тарқалган тури.

Тадбиркорлик бозор иқтисодининг таянч нуқтаси, унинг ишонган боғию суянган тоғидир, чунки бу фаолият орқали бозор талаби қондирилади, кишиларнинг фаровонлиги таъминланади. Тадбиркорлик бозор қоидаларига биноан юритиладиган иш. Унинг асосий тамойиллари қуйидагича:

**1. Тадбиркорлик мустақил иқтисодий фаолият бўлиши.** Нимани, қанча ва ким учун ишлаб чиқариш зарур деган масала бозор талабига биноан мустақил равишда, ҳеч бир

таъйиқсиз ҳал этилади. Масалан, деҳқон хўжалигида нима экишни, дўконда нима сотишни улар соҳибининг ўзи ҳал қилади. Мустақилликни тадбиркорлик қилувчи кишининг мулк эгаси бўлиши таъминлайди.

**2. Фойда олишдан иборат иқтисодий манфаатга эга бўлиш.** Яхши фойда кўриш, биринчидан, тадбиркорлик қилувчиларни бой бўлишига қаратилиб, уларда фаоллик уйғотса, иккинчидан, бу тадбиркорлик ривожини кафолатлайди, чунки фойда бизнесга қўйилган пулга (капиталга) кўшилиб бизнес ишини кенгайтиради.

**3. Иқтисодий масъулият ва мажбуриятни ўз зиммасига олиб, қўрқмай таваккалига иш қила билиш.** Иқтисодда кутилмаган ва ҳатто кўнгилсиз ҳодисалар эҳтимоли мавжуд. Тадбиркорликка қўл урганлар бундан чўчимай, белгиланган мақсад сари интилишлари талаб қилинади. Бу ерда «Чумчуқдан қўрққан тарик экмайди» деган мақолга амал қилиш талаб қилинади.

**4. Меҳнаткаш бўлиш, доимо изланишда бўлиб, новация (янгилик)га интилиш.** Бусиз тадбиркорлик иқтисодни ривожлантирувчи куч бўла олмайди. Тадбиркорликни тиниб-тинчимас чумолилар ва асаларилар ишига қиёслаш мумкин.

**5. Ҳалол бизнес қилиш.** Тадбиркорлик қонун-қоидалар асосида, маданий усулларда олиб борилади, бу ерда фирмомлик ва ўйинбузуқиликка йўл берилмайди. Бизнесчилар обрў-эътиборли, яъни имижига эга бўлишлари ва буни эъзозлаб, ўз шаънига доғ туширмасликлари талаб қилинади. Бунда «Пул кетса кетсин обрў кетмасин» қабилида иш юритилиши керак бўлади.

**6. Тадбиркорлик сирининг (буни коммерция сирини деб ҳам юритилади) сақланиши.** Бизнес ишининг ўз нозик томонлари борки, улар рақобатда қўл келади ва рақиблардан сир сақланиши керак.

Шу қоидаларга риоя этган ҳолда бизнес қилувчи кишилар тадбиркорлар тоифасини ташкил этади.

## 2.5. ФИРМАЛАР

Тадбиркорлик аксарият ҳолларда фирмалар доирасида боради. **Фирма** инглизча (firm) сўз бўлиб, **коммерция корхонаси** деган маънони билдиради. Фирма саноат,

транспорт, савдо-сотиқ ёки қурилиш соҳасидаги корхона. Қишлоқ хўжалигидаги корхона эса фермер хўжалиги ва агрофирма деб юритилади.

Фирма ишлаб чиқарувчилар жамоаси бўлиб, бу ерда фирма эгалари, фирманинг менежерлари (бошқарувчилари) ва ёлланиб ишловчилар бирлашади. Уларни бирлаштирувчи куч — бу фирма жамоасининг фойда топишдан иборат гуруҳий манфаатининг умумийлигидир.

Мулкий жиҳатдан фирмалар 4 хил бўлади: **хусусий, давлат, жамоа ва аралаш** (хорижийлар иштирокидаги) фирмалар.

Корхонадаги мол-мулк фирма эгасига қарашли бўлади, лекин фирма соҳиби якка бир киши бўлиши шарт эмас, у бир неча соҳибларнинг шерикчилигидаги мулки бўлиши ҳам мумкин. Менежерлар мулкдор номидан фирмани бошқариш билан шуғулланадилар. Ёлланиб ишловчилар — булар ишчи ва хизматчилар бўлиб, улар ўз меҳнати билан маҳсулот яратадилар ёки хизмат кўрсатадилар.

Фирманинг 3 та асосий белгиси мавжуд:



1. Фирма меҳнат тақсимоотида ўз ўрнига эга, яъни муайян вазифаларни бажаради. У ихтисослашган, ҳамма иш билан эмас, балки ўзига биркитилган, айрим иш билан шуғулланади. Фирма бир ёки бир неча турдаги маҳсулот чиқаради, муайян турда хизмат кўрсатади, бозорнинг маълум қисмида ўрин эгаллайди. Ҳозирги кунда 25—30 млн хил маҳсулот ва хизматлар бўлиб, буларни, шубҳасиз, миллионлардан иборат фирмалар яратади.



2. Фирмалар ишлаб чиқаришнинг дастлабки бўғини, худди шу ерда талаб-эҳтиёжни қондирувчи маҳсулотлар чиқарилади, товар ишлаб чиқарувчи ўзи учун эмас, бозорда сотиш учун маҳсулот ва хизматларни яратади. Шу ерда ре-

сурслар бирикиб, ишлаб чиқариш юз беради.

3. Фирма иқтисодий мустақил бўлади, яъни нимани, қанча ва қандай ишлаб чиқаришни, уни кимга ва қанчадан сотишни, даромадни қандай ишлатишни ўзи ҳал қилади. Ташқаридан туриб ҳеч ким унга тазйиқ ўтказа олмайди, у фақат бозор талабига биноан ишлайди.

## 2.6. ФИРМА ТУРЛАРИ

Фирмалар мулкӣй, ташкилий-ҳуқуқӣй, фаолият кўлами ва фаолият доирасига қараб турланадилар. Мулкӣй жиҳатдан хусусий, жамоа ҳамда давлат фирмалари ва аралаш фирмалар мавжуд.

Ташкилий-ҳуқуқӣй жиҳатдан фирмалар қуйидаги турларга бўлинади:

1. **Индивидуал**, яъни **якка фирма**. Бу айрим шахсларга ёки оилаларга қарашли корхона. Хусусий фирма эгаси якка соҳиб, топилган фойдани ўзи олади, яъни уни бошқалар билан баҳам кўрмайди, зарарни ҳам фақат ўзи кўтаради.

2. **Ширкат фирмаси**. Бу бир неча соҳиблар мулкани бирлаштириш ва тадбиркорликдан олинган фойдани баҳам кўришга асосланган шерикчилик фирмасидир.

Ширкат, биринчидан, кичик миқдордаги пулларни жамлаб тадбиркорликка қўйиш имконини беради; иккинчидан, тадбиркорлик учун жавобгарликни кўпчилик зиммасига юклайди; учинчидан, кўпчиликка, ҳатто пули озларга ҳам тадбиркорлик билан шуғулланишга имкон беради. Ширкат фирмалар ҳозир кенг тарқалган, улар икки хил бўлади:



AJ Quvasoy sement



а) **Масъулияти чекланмаган фирма.** Бу тадбиркорлик масъулиятини шериклар ўртасида турлича тақсимланишига асосланган фирма. Мулк ҳиссадорлари тўла ҳуқуқли шериклар ва ҳуқуқи чекланган шерикларга бўлинади. Тўла ҳуқуқли шериклар фирманинг ҳам жавобгарлигини, ҳам фойда-зарарини баҳам кўрувчилардир. Улар фирма фойдасидан кўйган пулига қараб улуш оладилар, зарарни ҳам биргаликда қоплайдилар. Агар 5 киши шерик бўлса-ю, улардан 2 тася фирма зарарини тўлашга қодир бўлмаса, қолган 3 шерик улар зиммасидаги зарарни ҳам ўзиникига кўшиб кўтаради. Бу ерда “Кемага тушганнинг жони бир” деган мақолга амал қилинади.

б) **Масъулияти чекланган фирма.** Унинг капитали шерикларнинг пай пули (ҳиссаси) ҳисобидан шаклланади. Шундай фирмалар номига “лимитед” деган сўз кўшилади, бу инглизча “чекланган” деган маънони билдиради. Бундай фирманинг мажбурияти фақат дастлабки (низом) капитали билан таъминланади. Унинг тўлов мажбуриятидаги бундан ортиқча бўлган қарзни ҳеч қандай йўл билан ундириб бўлмайди. Масъулияти чекланган фирмаларнинг ҳозир энг кенг тарқалган шакли акциядорлик—ҳиссадорлик жамиятлари (АЖ) ёки корпорациялардир. Жамият капиталига қараб махсус қийматли қоғоз — акция чиқаради. Акцияни сотиб олганлар ҳиссадорларга айланадилар ва фойдадан ўз ҳиссаси — яъни акцияси миқдорига қараб дивиденд деган даромад оладилар. Ҳиссадорлик жамиятлари 2 хил бўлади: 1) ёпиқ жамият, унинг акциялари маълум кишилар, масалан, фақат корхона ишчи ва хизматчиларига сотилади; 2) очик жамият, унинг акциялари ҳамма хоҳловчиларга эркин сотилади. Акция эгаси корхонада ишлаши шарт эмас. Фирмалар бирлашмаси ҳам бўлади. Буларнинг энг кўп учрайдиган тури холдингдир.



Ўзбекистон-Италия  
қўшма корхонаси

Холдингдаги бош корхонани она корхона деб атайдилар. Унинг атропофида бола корхоналар (қиз корхоналар) бирлашади. Холдингнинг мақсади корхоналар мустақиллиги сақланган ҳолда улар ишини мувофиқлаштириш бўлади. Мисол учун нефть холдингини кўрамиз (2.3-расм).



2.3-расм. Нефть холдингининг таркиби.

Йирик фирмаларнинг турли ерларда, ҳатто чет элда филиаллари — шахобчалари бўлади, лекин улар мустақил бўлмаганидан бош фирманинг бир қисми сифатида иш юритадилар. Кимга тегишли бўлишига қараб фирмалар миллий, хорижий, аралаш (миллий-хорижий), миллатлараро ёки халқаро бўлади. Халқаро фирмага мисол қилиб ДЭУ корпорациясини олиш мумкин. Турли мамлакатлар капиталига таянган ва халқаро миқёсда иш юритувчи фирмалар трансмиллий корпорациялар (ТМК) деб юритилади.

## 2.7. ТАДБИРКОРЛИК РИСКИ

**Риск** инглизча (risk) сўз бўлиб, таваккалчилик деган маънони англатади. Рискка бозорнинг ҳамма иштирокчилари каби тадбиркорлар ҳам йўлиқади. Хўш, риск нима?

**Тадбиркорлик rischi — бу фирманинг мўлжаллаган мақсадига эриша олмай қолиш хавф-хатари.**

Риск иқтисодда бор нарса, лекин бир фирма rischi катта бўлса, бошқасиники кичик бўлади. Riskнинг сабаби бозорда ноаниқлик бўлишидир. Фирмалар ғоят кўп,

улар бир-биридан алоҳида, мустақил иш юритади, ўзаро рақобатлашади, бир фирма бошқаси нима иш қилишини олдиндан билмайди, уларни ўзаро боғлаб турувчи воқита бозордир, улар нима қилганлиги бозорда маълум бўлади. Фирмалар яхши ишлаган бўлса, товарлари сотилади, фойдаси кўпаяди, ёмон ишлаган бўлса, бунинг акси юз беради. Фирма бозордан келган сигнал — ахборотга қараб ишлайди. Бу ахборот симметрик ва асимметрик бўлади. Симметрик ахборот — бу ҳақиқий бўлиб, бозордаги реал ҳолатни билдиради. Асимметрик ахборот бозордаги ҳолатни тўла ва реал акс эттирмайди.

Ахборот ҳақиқий бўлмай, вазиятни чала акс эттирган ҳолда фирма унга биноан иш қилганида рискка дуч келади.

Фирма рискининг уч тури бор:

1. **Ишлаб чиқариш rischi.** Бунда фирма ўзи кўзлаган миқдордаги ва турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқара олмайди.

2. **Тижорат rischi.** Бунда фирма ўз товарларини мўлжалланган ҳажмда ва нарҳда сота олмай қолади.

3. **Молиявий риск.** Бунда фирма кутилган фойдага эриша олмайди ёки зарар кўради, акциясини яхши пуллай олмайди, солиқ ортиб кетади, давлатдан кутган молиявий ёрдами камаяди ёки умуман тегмайди.

Бизнесчилар рискка турлича қарайди. Улардан бирлари рискка боришга тайёр туришади, хатар борлигини билатуриб таваккалига, ё остидан, ё устидан, деб иш бошлайди. Бошқалари рискка бефарқ қарайдилар, “Бўлса бўлар, бўлмаса ундан нари”, деб ўз ишида давом этадилар. Яна бошқалари умуман рискни хуш кўрмай, уни четлаб ўтишга интиладилар.

Риск катта бўлганда унга бориш катта фойда келтириши мумкин, лекин хатар ҳам кўп бўлади. Рискка борилмаганда кам фойда билан қаноатланишга тўғри келади, лекин хотиржамлик бўлади. Одатда йирик ва бақувват фирмалар рискка кўпроқ борадилар, кичик ва заиф фирмалар хонавайрон бўлмаслик учун риск қилмасликка мойил бўладилар. Аммо ҳеч ким рискдан кафолатланмайди, лекин унинг олдини олиш ёки камайтириш мумкин.

## 2.8. БИЗНЕСНИНГ АХЛОҚИЙ ҚОИДАЛАРИ

Бизнес кўпчилик билан бўладиган иш, шу сабаб бизнесчида виждон, имон, ор-номус, Яратгандан кўрқиш каби хислатлар бўлиши талаб қилинади, чунки бизнесда олди-берди доимо бўлади, яъни бир товар олиниб, бошқаси сотилади, қарз олинади, қарз берилади, доимо ўртада пул юради. Расмий ва норасмий қоидаларига итоат қилиш талаб қилингандагина бизнес маданий фаолият бўлиши мумкин, акс ҳолда у бир-бирини алдаш ва қаллобликка айланади. Бизнеснинг расмий қоидалари — бу қонун ҳужжатларида ва давлат йўриқларида белгиланган бизнес юритиш тартиби. Норасмий қоидалар қонун йўли билан белгиланмаган, лекин азалдан одат тарзида сақланиб келган қоидалар. Булар жумласига лафз ва ҳалоллик қоидасини киритиш мумкин. Лафз деган нарса — бу сўзининг устидан чиқиш, ваъдага вафо қилиш, бошқалар олдидаги ўз мажбуриятларини қанда қилмай бажариш демакдир. Лафзга амал қилинмаса бизнесчининг путури кетади, у бизнес оламида обрўсизланади. Лафз — бу мажбуриятларни шунчаки адо этиш эмас, уни ҳалоллик билан вақтида адо этишдир. Шунинг учун лафзи ҳалоллик тушунчаси бор:

Бизнеснинг талаби — бу ҳалол билан ҳаромни ажратишдир. Қуръони каримда одамлар учун ҳалол луқма қоидаси тақдим этилган. Иқтисодий маънода ҳалол нарса — бу ўзганинг ҳақиқа хиёнат қилмасдан, ўз кучи, ақлидроки ва капиталини ишлатиб топилган неъматлар ёки пул. Иқтисодий маънодаги ҳаром нарса — бу ўзганинг рисқини қийиб, унинг ҳақиқа хиёнат қилиб топилган моддий ёки пул шаклидаги бойлик. Ислом инсонга ҳаромдан ҳазар қилишни, ундан йироқда юришни буюради. Пайғамбаримиз: «Ҳаром луқмани тарк қилиш мен учун икки минг ракаат нафл намоздан яхшироқ», деб айтган эканлар (Самарқандий. “Танбеҳул ғофилийн”, 2-қисм, 122-бет).

Ҳаромдан қилинган садақанинг эса на савоби, на баракаси бўлар экан. Самарқандий савдо ишидаги бизнес ахлоқий қоидасини аниқ белгилаб берган эканлар: “Савдогар тижорат қилиш учун зарур бўлган миқдорда илм олиши зарур, судхўрлик билан емаслик, ҳалол ва ҳаром орасини ажратиш, молига ҳаромни аралаштирмаслик,



ҳаром молдан олмаслик, тўғрилиқ ва ёлғонликни билиб олиш зарур» («Танбеҳул ғофилийн» китобидан).

Бизнеснинг ахлоқий қондаси фақат пулни қандай топишга эмас, балки уни қандай сарфлашга ҳам тааллуқлидир.

Маданий бизнес дабдабани ва ўз бойлигини кўз-кўз қилишни инкор этади, уни эл-юрт ва ватан равнақи йўлида сарфлаш зарурлигини билдиради. Турк адиби бир бойнинг дабдабали ҳаётини қуйидагича ҳикоя қилади: унинг ошаси ўрнида қолган бирдан-бир холаси бўлади. Холаси ўлгач, уни кўмиш маросимига катта пул сарфлаб, отлиқ полициячиларни, журналистларни чақиради, газета ва журналларга пул тўлаб маросимдан репортажлар бердиради. Бу билан марҳум холаси баҳона ўзини реклама қилади. Буни эшитган ва кўрганлар «Бечора хола нимадан ўлим топибди?» деб сўрашганда, бу муштипар ва нуроний аёлнинг очликдан қазо қилгани маълум бўлади. Хуллас, оч холасига бир бурда нон бермаган бой у ўлгандан сўнг ўзини улуғлаш учун катта пул сарфлаган экан. Бизнес бундай дабдабани тан олмайди. Дабдабани ислом дини ҳам маъқулламайди. Ҳадисларда айтилишича, дабдаба Яратганга ҳам маъқул эмас. Бизнес иши бойликни истеъмол йўлида соғуришни ҳам инкор этади. Бизнесчи, шубҳасиз, топганига яраша яхши яшаши лозим, лекин бу исрофгарчилик ва нонкўрлик қилиш дегани эмас. Ҳар қандай кўп пулнинг ҳам ўз ҳисоб-китоби бор, шунинг учун халқимизда «Пулнинг ўзини топишдан кўра унинг ҳисоб-китобини топиш қийин» деган нақл бор. Маданиятли бизнесчининг юриш-туришида камтарлик акс этади, у ўз шахсий истеъмоли билан бошқалардан ажралишга интилмайди, айш-ишратга берилмайди.

## I. Таянч тушунчалар

- |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| 1. Бизнес.        | 7. Ширкат фирма.         |
| 2. Бизнесчи.      | 8. Акционер жамият.      |
| 3. Ошкора бизнес. | 9. Холдинг.              |
| 4. Яширин бизнес. | 10. Тадбиркорлик rischi. |
| 5. Фирма.         | 11. Лафз.                |
| 6. Якка фирма.    | 12. Ҳалоллик.            |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Бизнес деганда нимани тушунаси?
2. Бизнеснинг қандай турлари бор?
3. Ўзбекистонда бизнес қандай шаклда олиб борилади?
4. Ким бизнесмен — бизнесчи ҳисобланади?
5. Тадбиркорлик нима дегани?
6. Тадбиркорлик қандай тамойилларга асосланади?
7. Фирманинг қандай асосий белгилари бор?
8. Якка ва ширкат фирмалари нима билан фарқланади?
9. Тадбиркор рискнинг қандай турлари бор?
10. Бизнесда ахлоқнинг қандай талаблари бор?

## III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумладан тушириб қолдирилган сўзларнинг тўғриси топиб ўрнига қўйинг: а) Бизнеснинг асосий тури ..... дир. б) Асосий ва ..... бизнес бўлади. в) Бизнес ахлоқининг асосий талаби ..... дир.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уриниб кўринг:

а) Фермер ширкат хўжалигидан 10 гектар ерни ижарага олиб деҳқончилик қилди ва 5 млн сўм фойда кўрди. Ширкат хўжалиги эса фермердан 1,5 млн сўм ижара ҳақи олди. Бу ерда ким тадбиркорлик қилди? б) Сиз бўш вақтингизни уйингиз олдидаги магазинда ишлаб пул оласиз. Сизнинг акангиз эса доимо улгуржи бозордан товар олиб, шу магазинда чаканага сотиб юради. Бу ерда ким тадбиркорлик қилади, ким ёлланиб ишлайди? в) Сиз бизнесга қизиқиб қолдингиз, уни ўрганиш учун кичик корхонаси бор танишингиздан корхонасининг йиллик ҳисоботини — кирим-чиқим, фойда-зарар қандай бўлишини билиш учун бериб туришини сўрасангиз, у рад жавобини берди. Нега у шундай қилди?

## III БОБ. ФИРМА ФАОЛИЯТИ ВА УНИ БАҲОЛАШ

### 3.1. ФИРМАНИНГ КАПИТАЛИ

Фирма фойда топишдан иборат мақсадига эришиш учун товар ва хизматларни яратиши ҳамда уларни сотиши керак. Бунинг учун эса ресурслар зарур, уларни ҳеч ким текинга бермайди, шу сабабдан фирма пул сарфлаши, яъни ўз ишига капитал қўйиши керак.

**Капитал фирманинг фойда олиш учун қўйилган пулдир.**

Капитал фирманинг таъсисчилари қўйган ёки қарз кўтарилган пул бўлади. Фирма шу пулга керакли ресурслар (масалан, машина-ускуна, бинолар, хом ашё, ёқилғи бутловчи қисмлар ва иш кучи)ни сотиб олади. Булар қанчалик кўп керак бўлса ва қиммат турса, шунчалик капитал ҳам кўп талаб қилинади ва аксинча бўлса кам капитал керак бўлади. Фирманинг пул шаклидаги капиталининг бир қисмига машина-ускуна, бинолар олинадики, булар фирмага узоқ йиллар хизмат қилади. Машина-ускуна тўзиб бўлгунигача, айтайлик, 5 йил хизмат қилса, бинолар 50—100 йил мобайнида хизмат қилади. Аксинча, хом ашё, ёқилғи, материаллар тайёр маҳсулот чиққунга қадар, масалан, бир ой хизмат қилади, иш кучи ишга ёлланилган муддатда хизмат қилади, масалан, бир йил ишлатилади. Қандай ресурсларга сарфланишига қараб фирма капитали 2 хил бўлади:

1. **Асосий капитал** — бу узоқ вақт хизмат қилувчи моддий ресурсларга сарфланган ва ўзини шу вақт давомида оқловчи капиталдир. Масалан, фирма 100 млн сўм турадиган станоклар сотиб олган. Станоклар 5 йил хизмат қилади, уларга сарфланган пул ҳар йилига ( $100:5=20$ ) 20 млн

сўмдан товарлар нархига киради, улар сотилгач эгасига қайтиб келади. Мана шу пул амортизация ажратмаси бўлади.

2. **Айланма (оборот) капитал** — бу қисқа вақтда ишлатиладиган моддий ва меҳнат ресурсларига сарфланган ва шу вақт давомида эгасига қайтиб келадиган капитал. Масалан, фирма 100 млн сўмлик станокни ишлатиш учун хом ашё, электроэнергия, ҳар хил материаллар ва бутловчи қисмларни 50 млн сўмга сотиб олади, яна 50 млн сўмга ишчиларни бир йилга ёллайди. Булар товар чиқариб сотилгач, масалан, бир ойдан сўнг эгасига қанчаси кетганига қараб қайтиб кела бошлайди. Биринчи 50 млн сўм ойига 10 млн сўмдан 5 ойда қайтиб келади, иккинчи 50 млн сўм 25 млн сўмдан 2 ой деганда қайтади. Мисоллардан хулоса чиқарсак, асосий капитал ғоят секин айланади. Айланма капитал анча тез айланади.

### 3.2. ФИРМА ХАРАЖАТЛАРИ

Фирмага қўйилган пул шаклидаги капитални бир йўла қилинган харажатлари ёки капитал сарфлари десак бўлади. Капитал айланиши мобайнида қўйилган капитал замирида фирманинг жорий — қисқа муддатли харажатлари шаклланади.

Иқтисодда шундай қоида бор: харажатсиз даромад бўлмайди. Шу қоидага биноан фирма фойда олиш учун харажат қилиши шартки, бу амалда доимий ва айланма капиталнинг жорий сарфидир.

Ресурслар сотиб олиш, товар ва хизматлар яратиш, уларни сотиш билан боғлиқ бўлган қисқа муддатли сарфлар фирманинг харажати деб аталади.

Харажатлар ресурсларнинг бозор нархига ва уларни нақадар тежамли ишлатилишига боғлиқ бўлади. Муайян вақтда, масалан, бир йилда қилинган жами сарфлар ялли ёки **умумий харажатлар** бўлади. Улар доимий ва ўзгарувчан харажатлар йиғиндисидан иборат.

**Миқдори ишлаб чиқариш ҳажмига қараб ўзгармайдиган харажатлар доимий харажатлар дейилади.**

Булар жумласига ижара ҳақи, фоиз тўловлари, реклама ҳақи, гаров пули, амортизация ажратмаси, суғурталаш пули ва олдиндан тўланиши зарур бўлган маошлар киради. Буларнинг миқдори фирманинг қанча ишлаб чиқаришига боғлиқ эмас ва ҳатто фирма ишламаган тақдирда ҳам улар тўланиши керак.

Масалан, фирма банкдан йилига 10 фоиз тўлаш шарти билан 100 миллион сўм олган, демак, у пул олганидан кейин уни ишлатадими ёки йўқми, барибир, банкка йилига 10 миллион сўм тўлаши шарт. Ёки бинони йилига 500 минг сўмга ижарага олган бўлса, уни ҳам тўлаши зарур.

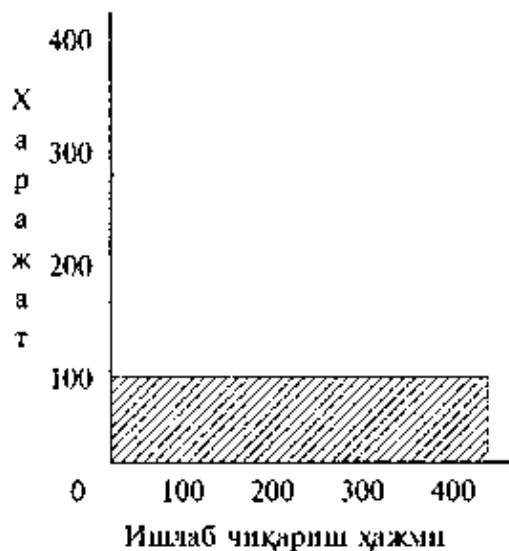
Шундай харажатлар ҳам борки, уларнинг миқдори ишлаб чиқариш ҳажмига қараб ўзгариб туради, булар жумласига иш ҳақи, хом ашё, ёқилғи, ёрдамчи материаллар, бутловчи қисмлар, транспорт харажатлари киради.

**Миқдори ишлаб чиқариш ҳажмига нисбатан тўғри мутаносибликда ўзгариб турувчи харажатларга ўзгарувчан харажатлар дейлади.**

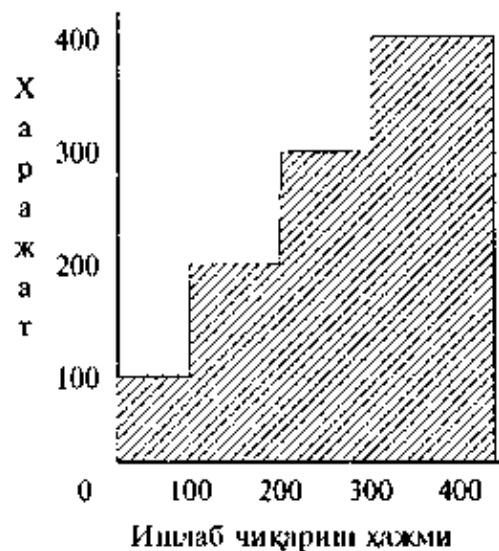
Бу харажатлар ишлаб чиқариш ҳажми ортса кўпаяди, қисқарса — камаяди.

Масалан, тўқимачилик фабрикаси 100 миллион сўмлик газлама тўқиб чиқариш учун 70 миллион сўм сарф қилди. Шундан 30 миллион сўм пахта толаси, 10 миллион сўм бўёқ, 10 миллион сўм электроэнергияга, 10 миллион сўм иш ҳақига сарф қилинди. Қолган 10 миллион сўм машина-ускуналар амортизацияси, ижара ҳақидан иборат. Айтайлик, фабрика газлама тўқиб чиқаришни 20 фоиз ошириб, маҳсулот ҳажмини 120 миллион сўмга етказди. Бунинг учун кўшимча равишда пахта учун 6 млн сўм, бўёқ учун 2 млн сўм, электроэнергия учун 2 млн сўм, иш ҳақи учун 2 млн сўм сарфлайди. Аммо бу иш учун ижара ҳақи, машина-ускуналар сарфини ошириш талаб қилинмайди, улар 10 млн сўмликча қолади. Харажатлар фарқини англаш учун икки чизмани солиштирамиз (3.1, 3.2-расмлар).

Биринчи чизмада ишлаб чиқариш ҳажми 0дан 400 га қадар ўзгарганда доимий харажатлар ўзгармай 100 birlikликча қолади. Иккинчи чизмада ишлаб чиқариш



3.1-расм. Донмий харажатлар.



3.2-расм. Ҷзгарувчан харажатлар.

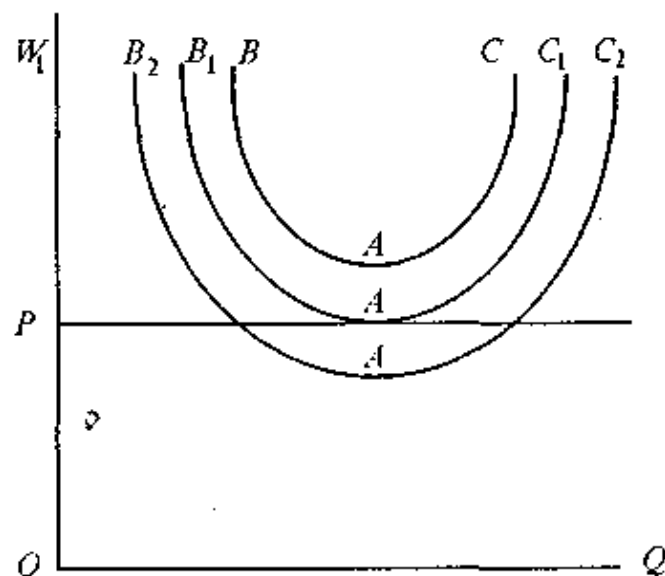
ҳажми 0 дан 400 га қадар ортиб боришига монанд равишда харажатлар ҳам Одан 400 бирликкача ортиб борган.

Фирмани қизиқтирадиган нарса у яратган товар ёки хизмат унинг учун қанча туришидир. Буни эса ўртача харажат билдиради.

**Ўртача харажат** — бу товар, хизмат ва бажарилган иш бирлигига кетган сарфлардир. Буни **таннарх** деб ҳам атайдилар.

Ўртача харажатни ( $W_1$ ) аниқлаш учун ялпи харажатлар ( $W$ ) чиқарилган товарлар сонига ( $Q$ ) бўлинади. Бунда  $W_1 = \frac{W}{Q}$  бўлади. Масалан, кичик корхона 100 минг дона пиёла чиқариш учун 12 млн сўм сарфлади. Бунда бир дона пиёла чиқариш ёки ўртача харажат  $W_1 = \frac{12 \text{ млн}}{100 \text{ минг}} = 120$ . Демак, битта пиёла фирмага 120 сўмга тушган, фойда олиш учун пиёла бундан ошиқроқ нархда сотилади. Демак,  $P > W_1$  бўлганда фойда кўрилади.  $P = W_1$  бўлганда харажат қопланади, аммо зарар кўрилмайди. Бордию  $P < W_1$  бўлса, зарар кўрилади. Буни тушуниш учун чизмага назар ташлаймиз (3.3-расм).

Чизмада ёйсимон чизиқлар ўртача харажатларни билдиради. Уларни нарх чизиғи  $P$  га яқинлашиш нуқтаси  $A$  га нисбатан ҳар хил.  $BC$  да  $A$  нуқта нархдан ( $P$  дан) юқори, демак, зарар бор.  $B_1C_1$  чизиғида  $A$  нуқта  $P$  чизиғига тегиб ўтади, демак, харажат нархга тенг, зарар йўқ, фойда



3.3-расм. Ўртача харажатнинг нархга нисбатан ҳар хил бўлиши.

ҳам йўқ. Ниҳоят,  $B_2, C_2$  чизигининг  $A$  нуқтаси  $P$  дан пастда жойлашган, демак, фойда кўрилади, чунки харажат нархдан паст.

### 3.3. ДАРОМАД

Фирма харажатларини қоплаши ва фойда кўриши учун ўзи чиқарган товарлар, бажарган ишлар ва кўрсатилган хизматларига бозор нархларига қараб пул олиши керак.

**Товар ва хизматларни сотишдан фирма ихтиёрига келадиган пул тушуми унинг даромади бўлади.**

Фирманинг умумий даромади ( $D$ ) унинг қўлига тушган жами пул. Унинг миқдори сотилган товарлар миқдорига ( $Q$ ) ва ҳар бир товарнинг нархига ( $P$ ) боғлиқ. Агар фирма товарни кўп чиқарса ва яхши пуллай олса, унинг даромади кўп бўлади, чунки  $D=Q \times P$ . Масалан, фирма ҳозир 100 минг дона товар чиқариб, унинг ҳар бирини 5 минг сўмдан сотса, унинг даромади  $D=100 \text{ минг} \times 5 \text{ минг} = 500 \text{ млн сўм}$  бўлади. Бордию у кейинчалик 120 минг дона товар чиқариб, унинг ҳар бирини 6 мингдан сотса, унинг даромади  $D=120 \text{ минг} \times 6 \text{ минг} = 720 \text{ млн сўм}$  бўлади.

Яхши даромад топиш учун фирма бозорбоп товарни чиқариши керак, чунки шундагина уни яхши пуллай олади. Фирма даромадининг миқдори унинг иш кўламига ҳам

боғлиқ бўлади. Агар йирик фирма кўп товар чиқарса, кичик фирма оз чиқарди, натижада улар ҳар хил тушумга эга бўладилар.

Фирма учун фақат умумий (ялпи) даромад эмас, балки ўртача даромад ҳам муҳим, чунки бу қанчага тушган битта товардан қанча пул келганини билдиради. Ўртача даромад ( $D_1$ ) — бу товар бирлигини сотишдан келган пул. Уни аниқлаш учун жами пул тушуми ( $D$ ) сотилган товарлар миқдорига ( $Q$ ) бўлинади. Бунда  $D_1 = \frac{D}{Q}$  ҳосил бўлади. Агар фирма 180 млн сўмлик тушумни 20 минг дона товар сотишдан олган бўлса, бунда ўртача даромад  $D_1 = \frac{180 \text{ млн}}{20 \text{ минг}} = 9$  минг.

Фирма қоқилмай-нетмай ишлаб кетиши учун унинг даромади харажатларни қоплашдан ортиб қолиши ва фойда олиш имконини бериши керак. Масалан, фирманинг битта товар чиқариши 7 мингга тушган ҳолда ундан келган ўртача даромад 9 минг бўлган. Демак, бунда  $D_1 > W_1$  бўлган, яъни  $9 > 7$ . Бунда 2 минг фойда бўлади ( $9 - 7 = 2$ ).

### 3.4. Фойда

Фойда олишга интилмаган фирма бўлмайди. Харажат қилишдан ҳам мақсад фойда кўришдир. Хўш, фойда нима?

**Фойда — бу ишбилармонлиги, капитал сарфлаб таваккалига хатарли ишга қўл ургани учун тадбиркорларга тегадиган пул мукофотидир.**

Иш кучи эгаси иш ҳақи деган даромад олса, фирма эгаси фойда шаклидаги даромадни олади. Фойда, биринчидан, капиталнинг, иккинчидан, ишбилармонликнинг маҳсулидир. Фойда деганда одатда иқтисодий фойда тушунилади.

Иқтисодий фойда ( $F$ ) даромад ( $D$ ) билан харажат ( $W$ ) ўртасидаги фарққа тенг бўлади, яъни  $F = D - W$

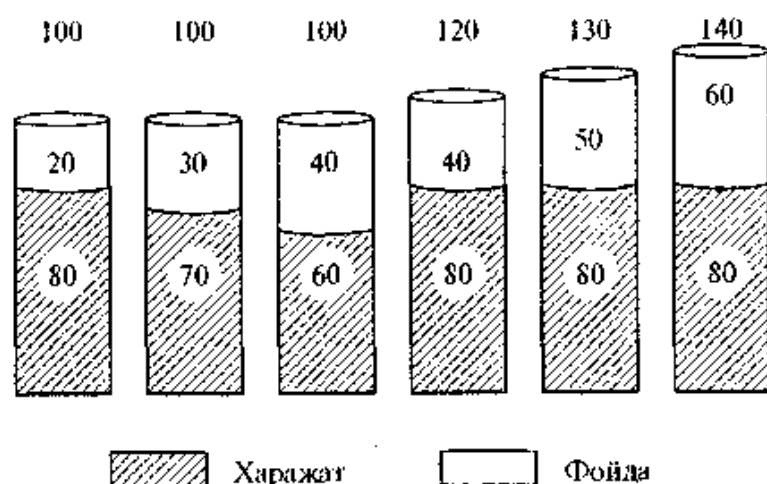
$$\boxed{\text{Даромад}} - \boxed{\text{Харажат}} = \boxed{\text{Иқтисодий фойда}}$$



Фойданинг миқдори унга таъсир этувчи омилларга боғлиқ бўлади. Булар нарх ва харажатдир. Шунга биноан иқтисодда шундай қоида мавжуд.

**Фойда миқдори нархга нисбатан тўғри мутаносибликда, харажатларга нисбатан тескари мутаносибликда ўзгаради.**

Харажатлар ўзгармаган тақдирда товар нархининг ортиши фойдани кўпайтиради, унинг пасайиши фойдани камайтиради. Бордию нарх ўзгармаган шароитда харажатларнинг ортиши фойдани камайтирса, уларнинг пасайиши фойдани кўпайтиради. Ҳар иккала ҳолда ҳам  $F = D - W$  бўлиши сақланиб қолади. Нарх ва харажат фойдани қарма-қарши йўналишда ўзгартиради. Харажатнинг ортиши фойданинг қисқаришини билдиради (3.4-расм).



3.4-расм. Даромад таркибида харажат ва фойда ҳиссасининг ўзгариши.

Биринчи 3 та устунда нарх ўзгармаган ҳолда ( $P=100$ ) харажатнинг ортиши ва пасайишининг фойдага таъсири кўрсатилган. Сўнгги 3 та устунда харажат ўзгармаган ҳолда нарх ортишининг фойдага таъсири кўрсатилган.

Фойда ортиб бориши учун нарх пасайган тақдирда харажат ундан кўпроқ пасайиши зарур ( $P = -5\%$  бўлса,  $W = -8\%$ ) ва шунингдек, харажат ошган тақдирда, нарх ундан кўпроқ ортиши керак ( $W = +10\%$  бўлса,  $P = +12\%$ ). Бу тушунарли, чунки қанчалик  $P > W$  бўлса, шунчалик уларнинг фарқи — фойда ортиб боради. Харажатнинг фойдага таъсирини меҳнат унумдорлиги юзага келтиради.

Меҳнат унумдорлиги харажатларни пасайтириш орқали фойдани оширади, шу сабабли фойдани кўпроқ олиш омили ҳисобланади.

Фойдани максимумлаштириш юксак меҳнат унумдорлигини талаб этади, бу эса иқтисодий равнақ омили ҳисобланади.

### 3.5. РЕНТАБЕЛЛИК

**Рентабеллик** ёки **фойдалилик** фирма зарар кўрмай фойда олиб ишлашини билдиради. Фойда фирма ишининг молиявий натижасидир. Рентабеллик фирма нима сарфлаб нимага эришганини билдиради.

Уни аниқлаш учун олинган фойда қилинган харажатлар билан таққосланади. У одатда бир йилга ҳисобланади.

Ишлаб чиқаришдаги **фойдалилик (рентабеллик) даражаси** фойда нормаси бўлиб, икки усулда аниқланиши мумкин.

Биринчи усулда фойда миқдори ( $F$ ) ишлаб чиқаришга қўйилган капиталга ( $K$  — асосий ва айланма маблағларнинг ўртача йиллик миқдори) бўлинади ва фоизларда ифодаланади. Бунда  $Ri = \frac{F}{K} \times 100$ . Масалан, фирма 100 миллион сўм капитал қўйиб 10 миллион сўм фойда кўрса, рентабеллик қуйидагича бўлади:

$$Ri = \frac{F}{K} \times 100 = \frac{10}{100} \times 100 = 10\% \quad Ri = 10 \text{ фоиз}$$

Бу олинган фойда фирма сарфлаган капиталнинг неча фоизига тенг деган маънони билдиради. Капитал фирманинг бир йўла сарфи бўлса, унинг жорий сарфи бўлган харажатлар ҳам бор. Рентабеллик даражасини ҳисоблашнинг иккинчи усулида фойда миқдори жорий харажатлар миқдори ( $W$ ) билан таққосланади:  $Ri = \frac{F}{W} \times 100$ . Агар фирманинг ишлаб чиқариш учун қилган жорий сарфи 15 миллион сўм бўла туриб 3 миллион сўм фойда кўрса, рентабеллик қуйидагича бўлади:

$$Ri = \frac{F}{W} \times 100 = \frac{3}{15} \times 100 = 20\% \quad Ri = 20 \text{ фоиз}$$

Рентабеллик қаерда пул кўп фойда келтирса, унинг шу ерга қўйилишини билдиради. Аммо пул эгаси оз бўлсада кафолатланган даромад топмоқчи бўлса, пуlining рентабеллиги паст, аммо бежавотир фойда берувчи соҳага ёки тезда кўп даромад топмоқчи бўлса рентабеллиги юқори бўлган, лекин rischi ҳам катта соҳага қўйиши мумкин.

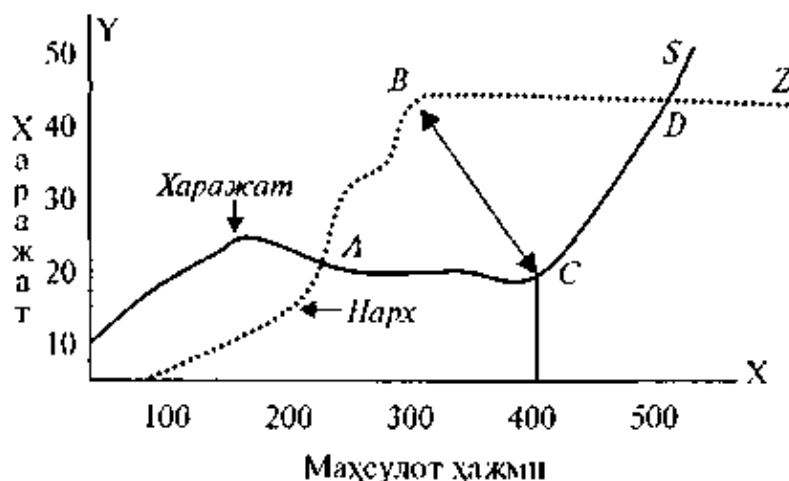
### 3.6. Фойдани максимумлаштириш

Кўпчилик фирмалар фойдани максимумлаштиришни пировард мақсад деб билдилар. Лекин бунга дарҳол эришиб бўлмаганидан қисқа вақтда (масалан, бир йилда) улар оз фойда билан ҳам қаноатландилар, лекин пировард мўлжалдан қайтмайдилар. Фойдани максимумлаштириш унинг миқдори катта бўлишини билдиради. Фойда миқдори 3 нарсага боғлиқ бўлади: 1) рентабеллик ёхуд фойда нормасига; 2) капиталнинг айланиш тезлигига; 3) капиталнинг миқдори ёки ишлаб чиқариш кўламига.

Агар рентабеллик қанчалик юқори бўлса ва қўйилган пул қанчалик кўп бўлса, фойда миқдори ҳам шунчалик кўп бўлади. Фойда миқдори пул бирлиги келтирган фойда билан қўйилган жами пул миқдорига қараб ўзгариб туради. Аммо шу пул бирлиги келтирадиган фойда капиталнинг айланиш тезлигига ҳам боғлиқ. Капитал айланиши қанчалик тез бўлса, рентабеллик ўзгармаган тақдирда ҳам олинган фойда миқдори кўп бўлади. Масалан, бир соҳага қўйилган 100 миллион сўмлик капитал йилига 4 марта айланади, ҳар айланишида 5 миллион сўмдан фойда келтиради. Демак, фойда миқдори йилига 20 миллион сўм ( $5 \times 4 = 20$ ) бўлади. Иккинчи соҳага қўйилган капитал ҳам 100 миллион сўм, ҳар айланишида у ҳам 5 миллион сўмлик фойда келтиради. Аммо у йилига 6 марта айланиб, жами 30 миллион сўм ( $5 \times 6 = 30$ ) фойда беради. Демак, иккинчи соҳада фойда миқдори кўпроқ ( $30 > 20$ ).

Фойда миқдорини кўпайтириш учун рентабелликнинг юқори бўлиши кифоя қилмайди. Масалан, миқдори 100 млн сўм капитал  $F = 20$  фоиз бўлганда 20 млн сўм фойда кўрилади. Бордию капитал 200 млн сўм бўлса,  $F = 15$  фоиз бўлгани ҳолда 30 млн сўмлик фойда кўрилади. Бу ишлаб чиқариш кўламига боғлиқ. Аммо бунинг ҳам чегараси бор. Маълум чегарага қадар товар яхши сотилиб, даромад

кўпаяди, харажат эса пасаяди. Нагижада фойда ортади. Товар чиқариш шу чегарадан ортиб кетса нарх тушади, чунки талаб қисқарган бўлади. Айни пайтда харажат ҳам маълум чегарага етгач, у орта бошлайди, чунки меҳнат унумдорлигини ошириш имкони пасаяди.  $F = D - W$  бўлгани учун даромад ва харажат фарқи энг катта нуқтага етгунча фойда максимумлашади. Буни чизмадан кўрсак бўлади (3.5-расм).



3.5-расм. Харажат ва нархнинг ўзгариши.

Чизмада фирма A нуқтадан бошлаб фойда ола бошлайди, шу ерда нарх харажатдан юқорига чиқа бошлаган. B нуқтага келиб нархнинг харажатдан юқори бўлиши энг катта ва бу B ва C нуқта оралиғидир. Шу ерга қадар 400 бирлик маҳсулот чиқарилган ва фойда энг катта бўлган. Бундан кейин маҳсулот чиқариш фойданинг камайишига олиб келади. Шунинг учун фирма фойдани ошириш чорасини кўриши даркор. У янги товар чиқариши ёки харажатни камайтириши керак бўлади.

Фойдани максимумлаштиришга фойда нормасини ошириш орқали ҳам эришилади. Бунинг учун кам сарф қилган ҳолда яхши фойда келтирувчи товарлар яратилади ва рентабеллиги энг юқори маҳсулотлар танлаб олинади. Бунда муайян маҳсулотни сотишдан келган фойда уни ишлаб чиқариш харажати билан солиштирилади. Масалан, тикувчилик фирмаси фойдани максимумлаштириш учун энги узун, энги калта чит кўйлақдан ва трикотаждан тикилган энги калта кўйлақдан қайси бирини кўпроқ чиқариш учун улардан ҳар бирининг рентабелли-

гини аниқлаши керак. Агар биринчиси 12 фоиз, иккинчиси 14 фоиз, учинчиси 20 фоиз рентабеллик берса, албатта фирма учинчи кўйлакни тикишни маъқул кўради ёки иккинчи кўйлакни ҳам кўшиб тикади. Фойдани максимумлаштириш бу олий мақсад, лекин бунга ҳамма ҳам муяссар бўлавермайди. Бунга ишнинг кўзини билган, удабурон, бозордаги ўзгаришларни ўз вақтида пайқаб, янги ва харажати паст товар чиқарган фирмалар эриша оладилар.

### 3.7. ФИРМА РИВОЖИ

Фирма бир ерда тўхтаб қолмайди. У иложи борича ўз бизнеси келажагини таъминлаши зарур бўлади. Бу эса **инвестиция** (инглизча investment – жойлаштириш)сиз бўлмайди.

**Инвестиция фойда олиш мақсадида фирма ишнинг ривожига кўшимча маблағ кўйишдир.**

Фирма инвестициясига зарур пул 3 манба ҳисобидан шаклланади: 1) фирманинг асосий капиталидан йилига ажратиладиган амортизация пули; 2) фирманинг ўз фойдаси, яъни фойдадан ишчиларга мукофот, корхона эгаларига дивиденд берилгандан сўнг қолган фойда. Буни тақсимланмаган фойда ҳам дейишади; 3) қарз кўтарилган пул.

Агар фирма топганини совуриб, яъни еб юборса, унинг келажаги бўлмайди. Шу сабабли фирма ўз даромадининг бир қисмини инвестицияга юборади. Фирма ўз ишлаб чиқаришини ўстириш учун машина, ускуналар олади, янги бинолар қуради ёки уни ижарага олади, кўшимча ишчиларни ёллайди, янги товарларни яратишга пул сарфлайди. Бунда у бевосита ўз ишига инвестиция қилади. Аммо фирма ўзгалар акцияси ва облигациясига ҳам пул кўйиши мумкин. Масалан, фирма инвестицияни эски цехни кенгайтириш, янги цехни очиш, ресурс етказиб берувчи корхона акциясини ва ниҳоят, давлат облигациясини олишга сарфлайди. Бунда эски цех зарарини янги цех қоплаши, акциядан тегмаган дивидендни облигациядан олиши мумкин. Маблағни инвестициялашда унинг тезда

қайтим бериши, яъни ўзини тез оқлаши ҳисобга олинади. Инвестицияланган маблағ у келтирган фойда билан таққосланади, яъни унинг самарадорлиги аниқланади. Бу билан инвестициянинг энг серфойдаси танлаб олинади.

Инвестиция самарадорлигини таъминлаш учун қуйидагилар талаб қилинади: биринчидан, инвестиция келтирадиган фойда банк берадиган фоиздан юқори бўлиши керак. Агар шундай бўлмаса, пулни инвестициялагандан кўра, уни банкка қўйиб, бемалол фоиз олиб ётиш қулай. Иккинчидан, инвестициядан келадиган фойда инфляция даражасидан юқори бўлиши талаб қилинади. Агар йиллик инфляция 5 фоиз бўлса-ю, фойда 15 фоизга тенг бўлса, инфляция берадиган 5 фоиз зарар қопланиб, 10 фоиз фойда олинган бўлади. Учинчидан, инвестиция энг серфойда ишга қўйилиши лозим, бунинг учун у новация (инглизча novation — янги)га, янги товарни янги технология билан чиқаришга юборилади.

### 3.8. ФИРМАНИНГ БАРҚАРОРЛИГИ

Иши юришиб кетган фирманинг аҳволи барқарор ҳисобланади, чунки унинг банкрот бўлиш (синиш) хавфи бўлмайди. Барқарор фирманинг рейтинги юқори бўлади. **Рейтинг** (инглизча rating) баҳо бериш дегани бўлади.

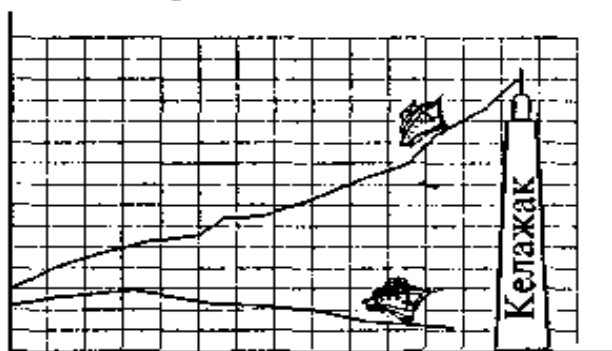
Одатда рейтинг кўрсаткичлари қуйидагиларни ўз ичига олади: фирма ҳисоботларининг ишончли бўлиши, рентабеллик, капитал миқдори ва унинг айланиш тезлиги, фирманинг тўлов қобилияти, унинг рақобатбардошлиги, фойданинг ўсиши ва унинг тақсимланиши, товарларнинг сотилиш ҳажми, солиқларни тўлай билиш, қарздорлик даражаси, дивиденд олиш, инвестиция қобилияти ва, ниҳоят, банкрот бўлиш эҳтимоли.

Рейтинг фирма ишига берилган умумий баҳо бўлиб, бу нафақат фирма эгалари учун, балки у билан алоқа қилувчи бошқа фирмалар, солиқ идоралари ва бошқалар учун ҳам ғоят муҳим. Фирма аҳволини баҳоловчи энг муҳим нарса унинг молиявий барқарор бўлиши, яъни унинг пули етарли бўлиши ва қарзга ботмаслиги ҳисобланади. Шу ўринда фирманинг ликвидлиги (французча liquidite — суюқлашув) пайдо бўлади. Фирманинг ликвидлиги, унинг ўз мажбуриятлари юзасидан пул тўлай олиши, ўз қарзи-

ни узишга қодир бўлишидир. Ликвидлиги юқори фирмалар ривожланиб кетадилар. Аксинча, ликвидлиги паст фирмалар банкротликка юз тутадилар (банкротлик италянча *banko+rotto* сўзи бўлиб, синган курси деган маънони англатади). Иқтисодий маънода банкротлик нима?

“Хўжалик юритиш субъектининг банкрот бўлиши дейилганда қарздорнинг мажбуриятлари мол-мулкидан ошиб кетганлиги сабабли товарлар (иш ва хизматлар)га ҳақ тўлаш юзасидан кредиторларнинг талабларини қондиришга қодир эмаслиги, шу жумладан, бюджетга ва бюджетдан ташқари фондларга мажбурий тўловларни таъминлашга қодир эмаслиги тушунилади”<sup>1</sup>.

Банкротлик фирманинг тўловга қобилиятсиз бўлиб сенишидир.



3.6-расм. Банкротлик.

Барқарор фирмалар келажак сари шахдам борсалар, банкрот бўлганлар ярим йўлда қолиб, ҳалокатга учраган кема сингари фарқ бўладилар (3.6-расм).

Фирмалардан бирининг ривожланиб кетиб, бошқасининг банкрот бўлиши бозор иқтисоди учун табиий

ҳол ҳисобланади, чунки муқобил танловга фирмалар ҳам дуч келади.

## I. Таянч тушунчалар

- |                        |                               |
|------------------------|-------------------------------|
| 1. Капитал.            | 7. Фирма даромади.            |
| 2. Асосий капитал.     | 8. Фойда.                     |
| 3. Айланма капитал.    | 9. Рентабеллик.               |
| 4. Фирма харажати.     | 10. Фойдани максимумлаштириш. |
| 5. Доимий харажат.     | 11. Фирма ликвидлиги.         |
| 6. Ўзгарувчан харажат. | 12. Фирма банкротлиги.        |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Фирманинг асосий ва айланма капитали нима билан фарқланади?

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасининг «Банкротлик тўғрисида»ги Қонуни.

2. Доимий ва ўзгарувчан харажатлар нима билан фарқланади?
3. Харажатлар нархга нисбатан қандай ўзгарганда фойда максимумлашади?
4. Фирма даромади нималарга боғлиқ бўлади?
5. Иқтисодий фойда миқдори қандай топилади?
6. Фойда миқдорига нималар таъсир этади?
7. Рентабелликни аниқлашнинг қандай усуллари бор?
8. Фирма инвестиция учун пулни қасрдан олади?
9. Фирма нима сабабдан банкротликка учрайди?

### III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларнинг тўғрисиини топиб ўрнига кўйинг:

- а) Фирма капитали икки хил бўлади: 1. .... 2. ....  
 б) Фирма учун битта товарнинг қанча туришини ..... билдиради. в) Даромад билан харажат айирмаси ..... ҳисобланади. г) Фирмани нақадар фойда олишини ..... билдиради. д) Ёмон ишлаган фирма охир-оқибатда ..... бўлади.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топиб, юз берган ҳодисаларни изоҳлаб кўринг: а) Фирма товарларининг нархи кўтарилиб, ўртача даромад 10 фоизга ошди, аммо фирма фойдаси 5 фоиз камайиб кетди. Нега шундай бўлади? б) Фирма товарининг нархи ошмаган ҳолда, унинг фойдаси 3 фоизга кўпайди. Бу нима ҳисобидан бўлади? в) Фирма товарига кетган жорий сарф (таннарх) камаймагани ҳолда унинг фойдаси 2 фоизга ошди. Нега шундай бўлди? г) Фирма товарининг сотилиш нархи ҳам, унинг таннархи ҳам ўзгармай қолди, бироқ фирма олган фойда миқдори кўпайди. Бунинг сабаби нима?

3. Қуйидагиларни ҳисоблаб топингга уришиб кўринг:

а) «Шухрат» фермер хўжалиги йил давомида тракторларни ишлатиш учун 2,5 млн. ўнгт учун 1,5 млн, уруғлик учун 0,5 млн, ер ижараси учун 0,5 млн, транспорт учун 1,5 млн, ёқилғи, электроэнергия учун 1,5 млн, иш ҳақи ва у юзасидан бўлган бошқа тўловлар учун 3,0 млн сўм сарфлади. Жами — 13,75 тонна пахта ҳосили олди. Бир центнер пахта таннархини аниқлаш? Шу фермер хўжалиги пахта сотишдан олган тушуми 13,2 млн сўмни ташкил этди. Хўжалик учун пахта етиштиришининг рентабеллигини ҳисоблаб топинг. б) «Кўшчинор» фирмасининг капитали 240 млн сўм. Унинг йиллик обороти 6 марта бўлади. Ҳар айланни мобайнида 30 млн сўм фойда кўрилади. Фирманинг йиллик фойда нормасини ҳисоблаб чиқинг.



## IV БОБ. МЕНЕЖМЕНТ

### 4.1. МЕНЕЖМЕНТ ВА МЕНЕЖЕРЛАР

**Менежмент** (инглизча *menegement*) бошқарув деган маънони билдиради. Бироқ менежмент деганда умуман бошқарувни эмас, балки фирмани бошқариш санъатини тушуниш зарур.

**Менежмент фирма фаолиятини бошқариш бўлиб, фирма эгаси ва жамоасининг манфаатларига хизмат қилади.**

Корхонадаги менежмент нима учун керак?

Корхона турли ички бўғинлардан, яъни цехлар, бўлинмалар, участка ва бригадалардан иборат, у ерда банд бўлганлар ўзига бириктирилган маълум ишни бажарадилар. Маҳсулот бутун корхона аҳлининг биргаликдаги меҳнати натижасида яратилади. Корхона турли бўғинларида бажариладиган ишларни мувофиқлаштирмай туриб маҳсулот яратиб бўлмайди, мана шунинг учун менежмент керак. Агар корхонани мусиқа оркестрига қиёсласак, айрим мусиқа ижрочиси оркестр бўла олмайди, ҳамма ижрочилар бирлашганда ва уларнинг куй чалишларини дирижёр бошқарганда оркестр ҳосил бўлади. Корхонага ҳам бошқарувчи-дирижёр керак. Шу сабабли халқимизда «Юз ишчига бир бошчи» деган нақл бор.



4.1-расм. Дирижёр.

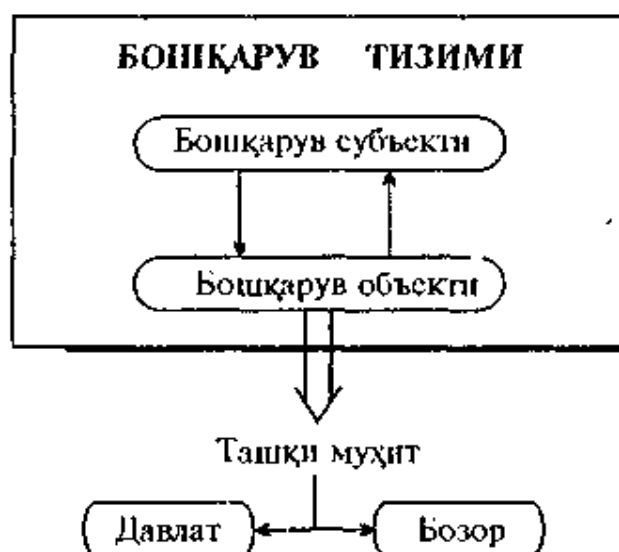
Фирманинг максимал фойда олишдан иборат мақсадига етиш учун менежментда 3 та асосий вазифа ҳал этилади:

1. Корхонанинг ичидаги турли бўлимлар ишини бири-бирига боғлаб, уларни уйғунлаштириш.

2. Корхонанинг бозор билан, ўз партнёрлари (шериклари) билан, хизмат кўрсатувчи фирмалар (банклар, сугурта компаниялари, ресурс етказиб берувчилар ва бошқалар) билан бўлган алоқаларини ташкил этиш.

3. Корхона ишчи ва хизматчиларининг меҳнат мотивациясини (инглизча motivation — рағбат), яъни уларни меҳнатга ундовчи кучни ҳаракатга солиш, ички низоларни ҳал этиб, соғлом ижтимоий-руҳий муҳитни яратиш.

Менежментда бошқарувнинг объекти ва субъекти фарқлантирилади.



Нима бошқарилса объект, ким бошқарса шу субъект бўлади. Корхонадаги ишлаб чиқариш ва савдо-сотиқ, молиялаш жараёнлари ва унда иштирок этувчи ишчи-хизматчилар менежмент объекти бўлади. Бу жараёнларга таъсир этиб, уларни мувофиқлаштириб турувчилар, яъни бошқариш билан шуғулланувчилар (корхонадаги барча раҳбар ходимлар) унинг субъекти ҳисобланади.

Бошқариш ишини кичик корхоналар, фермер ва деҳқон хўжаликларида уларнинг эгасининг ўзи бажаради. Ўрта ва йирик корхоналарда эса бу ишни корхона эгалари номидан махсус ходимлар — менежерлар олиб боради.

Корхона ўз эгаси ёки менежер томонидан бошқарилса, бу индивидуал (якка) бошқариш ҳисобланади. Корхона акционер жамият бўлганда корпоратив (гуруҳ бўлиб) бошқариш бор. Бунда бошқаришни фақат менежер эмас, балки директорлар кенгаши, акциядорларнинг умумий мажлиси биргаликда олиб боради.

Менежерлар махсус тайёргарлиги бор, бошқаришнинг сир-асрорлари ва қонун-қоидаларини билувчи малакали мутахассислар, фирмага ёлланган бошқарувчилар ҳисобланади (булар директор, бошқарма раиси, бош инженер, бош механик, бош бухгалтер, турли бўлимлар бошлиқларидир. 4.2-расм).



4.2-расм. Менежерлар.

Менежерлик ўта муҳим ва масъулиятли иш бўлганили сабабли менежер тайёрлашга фирмалар кагга пул сарфлайди. Масалан, АҚШда энг нуфузли олий бизнес мактабида таълим олиш йилига 25—30 минг доллар.

Менежерлар қуйи, ўртача ва юқори тоифали бўлади. Юқори тоифадаги менежерлар — топменежерлар ёки элита менежерлари бўлиб, йирик корпорацияларни (масалан, «Тайота», «Боинг», «Кейс», «Симонс», «Мерседес» каби) ва уларнинг бўлимларини бошқарадилар.

Менежмент иши уч поғонали бўлади:

**Юқори поғонадаги менежмент** фирма истиқболнинг белгилан, унинг келажаги учун аҳамиятли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш, бир сўз билан айтганда, фирма стратегияси (инглизча, strategy — узоқ мўлжал)ни ишлаб чиқади ва уни амалга оширади. Бу ишни олий мартабали менежерлар бажарадилар.

**Ўрта поғонадаги** менежмент фирма фаолиятининг айрим томонларини, чунончи, ишлаб чиқариш, товарларни сотиш, нарх белгилаш, молия фаолияти, янги товарларни ўзлаштириш, технологияни қўллаш, меҳнатни ташкил этиш кабиларни бошқариш билан шуғулланади. Бу ишни ўрта тоифадаги менежерлар бажарадилар.

**Қуйи поғонадаги** менежмент қуйи бўғинда, масалан, цех, бўлим, бригада доирасида ишни ташкил этиш, кунлик, ҳафталик, ойлик иш топшириқларининг бажарилишини бошқариб боришни билдиради. Бу ишни қуйи тоифадаги менежерлар бажарадилар.

## 4.2. МЕНЕЖМЕНТ ТУРЛАРИ ВА УСУЛЛАРИ

Менежмент умумий ва функционал менежментга бўлинади.

**Умумий менежмент** фирма фаолиятининг ҳамма томонларини ўзаро мослаштириб, фойдани максимумлаштиришдан иборат мақсадга қаратилади. Бунда фирманинг мақсади, унга эришиш воситалари, қайси бозорга кириб бориш, бозорда қандай ҳаракат қилиш, пулни қайси ишларга сарфлаш ёки сарфламаслик масаласи ҳал қилинади.

**Функционал менежмент** фирма фаолиятининг айрим жиҳатларини бошқариш бўлиб, унга ишлаб чиқариш, савдо-сотиқ, молия, ишчи-хизматчилар меҳнатини бошқариш кабилар киради (4.3-расм).



4.3-расм. Бошқариладиган ишлар.

Менежментда ўз-ўзини бошқариш тамойили амал қилади, чунки корхона иқтисодий мустақилликка эга. Ўз-ўзини бошқаришда корхона ишига тааллуқли қарорларни корxonанинг ўзи, ўз манфаатидан келиб чиққан ҳолда, қабул қилади, корхона ишига ҳеч ким аралашишга ҳақли эмас.

Бошқарувнинг қандай усуларини танлаш ҳам корхона раҳбарларининг ўз иши бўлади. Бошқаришда учта асосий усул қўлланилади:

**Иқтисодий** усулда кишиларнинг шахсий ва гуруҳий манфаатларини юзага чиқариш орқали уларнинг самарали ишлаши таъминланади. Шу мақсадда қўшимча иш ҳақи тўлаш, фойдадан мукофотлар бериш, бир йўла катта пул билан тақдирлаш кабилар қўлланади. Бу ерда ҳар ким қилган ишига ғараша ҳақ олади, кишиларнинг шахсий манфаатдорлиги таъминланади.

**Ташкилий фармойиш** усули — бу корхона ва унинг турли бўғинлари ишини менежерлар томонидан уларнинг қўл остида ишловчиларга фармойиш, буйруқ, кўрсатма ва топшириқ бериш воситасида бошқаришдир. Бу билан корхонадаги ишловчиларнинг ўз вазифаси ва мажбуриятларининг бажарилиши таъминланади. Буйруқ ва фармойишлар оғзаки ёки ёзма тарзда бериледи, буларда бажариладиган иш ҳажми, муддати кўрсатилади. Бироқ ходимнинг хизмат вазифасига кирмайдиган иш унга буюрилмайди. Айтилган усуллар қонунлар доирасида қўлланади, шу сабабли менежерлар ўз ваколатларини ошириб, ўз лавозимини сууистеъмол этиши тақиқланади.

**Ижтимоий-руҳий** усул ўз номига кўра иккиёқлама бўлади: биринчиси, кишиларнинг ижтимоий ҳолатини ҳисобга олиб бошқариш, иккинчиси, кишиларнинг руҳиятини ҳисобга олиб бошқариш. Корхона ишчи ва хизматчиларининг ижтимоий эҳтиёжи ўрганилиб, улар корхона ҳисобидан иложи борича қондирилади, натижада улар фаол ишлайдилар. Интизомли ва яхши ишлаганларга иш ўрни сақланиши кафолатланади, иш ўрни тугатилган тақдирда янги ишга жойлашиш учун ёрдам бериледи. Фирма ходимларига қимматбаҳо товарлар (уй, квартира, мебель, автомашина) олишлари учун уларга ўзи ҳисобидан физсиз кредит (қарз) беради, улар банкдан қарз олиши учун фирма кафиал туради, шунингдек, уларнинг бепул ўқиши ва малака оширишларини ташкил этади, бепул саёҳат, дам олишни уюштиради, тўй, маъракалар ўтказишда пул билан ёрдам беради, совғалар улашади ва ҳ.к. Ишчи ва хизматчиларга эътибор бериш, улар меҳнатини эъзозлаш уларда фирмага нисбатан садоқат уйғотади, улар ўз фирмаларини иккинчи оёла сифатида қадрлайдилар.

Бошқаришда ходимларнинг феъл-атвори, одатлари ва руҳияти ҳам эътиборга олинади. Жамоада соғлом руҳий вази-

ят яратиш чоралари кўрилади. Ходимларга топшириқ беришда уларнинг характери, иш қобилияти, иродаси, ҳиссиёти ва ҳатто кайфияти ҳисобга олинади. Шу сабабли бошқариш ишига руҳшунос мутахассислар ҳам жалб этилади.

Баъзи фирмаларда руҳшунослар ишга келган ишчи ва хизматчиларни диққат билан кузатиб, кайфияти йўқларини ажратиб оладилар, уларга жавоб бериб, кайфиятини тиклаш имконини яратадилар. Улар ёнма-ён иш ўринларига феъл-атвори бир-бирига мос келадиган кишиларни жойлаштирадилар, чунки руҳий ҳолат меҳнат унуми ва маҳсулот сифатига таъсир этади.

### 4.3. МЕНЕЖМЕНТ ИШИНING БОСҚИЧЛАРИ

Менежмент 4 босқичли фаолият бўлиб, прогнозлаш, режалаштириш, ишни ташкил этиш ва иш натижасини баҳолашни ўз ичига олади.

**Прогнозлаш** (инглизча forecasting) — корхона фаолияти натижаларини таҳлил этиш асосида унинг ривожланиш истиқболларини белгилаш. Прогнозлашда корхонанинг ривожланиш сценариялари яратилади. Сценарийлар корхонанинг ишлаш шароити ўзгармай қолганда, яхши томонга ёки ёмон томонга ўзгарганда унинг ривожини қандай бўлиши тахмин этилади, яъни гипотеза қилинади. Одатда оптимистик (иш яхши кетганда) ва пессимистик (иш ёмонлашганда) корхона аҳволи қандай бўлиши аниқланади. Прогнозлар қисқа муддатли (1—1,5 йилгача), ўрта муддатли (3—5 йилги) ва узоқ муддатли (7, 10, 15 йиллик) бўлади.

**Режалаштириш** (инглизча planning — режа) — фирма фаолиятини бозор талабига мослаштириш учун керакли чора-тадбирларни олдиндан белгилаш ва шароитга қараб уларга ўзгартиришлар киритиб боришдир. Ишлаб чиқилган режада корхонанинг мақсади, унга эришиш воситалари, бажариладиган устувор вазифалар, уларни бажариш муддатлари аниқланади.

Режалаштириш бир қатор талабларга жавоб бериши керак: режалаштиришнинг узлуксизлиги, турли режалар ўзаро мувофиқлаштирилиши, режада албатта бозордаги реал шароит ва рақобатчилар имкониятларини назарда тутиш зарур.

Корхона режаларида прогнозлардан фарқлироқ гипотеза ёки тахмин эмас, балки амалга оширилиши зарур бўлган аниқ ишлар белгиланади.

**Ишлаб чиқариш** режалаштирилганда қандай турлардаги маҳсулотни ва қанча ишлаб чиқариш, қанча янги маҳсулотларни ўзлаштириш, чиқарилаётган маҳсулотларнинг қайсиларини модернизациялаш, қандай ашёвий ресурслар ва технологияни қўллаш ва бошқалар олдиндан белгилаб олинади.

**Маркетинг режасида** қайси бозорга, қандай турдаги товарни таклиф этиш, товарлар дастлабки нархининг қанча бўлиши, товарларни бозорга етказиб бериш тартиби ва муддати, реклама ишлари кўрсатилади.

**Молия режасида** корхонага пулнинг келиб кетиши, солиқлар тўланиши, қарзнинг узилиши, қанча фойда олинishi, фойданинг тақсимланиши ва ишлатилиши белгилаб олинади.

Ҳамма режалар бир-бирига мослаштирилган ҳолда фирманинг умумий режаси яратилади. Режалаштиришдан сўнг корхона фаолияти амалда ташкил этилади.

Корхона ишини ташкил этиш — бу барча бўлинмалар ва у ерда ишловчиларнинг ижрочиликдан иборат ҳаракатларини координациялаш, яъни бир-бирига мувофиқлаштиришдан иборат бўлади.

**Координация** (инглизча coordination) корхонадаги ишлаб чиқариш жараёнларини бир-бирига боғлаш орқали турли йўқотишларни иложи борича камайтириш, барча бўлинмаларнинг ҳамоҳанг ва унумли ишлашини, корxonанинг рақобатбардошлигини таъминлашни билдиради.

Менежментнинг якуний босқичи **корхона фаолиятини баҳолаш** бўлади. Бунда корхона қандай натижага эришганлиги аниқланади: ишлаб чиқаришнинг ўсиши ёки пасайиши товарлар сотилишининг кўпайиши ёки камайиши, харажатларнинг камайиши ёки ортиб кетиши, фойда кўриш ёки зарар кўриш, фойданинг ортиши ёки камайиб кетиши маълум бўлади.

Корхона ишини баҳолашда **ички аудит** (инглизча audit) хулосаларидан фойдаланилади. Ички ёки бошқарув аудити молия менежерлари ёки бухгалтерия томонидан корхона фаолиятини таҳлил этиб, унинг иқтисодий аҳволи ҳақида ҳолисона хулоса чиқаришдир. Бу хулосага таяниб корxonани бошқариш хусусида қарорлар қабул қилинади, аудит аниқлаган камчиликларни йўқотиш чоралари кўрилади.

#### 4.4. БОШҚАРУВ ҚАРОРЛАРИ

Бошқарув қарорларини корхона раҳбарияти қабул қилади ва корхона жамоаси уни амалга оширади.

**Бошқарув қарори корхона мақсади ва вазифаларига эришиш йўлида пайдо бўлган муаммоларни ечишга қаратилган сазъий ҳаракатлар ва чора-тадбирлардир.**

Бошқарув қарорлари икки турга бўлинади:

1. **Стратегик қарорлар** — бу узоқни кўзлаган, корхонанинг ривожланиш истиқболини белгиловчи қарорлар. Бундай қарорларни юқори тоифадаги менежерлар ва корхона эгалари (улар номидан, масалан, директорлар кенгаши) қабул қилади. Бу қарорлар корхона келажаги учун жиддий бўлган масалалар юзасидан бўлади. Булар жумласига узоқ муддатли қарз олиш ёки олмаслик, фирмалар уюшмасига кириш ёки кирмаслик, бошқа компаниялар акцияларини олиш ёки олмаслик, янги корхоналарни қуриш ёки қурмаслик, турдош корхоналарни сотиб олиш ёки олмаслик ва бошқа жиддий масалалар киради.

2. **Оператив ёки жорий қарорлар** корхонанинг кундалик ўткинчи фаолиятига оид бўлади. Булар жумласига корхонани моддий таъминлаш, товарларни бозорга етказиб бериш, нархни ўзгартириш, таъмирлаш ишларини ўтказиш, товар турларини янгилаш, партнёрлар билан шартнома тузиш, рақобатчилар ҳаракатига жавоб бериш, ходимларни ишга олиш ёки ишдан бўшатиш каби чора-тадбирларни киритиш мумкин. Оператив қарорларни ўрта ва қуйи тоифадаги менежерлар, яъни ижрочи директор, бўлим бошлиқлари бўлган менежерлар қабул қилади.

Бошқарув қарорлари таъсирчан бўлиши учун улар бир қатор талабларга жавоб бериши керак бўлади: корхона манфаати ва мақсадидан келиб чиқиш, қарорларни реал вазиятни таҳлил этган ҳолда ишлаб чиқиш, қарорларнинг илмий асосланиши, белгиланган мақсад, қарорларни амалга ошириш муддати ва воситаларини, уларнинг бажарилишини назорат қилиш усулларининг аниқлиги ва ҳ.к. Қарорлар кўп вариантли бўлади, улардан энг мақбулини ҳамжиҳатлик билан демократик асосда танлаб олинади.



Бошқарув қарорлари ижрочиларга ўз вақтида етказилади, улар керакли пул ва меҳнат ресурслари билан таъминланади, уларнинг бажарилиши қаттиқ назорат қилинади. Шундагина иш самарали бўлиши мумкин.

#### 4.5. МЕНЕЖМЕНТДА АХБОРОТ ВА ТЕХНИКАНИНГ АҲАМИЯТИ

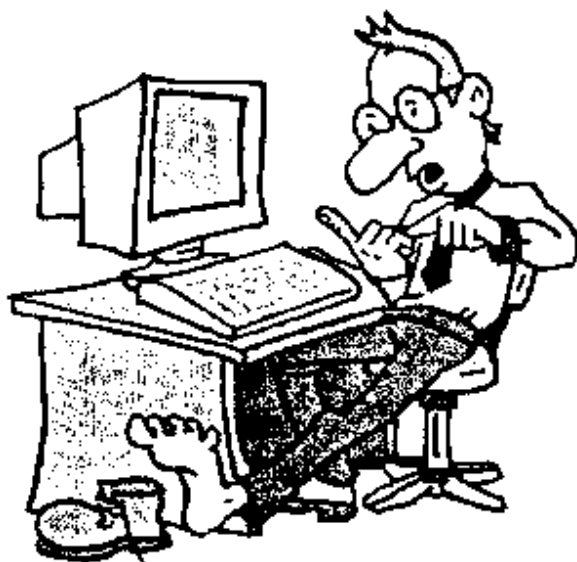
Менежмент ахборотсиз бўлиши мумкин эмас, чунки ахборот берган маълумотларга таянган ҳолда бошқарув қарорларини қабул қилиш мумкин. Ахборот орқали корхонанинг ўзида ишларнинг қандай бориши, корхона ўз товарлари билан чиқадиган бозордаги вазиятдан хабар топиш ва шунга қараб ишларни ташкил этиш мумкин. Ахборот бошқаришда қўл келиши учун у тўла, ҳаққоний, ҳар тарафлама бўлиши, мунтазам келиб туриши талаб қилинади. Қайта ишланган ва умумлаштирилган ахборот бошқарув қарорлари учун асос бўлиб хизмат қилади.

Менежментнинг ҳар хил бўғинларига турлича ахборот керак бўлади. Масалан, умумий менежментга корхонанинг аҳволи ва ривожланиш имконияти, бозордаги рақобат муҳити ҳақидаги умумий ахборот зарур бўлади. Функционал менежмент учун эса фақат унинг алоқаси бор соҳаларга оид хусусий маълумотлар керак бўлади. Ахборот қаердан келишига қараб ички ва ташқи бўлади. **Ички ахборот** — корхона ва унинг турли бўғинларининг ишига оид маълумотлардир. **Ташқи ахборот** — бозорнинг аҳволи, ундаги ўзгаришлар, шериклар ва мижозларнинг хатти-ҳаракати ва давлат сиёсатига тегишли маълумотлардир.

Ахборотга қараб иш юритилади. Масалан, рақиблар нархни ўзгартирдилар, деган ахборот келса, корхона шунга таяниб ўз нархини ҳам ўзгартiriш ҳақидаги қарорга келади. Ички ахборотга биноан харажатлар ошаётган бўлса, уларни пасайтириш чоралари кўрилади: ишловчилар сони (бинобарин, иш ҳақи харажати) қисқартирилади, хом ашё, ёқилғи, материалларни тежаш чораси кўрилади, арзон материаллар сотиб олинади.

Бошқаришда ахборотни топиш, керак бўлса уни сотиб олиш, уни тўплаш, бошқалардан сир сақлаш, қайта ишлаб, тегишли хулосалар чиқариш зарур бўлади.

Умуман бошқарув, хусусан, ахборотни қайта ишлаш самарадорлиги учун техникадан фойдаланилади, у икки гуруҳга бўлинади: 1) оргтехника; 2) ҳисоблаш техникаси.



**Оргтехника** — бу бошқарувчи ходимлар ишлатадиган оддий меҳнат қуроллари ва идора жиҳозлари. **Ҳисоблаш техникаси** — бу ЭҲМлар. Менежментда

4.4-расм. Ҳисоблаш техникаси.

**коммуникация** (инглизча communication) техникаси қўлланилади, бу ахборот алмашиш техникасидир. Коммуникация техникасига телефонлар, факс, компьютерлар воситасидаги электрон почталар, парабелл антенна, банклардаги СВИФ кирди (4.4-расм).

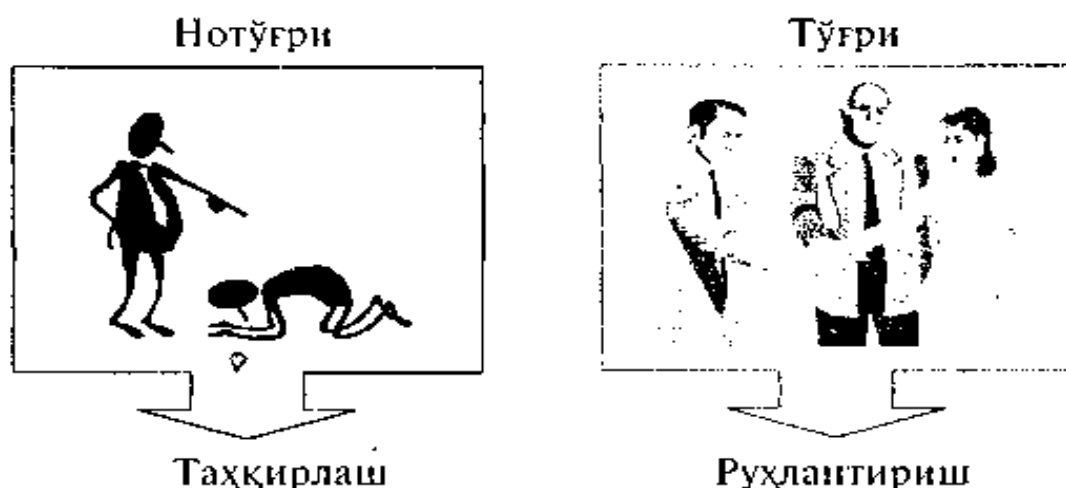
Бошқариш ишида техника қанчалик мукаммал бўлса, шунчалик бошқариш харажатлари тежалди, менежментнинг самарадорлиги ошади.

#### 4.6. КОРХОНАДАГИ НИЗОЛАР

Корхонада ишлайдиган ҳар бир кишининг ўз мақсади бўлиб, бу унинг манфаатида ифода этилади, ҳар нарсадан устун қўйилади. Ҳар бир кишининг ўз феъл-атвори бор. У бошқаларга маъқул бўлмаслиги мумкин. Корхонада манфаатлар тўқнашганда ва кишилар характери мос келмаганда низолар пайдо бўлади.

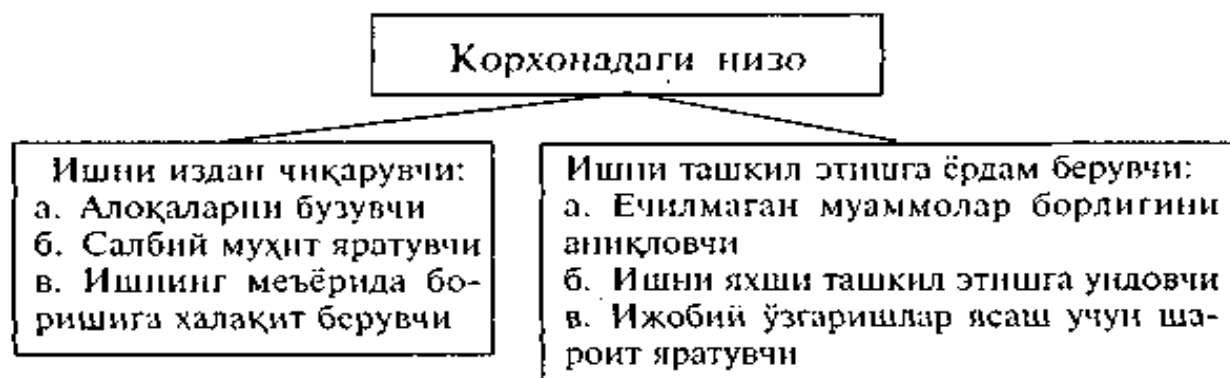
Низо корхона учун табиий бир ҳол, у шахс билан шахс, шахс билан жамоа, корхона ичидаги кичик жамоалар (цехлар, бўлимлар), раҳбар билан ишчи ўртасида бўлади. Кишилар раҳбарлар томонидан таҳқирланганда улар ўртасида низо келиб чиқади, ходимлар ташаббуси бўғилади, шу сабабли менежментда бу усул тавсия этилмайди. Аксинча, ходимлар рағбатлантирилганда ва руҳлантирилганда низоларга ўрин қолмайди (4.5-расм). Шу сабабли менежментда ходимлар кўнглига йўл топишга катта эътибор берилади.

Низолар руҳий ва иш юзасидан пайдо бўлади. Руҳий низо шахсан бир-бирини ёқтирмаслик, характернинг мос



4.5-расм.

келмаслиги, жаҳл устида бўладиган низо шаклида бўлади. Иш юзасидан низолар пулни кўпроқ ўзига буриб олиш, масъулиятдан бош товлаб, уни бошқага юклаш, ўз ишидаги хато учун бировни айбдор қилиш, устунликка интилиш натижасида пайдо бўлади. Бу низо иқтисодий мазмунга эга, низо ўз оқибатига қараб 2 хил бўлади.



Низога бефарқ қараб, уни ечишга йўл топмаслик корхона ишига путур етказди. Низони бошқариш дегани уни тўхтатиш чорасини кўриш, ижтимоий кескинликни юмшатиш, айниқса унинг иккинчи турини ҳал этишда ижобий ўзгаришлар қилиш зарур бўлади. Масалан, низо мукофотларни адолатсиз тақсимланишидан келиб чиқса, бу хато дарҳол тузатилади, яъни улар қайтадан тақсимланади.

Бошқарув ишида низоларни ҳал этишдан кўра унинг пайдо бўлишига йўл бермаган афзал, чунки касални даволашдан кўра унинг олдини олиш афзалроқ. Низога йўл

қўймаслик учун корхонада қўйидагилар мувозанатда бўлиши керак: 1) бажариладиган иш билан унга ажратилган маблағлар; 2) вазифалар билан иш қобилияти; 3) мажбурият билан ҳуқуқ; 4) жавобгарлик билан ваколат.

### I. Таянч тушунчалар

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| 1. Менежмент.  | 7. Бошқариш усуллари.   |
| 2. Менежмент вазифалари.                               | 8. Прогнозлаш.          |
| 3. Бошқарув объекти ва субъекти.                       | 9. Режалаштириш.        |
| 4. Индивидуал (якка) ва корпоратив (гурухий) бошқарув. | 10. Координация.        |
| 5. Мецежерлар тонфаси.                                 | 11. Бошқарув қарорлари. |
| 6. Менежмент тизими.                                   | 12. Коммуникация.       |
|  | 13. Ижтимоий низолар.   |

### II. Такрорлаш учун саволлар

1. Менежмент нима учун керак?
2. Бошқариш объекти ва субъекти нима билан фарқланади?
3. Корпоратив (гурухий) бошқарувнинг қандай хусусияти бор?
4. Менежментнинг қандай турлари бор?
5. Меҳнат мотивацияси нима дегани?
6. Бошқаришда қайси усул асосий ва унинг асосийлик сабаби нимада?
7. Бошқаришдаги ижтимоий-руҳий усулнинг қандай хусусиятлари бор?
8. Корхона ишининг сценарийси нима дегани?
9. Корхона режасининг қандай асосий турлари мавжуд?
10. Бошқарув қарорларининг қандай асосий турлари бўлади?
11. Бошқаришда ахборот қандай роль ўйнайди?
12. Корхона жамоасидаги низолар нима учун пайдо бўлади?
13. Низоларни бартараф этишнинг асосий воситаси қандай?

### III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қўйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзнинг тўғрисиини топиб ўрнига қўйинг:

а) Менежментнинг уч поғонаси бор:.....ва.....

б) Менежментда.....тамойили амал қилади. в) Менежмент ишининг асосий босқичлари қуйидагилардан иборат бўлади: 1) .....; 2) .....; 3) ..... 4) ..... г) Корхонадаги низоларнинг асосий сабаби.....мос келмай қолиши бўлади.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уриниб кўринг:

а) Фирмада иш ҳақи бошқа ердагидан ёмон бўлмаса-да, ходимлари ишдан кета бошлади. Нега шундай бўлди? б) Ички аудит хизмати корхонада маҳсулот таннархи ошгани учун фойда камайиб кетганлиги ҳақида хулоса чиқарди. Бунга жавобан корхона раҳбари нима қилади? в) Сиз корхона раҳбарисиз, корхонангиз ишини прогнозлаш шуни кўрсатдики, уни бозори келажакда тораяди. Шунга жавобан сиз нима қилган бўлар эдингиз? г) Сиз 1000 донга зотли балиқчаларни балиқ заводидан сотиб олиб, ҳовузда боқа бошладингиз. Орадан 6 ой ўтгач қанча балиқ қолганини билишингиз керак. Ҳовуздан сувни чиқармаган ҳолда балиқларни қандай қилиб энг осон ва арзон усулда санаб чиқиш мумкин? д) Цех бошлиғи иш кунининг ярмини ўз хонасида ўтказди, сўнг цехни айланиб келиш учун чиқди. У цехни айланиб чиқиш учун қанча вақт сарфлади? е) Корхона таъмирлаш учун вақтинча ёпилган эди. У ишга тушганда 20 фоиз одам ишга келмаган эди. Ишга келганлардан яна 10 киши жавоб сўраб кетди, натижада ишда йўқлар сони 30 кишига ортиб кетди. Корхонада неча киши ишлар эди?

## V БОБ. МАРКЕТИНГ

### 5.1. МАРКЕТИНГ ТУШУНЧАСИ

**Маркетинг** инглизча (marketing) сўз бўлиб, бозорда ишлаш деган маънони англатади. Маркетинг — бу фирманинг бозор топиш, уни ўрганиш, унда ўрнашиб олиб ўз товарларини яхши пуллаш ва рақобатда ютиб чиқишга қаратилган фаолиятidir. Маркетингнинг мақсади товар сотишни кўпайтириш орқали яхши фойда кўриш бўлади. Маркетингнинг 5 та қондаси борки, фирмалар уларга риоя этади:

1. Товарга харидор топа билиш зарур.
2. Харидор кутган янги товарларни яратиб, бозорга таклиф этиш зарур.
3. Бозордаги тоқчалардан (ўринлардан) бирини эгаллаб, у ерда ўз товарларини жойлаштириш керак.
4. Ўз товарига қизиқиш уйғотиш, харидорга холис хизмат қилиб, унинг кўнглини олиш талаб қилинади.
5. Маркетинг билан узлуксиз шуғулланиш, уни доимо такомиллаштириб бориш керак. Маркетинг иши билан шуғулланувчилар **маркетологлар** дейилади, уларнинг фаолияти фирманинг маркетинг хизматини ташкил этади. Маркетинг хизмати бозорни ипидан-игнасигача — ҳамма жиҳатларини билишни талаб қилади.

Маркетинг фирманинг кўз-қулоғи, унинг ёрдамида фирма бозорнинг сир-асрорларини билиб олади, у ердан ўзига жой топади, товарларни харидорларга етказиб, уларнинг пулини олади ва буни ўз даромадига айлантиради. Маркетинг бозор сигнали (ахборотини) ишлаб чиқаришга етказиб, янги товарлар яратишни, буларга талаб ҳосил этишни ҳам билдиради.

Маркетинг жузъий ва стратегик бўлади. **Жузъий маркетинг** — қисқа вақтда, масалан, бир йилгача бозорда юз берадиган майда-чуйда ўзгаришларга фирманинг мосла-

шувини билдиради. **Стратегик маркетинг** келажакка қаратилган бўлиб, узоқ вақт мобайнида бозорда юз берадиган катта ўзгаришларга фирма ишини мослаштиришни билдиради. Фирманинг қайси бозор билан боғланишига қараб ҳудудий, миллий ва жаҳон бозори маркетингларига ажратилади.

## 5.2. БОЗОРНИНГ ТАНЛАНИШИ

Маркетинг иши бозорни ўрганишдан бошланади, бундан мақсад бу ерда ўз ўрнига эга бўлишидир. Фирма харидорга нима кераклигини, у нимани сотиб ола билиши, унга янгидан нимани таклиф этишини аниқлайди. Бозорда рақобатчилар бор, улар ҳам қўл қовуштириб ўтирмайди, уларнинг нима қилишларини ҳам пайқаб олиш талаб қилинади. Муҳими, бозорни ҳар томонлама билиш, унинг ҳажмини аниқлашдир.

**Бозор ҳажми — бу бозорда сотилиши мумкин бўлган товарлар қийматининг суммаси бўлиб, бу товар миқдори ва ҳар бир товарнинг нархига боғлиқ бўлади.**

Масалан, бир ойда бозорда 100 минг дона ручка сотилади, бир дона ручка 100 сўм туради. Унда бозор ҳажми  $100000 \times 100 = 10000000$  сўмга тенг бўлади.

Бозорга қандай товарни чиқаришни ҳам билиш зарур. Бунда харидор нимани афзал кўришини аниқлаш керак бўлади. Энг муҳими, фирма ўз товарининг рақобатга чидай олишини таъминлаши зарур.

**Товарнинг рақобатбардошлиги — бу муайян товарнинг харидор талабига мос келиши ва шу туфайли сотилиб кета олиши, яъни бозорда туриб қолмаслиги.**

Рақобатбардошликни товарнинг нафақат сифати, балки унинг нархи ҳам белгилайди, шу икки томонни қиёслаган ҳолда харидор товарни қадрлайди. Маркетинг ишида бу билан ҳисоблашмасликнинг иложи йўқ, чунки фирма ўз бозоридаги конъюктурани кузатиб, ундаги ўзгаришларни доимо назарда тута билиши зарур. **Бозор конъюктураси — бу муайян бозорнинг умумий ҳолати бўлиб, нарх-**

ларни ва товарлар сотилиш ҳажмининг ўзгариши билан тавсифланади. Маркетинг иши конъюктурадаги ҳар бир ўзгаришни илғаб олиши ва фирма фаолиятини шунга мослаштириши керак бўлади. Фирма ўз ишига ташқи муҳит қандай таъсир этишини ҳам назарда тутати (5.1-расм).



5.1-расм. Фирма фаолиятининг ташқи муҳити.

Ташқи муҳитни фирма ўзгартиришга қодир эмас, бу унинг қўлидан келмайди. У шу муҳитга мослашади.

### 5.3. БОЗОР СЕГМЕНТЛАРИ

Бозор турли сегмент (инглизча segment)лардан — кичик қисмлардан иборат. Фирма буларни ўрганиб, у ердан ўзига жой — сегмент топади.

**Бозор сегменти — бу бозорнинг шундай қисмидирки, бу ердаги харидорлар, сотиладиган товарлар ва товар сотувчилар умумий белгиларга эга бўлади ва шунинг учун махсус гуруҳни ташкил этади.**

Бозорни сегментларга ажратишдан мақсад фирма учун аниқ харидор топишдир. Сегмент танланганда у ердаги бозорнинг ҳажми, ишлаш учун шароит бөрлиги, бозордан келадиган ахборот (сигнал)ларнинг старли бўлиши, бозорнинг сақланиб қолиши, у ердаги рақобатнинг ҳолати ва ниҳоят, фойда топиш назарда тутилади. Бозорни сегментлаштириш бир қатор белгиларга қараб олиб борилади. Булардан асосийлари харидорларнинг ёши, дини, жинси, оилавий аҳволи, маълумоти ва касб-кори, уларнинг даромади, жамғарилган мол-мулки ва пулининг



борлиги, қаерда истиқомат қилиши, модани ҳис эта олиши, рекламани қабул қилиши, товарнинг нимасини (нархи, дизайни, маркаси ва тежамли бўлишини) афзал кўришлари ҳисобланади. Булар талаб орқали бозор ҳажмига таъсир этади, буни билиш фирмага доимо керак бўлади. Бозор сегментларида фирма ўзига танлаб олган жой **токча** деб юритилади. Расмда нашриёт маҳсулоти бозорининг токчалари кўрсатилган. Фирма шу токчалардан бир нечасини танлаб олиши мумкин (5.2-расм).

Илмий китоб	Дарсликлар	Болалар учун китоблар	Техник китоб
Бадий китоб	Илмий журнал	Бадий журнал	Сиёсий журнал
Болалар журнали	Ёшлар журнали	Аёллар журнали	Хорижий журнал
Маҳаллий газета	Марказий газета	Ёшлар газетаси	Аёллар газетаси

5.2-расм. Товар тури бўйича бозор токчалари.

#### 5.4. МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ

**Маркетинг стратегияси** – бу фирманинг келажакда бозордаги саъй-ҳаракатлари ва у ерда қиладиган ишларидир. Унинг мақсади эгалланган бозорни қўлдан бермай, иложи бўлса уни кенгайтириш ва рақобатда ютиб чиқишдир. Шу мақсадда бозорга товарлар чиқариш, уларга нарх қўйиш, уларни сотишни ташкил этиш белгилаб олинади.

**Товар стратегияси** бозорга қандай товар чиқарилишини белгилайди, бунда муайян товарга талаб-эҳтиёжнинг борлиги ёки йўқлиги, озлиги ёки кўплиги ҳисобга олинади. Дастлаб товар яратиш лойиҳаси ишлаб чиқилади, сўнгра товар намунаси яратилади, кейинчалик оз миқдорда чиқарилган товарни бозорда сотиб кўрилади. Бу

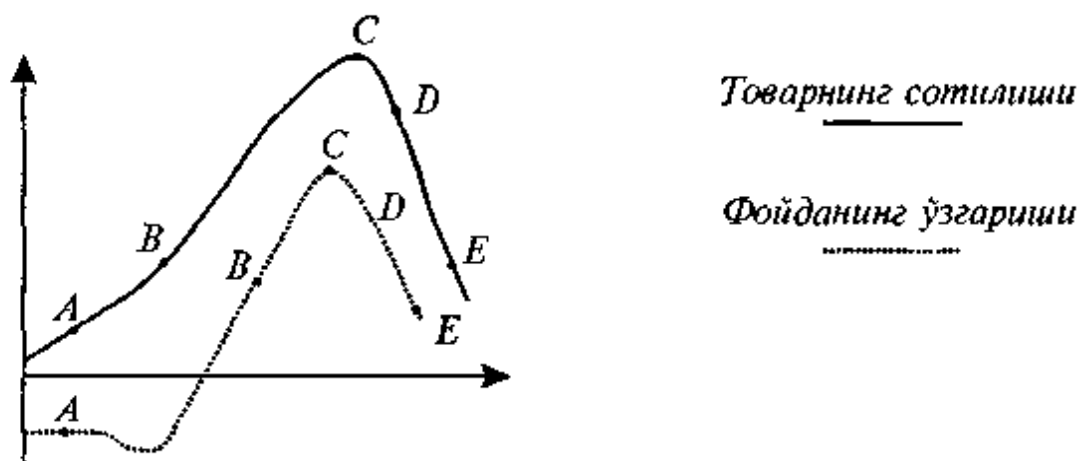
жараёнда товарга тегишли ўзгаришлар киритилиб, унинг сифати қиёмига етказилади.

**Товарнинг сифати унинг инсонга нафлилик келтирувчи хусусиятларининг йиғиндиси бўлиб, унга бозордаги харидор баҳо беради.**

Товарнинг сифатида бир қатор белгилар мужассам этилади: чунончи, уни нима учун ишлатилса, шу талабга жавоб бериши, ишончли ва пишиқ бўлиши, экологик тозаллиги, уни истеъмол этишнинг қулайлиги, унинг чиройли бўлиши. Маркетинг харидор фақат сифатли товарни қабул қилади деган қоидадан келиб чиқади. Товар стратегияси товарнинг рақобатбардошлиги, бозордаги умри (ҳаётий цикли) узок бўлиши учун зарур чора-тадбирларни қўллаиди.

**Товарнинг ҳаётий цикли — бу товар лойиҳаси яратилишидан бошлаб товарнинг бозорга кириб келиши ва ундан чиқиб кетишига қадар бўлган вақтни ўз ичига олади.**

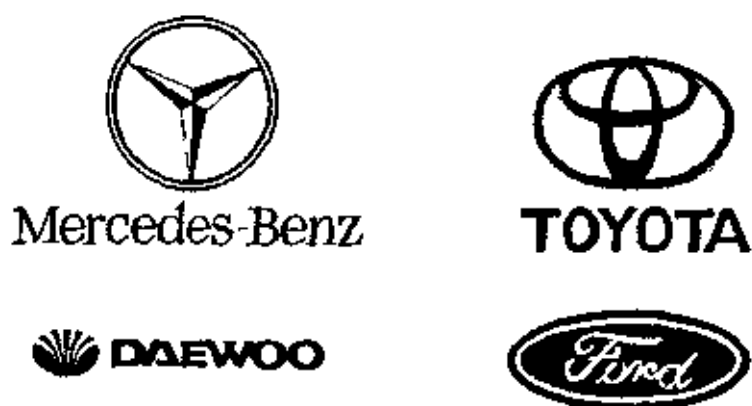
Товарнинг ҳаётийлигини унинг сотилиб туриши белгилайди. Бозорга кириб келган товарнинг сотилиши дастлаб ортиб боради ва энг юқори чўққисига чиққач, бозор тўйиниб, унинг сотилиши қисқаради ва охир-оқибатда у сотилмай қолади. Бу унинг умри тугаганлигини билдиради. Буни қуйидаги чизма тасвирлайди (5.3-расм).



5.3-расм. Товарнинг ҳаётий цикли.

А нуқтада товар бозорга кириб келса, В нуқтада унинг сотилиши кўпая боради ва С нуқтага келиб бу авжига чиқади, сўнг D нуқтадан унинг сотилишининг қисқариши сезилади. Шунга биноан фойда олдин ортиб, сўнгра камаяди. Фирма товар сотилиши қисқаришини сезибок товар умрини чўзишга киришади, бунга уни модернизациялаш (такомиллаштириш) орқали эришилади. Товарга янгиликлар киритилади, сифати оширилади, чиройи кучайтирилади, қулайлиги ва хавфсизлиги оширилади, натижада товарнинг сотилиши ортиб, умри узаяди. Бироқ товар бозорда абадий яшамайди, унга талаб сўнади, талаб янги товарга кўчади. Шу боис товар стратегиясида янги товарни яратиш ҳам мўлжалланади. Товар янги бўлиши учун унинг сифатига катта янгиликлар киритилиши ва буни харидорлар ҳис этиб қабул қилишлари керак бўлади. Шунини инобатга олиб фирмалар янги товарлар чиқариш лойиҳаларини олдиндан яратадилар. Машҳур автомобиль компаниялари, масалан, 4—5 йилдан сўнг талаб этиладиган автомобиль моделини олдиндан тайёрлаб кўядилар.

Янги товарларга ҳам товар белгилари кўйилади (5.4-расм).

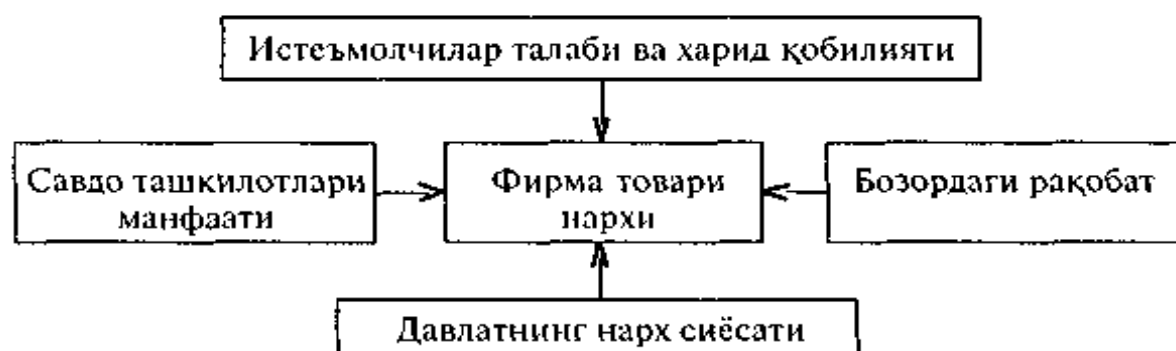


5.4-расм. Машҳур автомобиль фирмаларининг товар символлари.

Улар бошқалардан ажралиб туриши, содда, жозибали ва муайян фирмага расман биркитилган бўлиши талаб қилинади. Ўзга фирмалар номи ва товар белгиларидан фойдаланиб фирромлик қилиш маркетингда рад этилади.

## 5.5. НАРХ БЕЛГИЛАШ

**Нарх стратегияси** фирманинг нарх ўрнатиш соҳасида қандай йўл тутишини белгилайди. Нарх белгилашда фирма ўзининг манфаатини ва ташқи муҳитни ҳисобга олади. Нарх корхонанинг харажатларини қоплаб, фойда олиш имконини бериши зарур. Бундан ташқари, фирма товарни савдо ташкилотлари сотганда, улар ҳам харажатларини қоплаб фойда олиш керак бўлади. Давлат нархларини чегаралаб қўйиши мумкин. Фирма нарх белгилашда шу чегарадан чиқа олмайди. Фирма товарни истеъмолчиларга сотганда уларнинг талаби билан ҳисоблашиши керак. У ўз товарининг нархи билан бозорга чиқади, бозорда эса рақобатга дуч келади. Фирма рақиблар нархини назарда тутишига тўғри келади. Хуллас, фирма товарининг нархига ташқаридаги тўртта куч таъсир этади (5.5-расм).



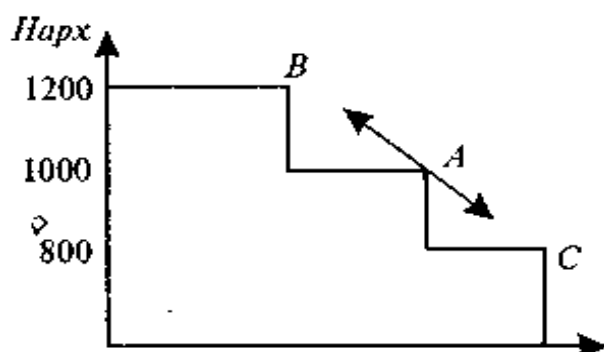
5.5-расм. Нархга таъсир этувчи ташқи кучлар.

Нархга татбиқан маркетинг талаби — бу нархнинг мослашувчан бўлишидир.

**Товар нархининг мослашувчанлиги — бу унинг бозор шароитига кўра ўзгариб туришидир.**

Кўлчилик фирмалар товарнинг дастлабки нархини белгилаганда нарх харажатларини қоплаб, энг максимал (кўп фойда) олишни кўзлайди. Масалан, фирма 10 млн сўм фойда олиши учун 10 мингта товар чиқариб, унинг ҳар бирини 1000 сўмдан сотиши керак. Фирма шуни мўлжал қилиб 1000 сўм турадиган товар билан бозорга чиқади. Сўнгра бозордаги шароитга қараб нархни ўзгартириб бо-

ради. Нарх зинадаги ҳаракат сингари юқори чиқиб ва пастга тушиб туради (5.6-расм).



5.6-расм. Дастлабки нархнинг силжитилиши.

Фирма товарини харидор яхши қабул қилса, нарх *A* нуқтадан *B* нуқтага томон юқорилашади. Агар бунинг акси бўлса, нарх *C* нуқтага томон пасайтирилади.

Нарх белгилашда фирма бошқача йўл тутиши ҳам мумкин. У дастлабки нархни паст белгилаб, харидорни ўргатиб олади, сўнг нарх оширилади. XX асрнинг 70-йилларида “Форд” компанияси янги автомобиль модели — “Форд мустанг”га 2300 доллар нарх қўйган, машина модага кириб, яхши сотила бошлагач, унга арзимаган ўзгариш киритилиб, унинг нархи яхшигина оширилган.

Бозорнинг таҳлилига асосланган ҳолда фирма нарх диверсификациясини ҳам ўтказиши, яъни муайян товар нархини ҳар хил ерда, ҳар хил истеъмолчи учун турлича белгилайди. Нарх диверсификацияси 3 турда ўтказилади:

1. **Нархни харидорнинг қурбига қараб фарқлангириш.** Масалан, ресторанга кундузи оддий хўранда тушлик қилгани келади, унинг пули кўп эмас. Унинг пулини олиш учун ресторан бир кишилик овқат нархини 600 сўм қилиб белгилайди. Худди шу овқат нархи кечқурун 1000 сўм бўлади, чунки ресторанга пулдор хўранда келиб дам олиб кетади.

2. **Нархни товарнинг сотилиш ҳажмига қараб табақалаштириш.** Бунда товар оз олинса, нархи юқори, кўп олинса, у паст қилиб белгиланади.

3. **Нархни мавсумга қараб табақалаштириш.** Бунда нарх талабнинг мавсумий ўзгаришини ҳисобга олади. Ёз кезларида авиакомпаниялар самолёт чиптаси нархини оширадilar, чунки ёзда сафарга чиқиш кўп бўлади. Аксинча,

қиш пайтларида учиш кам бўлганидан самолётларни тўлдириш учун чипталар арзонлаштирилади.

Фирма нархни харидор талабига биноан белгилайди.

Масалан, эркаклар костюмига нарх 127,5 доллар қилиб белгиланади. Буни 130 доллар қилса ҳам бўлади, лекин фирма бунга бормайди, чунки икир-чикиригача майдалаб белгиланган нархни харидор адолатли деб билади, у

127,5 долларни яхши қабул қилади, ҳар ҳолда бу 130 доллар эмас-да (5.7-расм). Нарх сиёсати маркетингнинг ўта муҳим вазифаси, чунки нархга қараб товар сотилиши фирманинг бойиб ёки камбағаллашиб кетишига сабаб бўлади.



5.7-расм. Костюм нархи.

## 5.6. ТОВАРЛАРНИНГ СОТИЛИШИ. РЕКЛАМА

Товарлар сотилиши учун бозордаги харидорлар ундан хабар топишлари зарур, айниқса, бу товарлар бозорга дастлаб чиқарилган пайтда ғоят муҳим бўлади, чунки одамлар товар билан таниш бўлмайди. Шундай пайтда товар ҳақида биринчи тасаввур берилиб, унга дастлабки талаб чақирилади. Товарнинг ҳаёт цикли давомида у ҳақида харидор турлича огоҳ этилади. Товар тақдим этилганда, у кимга мўлжалланган бўлса, шуни кўпроқ товар билан таништириш керак. Масалан, “Фанта” ичимлиги ёшларга мўлжалланганидан уни кўпроқ ёшларга тақдим этилади. Харидор товар билан таништирилганда, унинг нафлиги ҳақида тўла ахборот бериш ўринли ҳисобланади, чунки бу билан харидор учун товарнинг зарурлигига ишонч ҳосил этилади. Товар орқали кишилар фирма билан танишиб, унга ишонч билан қарайдилар, натижада фирманинг бозордаги имижи таъминланади.

Товарни тақдим этиш усуллари кўп, лекин улардан асосийси реклама, яъни товар билан уни сотиш чоғида таништириш, товарни харидорлар орқали тарғиб этиш. Ҳар бир усулнинг яхши ва ёмон томони бор, шу боисдан маркетинг ишида айтилган усуллар биргаликда қўллана-

ди. Товарлар тақдимоти сарфлар талаб қилади, бу эса нафли бўлиши зарур. Бу ишнинг самарадорлиги тақдиротга кетган сарфлар билан у берган натижани таққослаш орқали аниқланади, яъни сарф бирлиги товар сотишни кўпайтириш орқали қанча birlikда фойда келтиргани аниқланади. Агар ҳозир 1 сўмлик сарф фойдани 10 тийинга оширсан-ю, сўнгра 1 сўмлик сарф 15 тийинлик фойда келтирса, самарадорлик ошган бўлади.

Товарнинг зарурлигини харидорга етказишда реклама (лотинча *reclamate* — чақириш, жар солиш) асосий восита ҳисобланади.

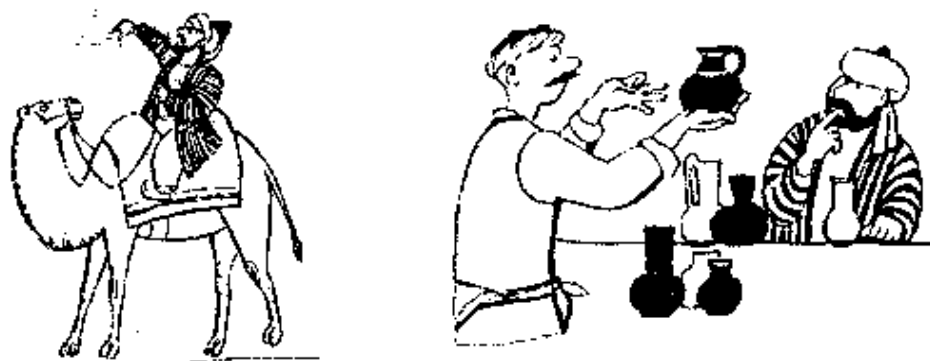
Шу сабабли рекламани савдо-сотиқнинг ҳаракатга келтирувчи кучи деб баҳолашади. Хўш, рекламанинг ўзинима?

**Реклама харидорлар оmmasнга муайян товарнинг ҳақиқий сифати ва афзаллигини тақдим этувчи одилона ахборотдир.**

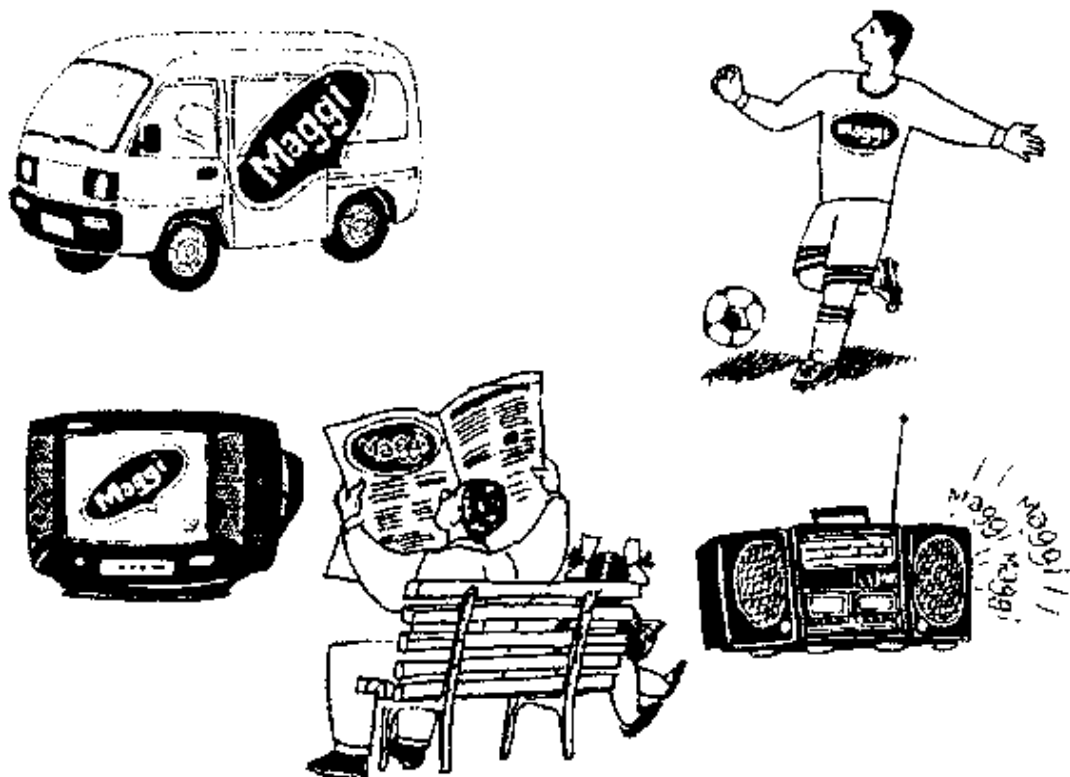
Рекламанинг мақсади харидорларда товарни сотиб олишга истак уйғотишдир.

Рекламага кўйилган асосий талаб унинг ҳалол бўлиши, унда фирромлик қилиб харидорни алдашга йўл бермасликдир. Фирром рекламани иқтисодий жиноят деса бўлади. Реклама харидорларга қаратилади, ундаги ахборотни маъқуллаш ёки маъқулламаслик, унга эътибор бериш ёки бермаслик уларнинг иши. Реклама кишиларга зўрлаб эмас, балки ишонтириш орқали сингдирилади.

Реклама усули ва воситалари ахборотни етказиш технологиясига боғлиқ бўлади. Илгарилари реклама бизнинг бозорларда товар сотилиш чоғида ва жарчилар орқали оғзаки равишда қилинган (5.8-расм).



5.8-расм. Ўтмишдаги реклама.



5.9-расм. Ҳозирги реклама.

Ҳозирда харидорга ахборот етказиш воситалари ривож топганлигидан улардан кенг фойдаланилади (5.9-расм).

Реклама воситаларини танлашда уларнинг самарадорлигини инобатга оладилар. Уни аниқлашда реклама қанча харидорларга қандай таъсир этиши ва бу неча пул туриши мезон бўлиб хизмат қилади.

Қаерда рекламага сарф кўп бўлса, шу ерда товарлар кўп сотилиб, фойда кўпроқ олинади. Фирмаларнинг маркетинг хизмати мана шундай қоидага амал қилади.

## 5.7. РАҚОБАТЛАШУВ

Маркетинг рақобатлашув йўл-йўриқларини ҳам белгилайди.

**Рақобат бир мақсадни кўзлаган фирмаларнинг ўзаро кураши, беллашувидир.**

Фирмалар манфаати тўқнашганда рақобат келиб чиқади. Фирмалар бозордаги харидор учун, аниқроғи, унинг пулини олиш учун ўзаро курашадилар. Маркетинг иши фирманинг рақобатда ютиб чиқишига, ютқизган тақдирда ҳам курашдан катта талафотсиз чиқишига қаратилади.



Фирма кимлар билан ва қандай воситалар ёрдамида рақобат қилишини белгилаб олади. Рақобатчилар саъй-ҳаракатларини пайқаб олиш учун фирма уларни ҳар тарафлама таҳлил қилади. Бунда рақиблар бозорга қандай миқдорда товар чиқариши, уни қаерда ва қанчадан сотиши, нархини ўзгартириш эҳтимоли, товарнинг қандай реклама қилиниши, товар сифатининг кафолатланиши, харидорга кўрсатиладиган сервис (хизмат)ни қандай эканлиги аниқланади. Бу билан рақобатчиларнинг кучли ва заиф томонлари ўрганиб чиқилади. Шунга таяниб рақобатчиларга қандай иш билан жавоб берилиши ҳал этилади. Бунда 2 йўл тугилади — мудофаа ва ҳужум. **Ҳужум** қилинганда янги товарлар ва сервис таклиф этилади, нарх ва реклама жиддий ўзгартирилади, товарни сотиш жойлари, сотувчилар сони кўпайтирилади. **Мудофаа** пайтида ўзини ҳимоя қилиш чоралари кўрилади, рақибдан олдин товарлар чиқарилиб, нарх арзонлаштирилади, реклама кучайтирилади.

Рақобатчиларга фирма нима билан жавоб бериши аниқланганда 3 хил йўл тугилади:

1) Агар фирма бозордаги ўз мавқеини сақлаб қолишга ишонса рақобатчиларга бефарқ қарайди; 2) агар рақобатчилар муайян бир соҳада фаоллик қилса, фирма сайланган жавоб усулини қўллайди. Масалан, рақиб нархни туширса, у ҳам нархни тушириш билан жавоб беради; 3) агар рақобатчилар ҳар томонлама ҳужум қилса, фирма ҳамма чоралар билан жавоб қайтаради.

Фирмадаги маркетинг ўз товарларининг рақобатбардошлигини кучайтиришга қаратилади. **Товарни рақобатбардош қилиш** дегани уни бир хил, турдош ва ўринбосар товарларга нисбатан афзаллигини таъминлашдир. Афзаллик сифат ва нарх жиҳатдан бўлади, чунки оддий истеъмолчи товарни танлаганда унинг сифатини ва неча пул туришини таққослайди. Рақобатбардошлик узоқ муддатда ишлатиладиган товарларга нисбатан таъминланганда уларни истеъмол этиш қулайлиги ва эксплуатация (ишлатиш) харажатлари ҳам ҳисобга олинади. Масалан, музлатгичнинг рақобатбардошлигини унинг нархи, дизайни ва ҳажмидан ташқари, унга қанча электроэнергия сарфланиши, қўпол бўлмаслиги, шовқинсиз ишлаши, уни техникавий кўрикдан ўтказиб туриш ва таъмирлаш харажат-

ларининг камлиги ҳам белгилайди. Харидор учун сотиб олинганидан сўнг дарҳол ишлатиладиган товарларнинг сифати билан нархи аҳамиятли бўлса, узоқ хизмат қиладиган товарлар бутун ишлатиш даврига ҳисобланган нархи (харид нархи + ишлатиш харажати) арзон бўлганда рақобатбардош бўлади.

Маданиятли рақобат курашида 3 та усул қўлланади: 1) нархни ўзгартириш; 2) товар сифатини ошириш; 3) харидорга яхши хизмат қилиш.

Рақобатнинг муайян вазиятга қараб айtilган усуллари билан бири танлаб олинади ёки улар биргаликда қўлланилади. Маркетинг охир-оқибатда фирманинг рақобатбардошлигини таъминлашни керак.

**Фирманинг рақобатбардошлиги унинг бозор шароитига мослаша билиши, яхши ишлаш орқали бозорда ўз мавқеини мустаҳкамлай олиш қобилиятидир.**

**Рақобатбардош фирма** — бу барқарор ривожланиб борувчи фирмадир.

## I. Таянч тушунчалар

- |                            |                                  |
|----------------------------|----------------------------------|
| 1. Маркетинг.              | 8. Нархнинг мослашувчанлиги.     |
| 2. Бозор ҳажми.            | 9. Нарх диверсификацияси.        |
| 3. Бозор конъюктураси.     | 10. Реклама.                     |
| 4. Бозор сегменти.         | 11. Реклама самарадорлиги.       |
| 5. Товар стратегияси.      | 12. Фирманинг рақобатбардошлиги. |
| 6. Товарнинг ҳаётий цикли. |                                  |
| 7. Нарх стратегияси.       |                                  |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Маркетингнинг қандай асосий қондалари бўлади?
2. Нима учун фирма бозорни ўрганади?
3. Товарнинг рақобатбардошлигини нималар белгилайди?
4. Бозор конъюктураси нималар билан тавсифланади?
5. Бозор сегментларга ажратилганда нималар ҳисобга олинади?
6. Товарнинг ҳаётий циклига қандай босқичлар хос бўлади?
7. Товар белгилари қандай талабларга жавоб бериши керак?

8. Фирма ўз товарига нарх қўйганда нималарни ҳисобга олиши керак?
9. Нархлар диверсификациясининг қандай турлари бўлади?
10. Товар бозорга тақдим этилишининг қандай усуллари бор?
11. Рекламага қандай асосий талаб қўйилади?
12. Фирма рақобатга нима билан жавоб беради?
13. Рақобатнинг қандай маданий усуллари бор?

### III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган тўғри сўзни топиб, ўрнига қўйинг:

- а) Маркетинг ишининг вазифаси фақат бозорга мослашиб олиш эмас, балки ўзига янгидан ..... яратиб олиш ҳамдир.
- б) Бозор конъюктураси бозорнинг ..... ҳолатидир.
- в) Товарнинг нафлиликка ..... баҳо берувчи ..... дир.
- г) Рекламанинг асосий талаби унинг ..... бўлишидир.

2. Қуйидаги саволларга жавоб беришга уриниб кўринг:

- а) Сиз деҳқон бозоридан қовун олмоқчисиз. Сиз: «Мана шу қовун қанчадан?» деб сўрасангиз, сотувчи сизга 200 сўм, лекин ками бор, дейди. Хўш, сиз қандай нархга йўлиқдингиз? б) Сиз деҳқон бозорига декабрь ойида картошка олиш учун келдингиз. Сотувчи картошка нархи 200 сўм, лекин ками бор, деди. Сиз 180 сўм бераман, дедингиз, лекин сотувчи кўнмади. Сиз 190 сўм десангиз, рози бўлди. Бу ерда қандай нарх ҳосил бўлади? в) Сиз магазиндан “Рама” маргарин ёғини олмоқчисиз? Одамлар гавжум автобус бекати олдидаги магазинда “Рама”нинг нархи 1300 сўм экан, 2 бекат наридаги супермаркетда 1200 сўмдан кўрган эдингиз, қўшни маҳалладаги дўконда унинг нархи 1250 сўм экан. “Рама”нинг улгуржи нархи 1100 сўм бўлган. Айтингчи, нима учун магазин “Рама”га энг юқори нарх белгилаган, у қандай афзалликдан фойдаланмоқчи? г) Сиз «Марказий универмаг арзонлаштирилган товарлар сотишни бошлади» деган эълонга биноан шу ерга келдингиз. Трикотаж товар бўлимида арзон носкилар сотилишига дуч келдингиз. Катта тўплам носкилар олдида нарх 50 сўмдан бошланган, деб ёзиб қўйилипти. Сиз 50 сўмлик носки оламан деб қидирсангиз, тўпламда фақат битта брак носки бўлиб, нархи 50 сўм экан. Бошқа носкилар нархи 100, 120, 150 сўм экан. Хўш, универмаг нима учун шундай қилди? д) Фирма товарни кўп олган харидорга унинг нархини тушириб беради. Нега у шундай қилади, нархини тушириш фойдани камайтириб юбормайдими? е) Савдо фирмаси ва оёқ кийим фабрикаси модали туфлини арзон сотамиз деб эълон қилди. Кимнинг эълонига кўпроқ ишонса бўлади?

## VI БОБ. ХОНАДОН ХЎЖАЛИГИ

### 6.1. ХОНАДОН ХЎЖАЛИГИ ТУШУНЧАСИ

Иқтисодиёт иштирокчилари орасида хонадон хўжалиги ҳам бор, уни Фарбда уй хўжалиги деб атайдилар.

**Хонадон хўжалиги — бу истеъмолчилар бирлиги, истеъмолни яқунловчи бўғин.**

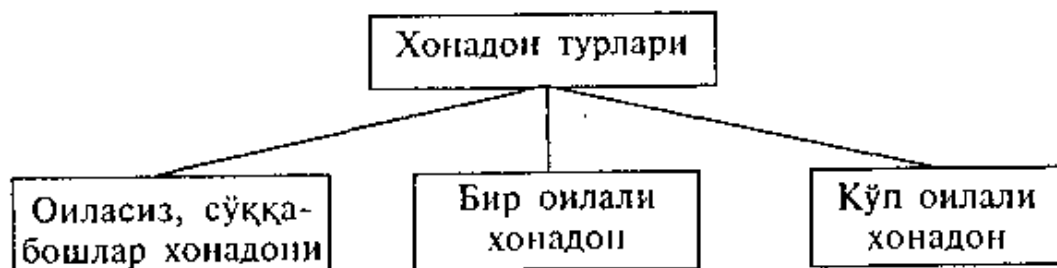
Хонадон оиллага таянади, лекин у билан бир хил нарса эмас. Агар оила кишиларнинг қон-қариндошчиликка асосланган бирлиги бўлса, хонадон уларни иқтисод иштирокчилари сифатидаги кичик бирлигини ташкил этади. Хонадоннинг бош белгиси, истеъмолнинг умумийлигидир, яъни кишиларнинг истеъмол жараёнида бирлашувидир. Товар ва хизматларни биргаликда истеъмол этиш учун моддий ва пул маблағларини бирлаштирувчи кишиларнинг кичик гуруҳлари хонадон бўлади. Хонадоннинг юзага келиши учун қон-қариндош кишиларнинг даромади ягона бюджетни ташкил этиши, у биргаликда сарфланиши ва шу йўсинда шахсий истеъмол қондирилиши зарур. Хуллас, хонадон бўлиши учун, халқ таъбири билан айтганда, кишиларнинг қозон-товоғи бир бўлиши керак.

Хонадонга бирлашиб истеъмол этишнинг афзаллиги бор, чунки якка тарзда истеъмол юз берганда у қимматга тушади. Масалан, битта гиламдан бир киши фойдалангандан кўра, ундан 4—5 кишилик хонадон фойдалангани афзал бўлади, чунки гилам харажати бир кишига нисбатан хонадонда анча кам бўлади. Хонадондаги тежамли истеъмол пул бирлигининг (масалан, 1000 сўмининг) сарфидан катта нафлилик олиш, яъни истеъмолни максимумлаштириш имконини беради. Айниқса, бу ҳали иқтисоди юқори бўлмаган мамлакатлар учун му-

ҳим. Ер юзидаги 210 мамлакатдан 170 таси шундай мамлакатдир.

## 6.2. ХОНАДОН ХЎЖАЛИГИНИНГ МИЛЛИЙЛИГИ

Хонадон иқтисодиёт иштирокчилари орасида кўпчиликни ташкил этади. Масалан, 2000 йил Ўзбекистонда жами фирмалар, корхоналар ва хўжаликлар 200 мингдан сал зиёд бўлса, хонадонлар сони 3,5 млн дан ортиқ эди. Хонадоннинг кўпчиликдан иборат бўлиши ва асосий истеъмолчи ҳисобланиши — бу унинг умумий белгисидир. Хонадоннинг миллийлиги эса унинг таркиби, истеъмол анъаналари ва ишлаб чиқаришда иштирокининг ҳар хиллигидан иборат. Хонадон бир оилали бўлиши шарт эмас, оиласиз сўққабошлар хонадони ҳам борки, бу индивидуал, яъни якка истеъмолчиликка асосланади. Айни пайтда кўп оилали хонадонлар ҳам борки, бу ерда гуруҳий истеъмолчилик мавжуд (6.1-расм).



6.1-расм. Хонадон турлари.

Хонадоннинг асосий тури кўп ерларда бир оилали хонадондир. Оилавий ришталар кучсиз ерда сўққабошлар хонадони кўп бўлади. Аждодлардан қолган анъаналар кучли ерда кўп оилали хонадон сақланади, буни патриархал хонадон деб ҳам юритилади. Хонадоннинг миллийлигини Ўзбекистон мисолида кўрсак, бу ерда биринчи тоифа хонадоннинг оз бўлиши ва учинчи тоифа хонадоннинг сақланиб қолишидир. Кўп оилали хонадон намунаси сифатида “Келинлар кўзғолони”даги Фармон буви хонадонини олиш мумкин. Бундай хонадонлар бир неча оилаларомати, харажати ва ниҳоят, истеъмолнинг бирлашувини билдиради.

Ўзбекистонда катта сонли хонадонлардаги ишловчилар қарамоғидаги боқимандаларнинг кўплиги билан аж-

ралиб туради. Масалан, 1998 йилда хонадондаги битта пултопарга 1,14 нафар бола, 0,21 нафар қария, 0,33 нафар ишламайдиганлар тўғри келган.

Хонадон бошқа иқтисод иштирокчиларига қараганда анъаналарга содиқ бўлади. Шу жиҳатдан ҳам хонадонда миллийлик бор. Масалан, АҚШда ҳар бир хонадон деярли 400 йилдан буён “шукроналар куни”ни нишонлайди, Ўзбекистонда эса минг йиллардан буён хонадон “Наврўзи олам”ни байрам қилади.

Хонадоннинг миллийлигини унинг ишлаб чиқариш кўникмаларида ҳам ифода этилади. Фарбда кўпгина саноат-молия гуруҳлари ўзининг оилавийлигини йўқотган. Масалан, АҚШда Меллонлар, Дьюпонлар ва Рокфеллерлар компаниялари капитали тарқалиб, энди улар оилавий тавсифга эга эмас. Ўзбекистонда эса аксинча, хонадонга таянган бизнес ривож топган. Шу сабабли биз ҳар қадамда оила аъзолари номи билан аталган корхона, дўкон ёхуд магазинларга дуч келамиз.

Ўзбек қишлоғида оилавий кичик фермер хўжаликлари, шаҳарларда эса ҳунармандчилик устахоналари ҳар қадамда учрайди. Ширкат хўжаликларида оилавий пудрат кенг қўлланади. 2000 йилда бир пудратчи оилага 5 гектар экин майдони биркитилган эди.

Хонадоннинг миллийлиги унинг ижтимоий мақомида ҳам кўринади. Бой, ўртаҳол ва камбағал хонадонлар борки, уларнинг салмоғи турли мамлакатларда ҳар хил бўлади. Хонадоннинг бойлик жиҳатдан фарқланиши ҳам турлича. Масалан, 10 фоиз бой хонадон ва 10 фоиз камбағал хонадон даромади ўртасидаги фарқ Хитойда 14,6 марта, АҚШда 9 марта, Ўзбекистонда 7,8 марта, Парагвайда 66,6 марта.

Иқтисодиёти ўтиш давридаги мамлакатларда (жумладан, Ўзбекистонда ҳам) тадбиркор, ишчи, хизматчи, деҳқон ва пенсионерлар хонадонига ажралади ва уларнинг салмоғи мамлакатлар бўйича фарқланади.

### **6.3. ХОНАДОН — ИҚТИСОДИЁТ ИШТИРОКЧИСИ**

Хонадон шунинг учун ҳам иқтисодиётнинг асосий субъекти ҳисобланадики, бу, биринчидан, ишлаб чиқаришга ресурслар етказиб беради; иккинчидан, яратилган

товарлар ва хизматларнинг асосий қисмини истеъмол этади.

Хонадон кўлида ер, меҳнат, капитал ва тадбиркорлик қобилияти каби ресурслар жамланган. У ўз ресурсларини бозор орқали фирмаларга етказиб беради, яъни ишлаб чиқаришнинг эҳтиёжларини қондиради. Шу товарлари учун у пул даромадлари (меҳнат учун иш ҳақи, пул капитали учун фойза, тадбиркорлик учун фойда, ер ва бошқа кўчмас мулки учун ижара пули – рента) олади. Хонадон шу пул билан истеъмол товарлари бозорига чиқиб, у ердан фирмалар яратган озиқ-овқат, кийим-кечак, уй-рўзғор буюмлари ва турли хизматларни сотиб олади. Хонадон истеъмоли товарларнинг сотилишини кафолатлайди, бу билан ишлаб чиқаришнинг такрорланишига шароит яратиб беради. Хонадон ҳам фирмалар, ҳам давлатга иш кучи етказиб беради, чунки оилада бола туғилади, у тарбияланиб вояга етади ва меҳнат ресурсига келиб қўшилади. Ҳозирги Ўзбекистонда 11 хонадон йилига битта иш кучини етказиб беради, бу жами хонадонлар йилига 330 минг нафар ёшларни меҳнат ресурслари сафига қўшади дегани бўлади. Хонадон давлат билан ҳам алоқада бўлади. Хонадон бозорга чиқарган меҳнат ресурсларининг бир қисми давлат хизматида бўлади. Хонадонлар ўз даромадидан давлатга солиқ тўлайдилар, шунинг эвазига у кўрсатадиган хизматлардан (мудофаа, хавфсизлик, билим бериш ва соғлиқни сақлаш хизматларидан) текинга фойдаланади. Хонадоннинг иқтисодиётдаги ролини қуйидаги расмдан кўриш мумкин (6.2-расм).



6.2-расм. Хонадоннинг фирмалар ва давлат билан муносабати.

Хонадон давлатга солиқ шаклида даромад берса, фирма товарларини сотиб олиб, унга пул тушуми шаклида даромад келтиради. Хонадоннинг иқтисодиётдаги асосий

партнёри (шериги) фирмалар ҳисобланади. Хонадон ички иқтисодий алоқаларнинг асосий иштирокчиси бўлгани ҳолда, у фирма ва давлатдан фарқлироқ ташқи иқтисодий фаолият билан шуғулланмайди, яъни халқаро муносабатлар иштирокчисига айланмайди.

#### 6.4. ХОНАДОННИНГ БЮДЖЕТ ЧЕГАРАСИ

Хонадон истеъмолини қондирувчи пул унга даромад сифатида ресурслар сотиш натижасида ва бевосита товар ишлаб чиқариш туфайли тегади. Тадбиркор хонадонда фойда, ишчи хонадонда иш ҳақи, пенсионер хонадонда пенсия даромаднинг асосий шакли ҳисобланади. Бозор иқтисодида “Ҳар ким ишлаб топганини олади” деган қоида борки, унга кўра хонадоннинг даромадлари, унинг харид қобилияти турлича бўлади. Аммо харид қобилиятини қўлга теккан даромад (солиқлар ва бошқа тўловлар чегирилгандан кейин қилган) миқдоридан ташқари хонадоннинг илгариги пул жамғармасини сарфлаш, ҳозирги пулини жамғариш истаги ҳам белгилайди.

Аксарият хонадонлар эҳтиёжнинг чексизлиги ва даромадларнинг чекланганлигига йўлиқадилар. Буни бюджет чегараси ифода этади. Хонадоннинг **бюджет чегараси** муайян вақтда унинг ихтиёридаги пулни миқдоран чекланганлигидир.

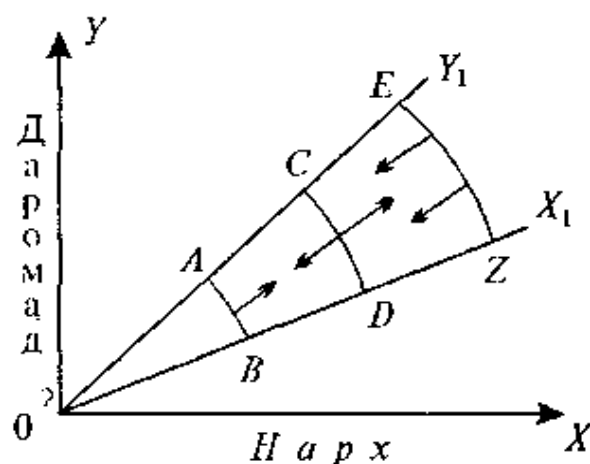
Хонадон аҳли кўп нарсани харид этгиси келади, лекин даромади бунга имкон бермайди. Хонадон харидини чекловчи яна бир омил — бу нархларнинг даражасидир. Иқтисодда шундай қоида бор:

**Хонадоннинг харид қобилияти унинг пул даромадлари миқдорига тўғри мутаносибликда, нархларга тескари мутаносибликда бўлади.**

Бу қоидани чизмада тасвирласак, у қуйидаги кўринишда бўлади (6.3-расм).

Чизмада  $AB$ ,  $CD$ ,  $EZ$  ёйсимон чизиқлар бюджетни билдиради, улар қуйидан юқорига ва юқоридан пастга қараб силжиши мумкин. Бу даромадни  $OY$  ва  $OY_1$  оралиғида, нархни эса  $OX$  ва  $OX_1$  оралиғида тебраниб туришини билдиради. Бу нархдаги ва даромаддаги ўзгаришга боғлиқ





6.3-расм. Хонадон бюджет чизиғи.

бўлади. Хонадон бюджет чизиғи гоҳо кенгайиб, гоҳо тарайиб туради, хонадоннинг иши юришган пайтларда унинг даромади ортади, акс ҳолда даромад қисқаради.

### 6.5. ХОНАДОН ИСТЕЪМОЛИДАГИ ТАНЛОВ

Хонадон ўз билганича даромадини ошира олмайди ёки нархни ўзгартира олмайди, чунки буларни хонадоннинг кучи етмайдиган омиллар, аниқроғи, бозор қонунлари юзага келтиради. Хонадон уларни бекор қилишга ожиз, у буларни фақат ҳисобга олиши мумкин. Шунинг учун у қўлидаги пули ва нархга қараб танловга боради, яъни нимани қанча олишни ўзи ҳал қилади (6.4-расм).

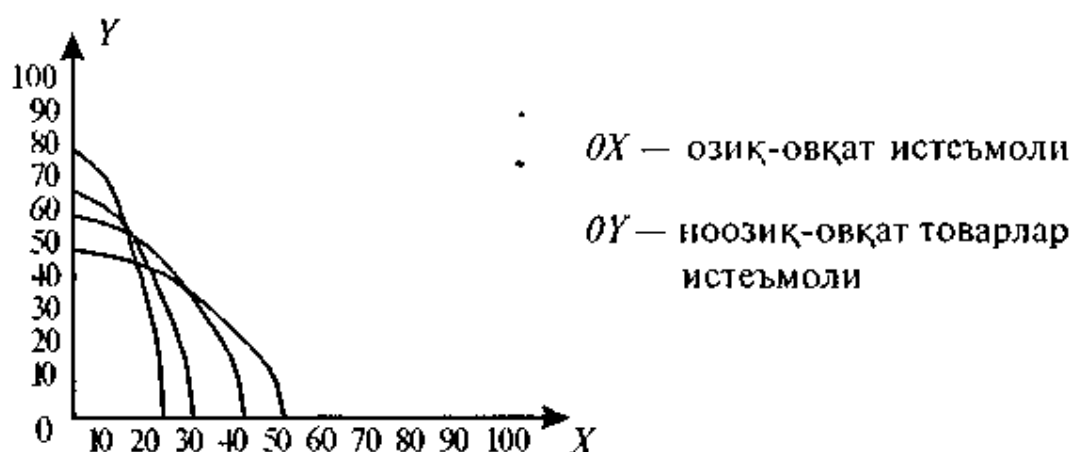


6.4-расм. Хонадон танловига таъсир этувчи кучлар.

Танлов чоғида хонадон истеъмолини максимумлаштиришга интилади. У ёнидаги пули ва нархга қараб шундай товарлар тўпланини танлайдики, бу билан ўз эҳтиёжини имкони борича тўлароқ қондиради. Бунинг учун у товарларнинг ўзи учун энг оптимал комбинациясини —

тўпламини танлайди. Бу тўпламга одатда 3 гуруҳ товарлар киради: 1) озиқ-овқат товарлари ( $A$ ); 2) ноозиқ-овқат товарлари ( $B$ ); 3) хизматлар ( $C$ ).

Бу товарлар мажмуасидан олинадиган нафлилик, яъни қониқиш 100 бирликка тенг бўлса, бир хонадон учун  $60A+20B+20C$  бўлса, бошқа хонадонга  $50A+25B+25C$  энг мақбул бўлади. Мақбуллик мезони хонадон ўз даромади ва эҳтиёжидан келиб чиққан ҳолда нимани афзал кўришига боғлиқ. Шунга қараб истеъмолдаги товарлар ва хизматлар комбинацияси ўзгаради. Афзал кўришга қараб товарлар тўпламининг ўзгаришини чизмадан кўрса бўлади (6.5-расм).



6.5-расм. Хонадон танлови чизмаси.

Чизмага кўра танлаб олинган тўпламлар таркиби турлича бўлиб,  $50+50$ ,  $60+40$ ,  $70+30$  ва ниҳоят,  $80+20$  шаклига эга.

Хонадон танлови қотиб қолган нарса эмас, унга ўзгарувчанлик, яъни динамизм хос бўлади. Вақт ўтиши билан харид қобилияти, нарх ва афзал кўриш бошқача бўлади. Натижада хонадон истеъмолининг ҳажми ва таркиби ўзгаради, бу эса ишлаб чиқаришнинг янгиланишини талаб қилади.

### 6.6. ХОНАДОННИНГ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ФАОЛИЯТИ

Хонадон истеъмолчи ҳисобланса-да, қисман у ердаги ишлаб чиқариш тирикчилик ўтказиш воситаси ҳисобла-

нади, ўзини-ўзи иш билан таъминлашга хизмат қилади. Унинг икки асосий шакли мавжуд: хонаки ишлаб чиқариш ва оилавий бизнес. Хонаки ишлаб чиқариш бозор учун эмас, балки хонадон аҳлининг истеъмолини қондириш учун олиб борилади. Бу ерда яратилган маҳсулот ва хизматлар шу ернинг ўзида истеъмол этилади, бу билан улар бозордан сотиб олинган товарлардан фарқланади. Хонадонда овқат тайёрлаш, консерва қилиш, кийим тикиш, қурилиш ва таъмирлаш ишлари бажариладики, булар ҳам табиатан ишлаб чиқариш ҳисобланади. Бироқ бундай ишлар иқтисод ривожланиб улгурмаган мамлакатларда кўпроқ учрайди. Меҳнат унумдорлиги паст бўлган ерда ташқаридан иш қидириб пул топишга нисбатан уй юмушларини бажариш қулай бўлади. Ишлаб яхши пул топиш имкони бор ерда бунинг акси мавжуд. Масалан, яхши менежер аёл бир соат ишласа, 1200 сўм топади, бир соатли уй юмушини бажариш 400 сўм туради. Бунда уй ишларини ташқаридан одам ёллаб бажариш қулай бўлади. Иқтисод ривожланган шароитда даромаднинг катта бўлиши хонаки ишлаб чиқаришни самарасиз қилади. Шу боис уй юмушларини ҳам махсус фирмалар бажаради ёки улар техника йўли билан қисқа вақтда бажарилади. Аксинча, иқтисод ҳали яхши ривожланмаган ерда хонаки ишлаб чиқаришнинг роли кучли бўлади.

Оилавий бизнесга келсак, бу майда товар ишлаб чиқариш русумига эга. Бу ерда ўзи учун эмас, бозор учун, лекин кичик кўламда ишлаб чиқарилади. У кичик оилавий фирмалар ва устахоналар шаклига эга. Ўзбекистонда бундан ташқари у томорқа, деҳқон хўжалиги ва оилавий фермер хўжалиги шаклига кирган. Оилавий корхоналар технологик мураккаб бўлмаган маҳсулот чиқаради ва турли хизматларни кўрсатади. Бунга мисол қилиб оилавий новвойхона, ошхона, сартарошхона, дўкон ва устахоналарни кўрсатиш мумкин. Хонадон бизнеси — бу микро (кичик) бизнес бўлиб, унинг бир қатор белгилари бор:

1) У мослашувчан бўлади, уни бозордаги талабга қараб тезда қайта қуриш мумкин, яъни янги товар чиқаришга тезда мослаштира бўлади.

2) У серкапитал эмас, балки сермеҳнат бўлади. Бу ерда машиналар камроқ, иш кучи эса кўпроқ қўлланади. Шу сабабли уни ташкил этиш учун катта пул зарур эмас, оз

пулни топиш эса енгил бўлади. Масалан, банкдан микрокредит олиш мумкин.

3) У хонадон аҳлининг ўз иш кучига таянади, ташқаридан иш кучи ёллаш билан боғлиқ сарфларга дуч келинмайди.

4) Унинг мақсади фойда топиш эмас, балки тирикчилик ўтказишдир, шу сабабли бу ерда кичик даромад билан қаноат ҳосил этилади.

Айтилган белгилар хонадон бизнесини гоаят яшовчан қилади. Ўзбекистондаги хонадон бизнесида томорқа ва деҳқон хўжалиги алоҳида ўрин тутади. Улар иккиёқлама мазмунга эга: биринчидан, улар хонадон истеъмоллига натурал (сотиб олинмаган) маҳсулот етказиб беради. Иккинчидан, улар товар хўжалиги сифатида бозорга ҳам маҳсулот чиқаради. Агар сивири бор хонадон 10 литр сут олса, 3 литрни ўзи ичади, қолган 7 литри бозорга етказиб берилади. Агар томорқа хонадон учун ёрдамчи даромад манбаи бўлса, деҳқон хўжалигида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотишдан келган тушум хонадоннинг асосий даромади бўлади.

Хонадон ишлаб чиқаришининг миқёси иқтисодий тараққиёт даражасига тескари мутаносибликда бўлади, яъни иқтисодиёт қанчалик ривожланган бўлса, хонаки ишлаб чиқаришининг аҳамияти шунчалик пасаяди, чунки фирмада ёки давлат идораси хизматида бўлиш хонадонга кўпроқ даромад келтиргандан бу иш нафлироқ бўлиб қолади.

## 6.7. ХОНАДОН ЖАМҒАРМАСИ

Хонадон фаолияти истеъмол билан тугалланмайди, чунки у жамғаришни ҳам билдиради. **Жамғариш** хонадон даромадининг унинг жорий истеъмол сарфларидан ортиб қолган қисмидир. Жамғариш миқдорини ( $C$ ) аниқлаш учун қўлга теккан даромаддан ( $Dk$ ) жорий истеъмол сарфлари ( $Wi$ ) чегириб ташланади. Бунда  $C = Dk - Wi$  ҳосил бўлади. Масалан, хонадоннинг бир йиллик қўлга теккан даромади 1,2 млн сўм бўлса, шундан 1 млн сўм истеъмол учун сарфланади. Бунда жамғариш 0,2 млн сўм бўлади, чунки  $C = 1,2 \text{ млн} - 1,0 \text{ млн} = 0,2 \text{ млн}$ . Хўш, нима сабабдан хонадон жамғариш қилади? Бунинг сабаби кўп:

1. Хонадон ҳам рискка йўлиқади, уни юмшатиш учун пул жамғармаси ҳосил этиладики, бу фирмада товар моддий захира ҳосил этиш сингари, ҳар эҳтимолга қарши ташкил қилинади.

2. Хонадоннинг кечиктирилган эҳтиёжи бўлади, бунда хонадоннинг ҳозирги топгани бу эҳтиёжни қондиришга етмайди. Масалан, хонадон уй ёки автомашина олиши керак, бунга ҳозирги пули етмайди, шу боис у пулни машина ёки квартира олишга етгунча жамғариб боради.

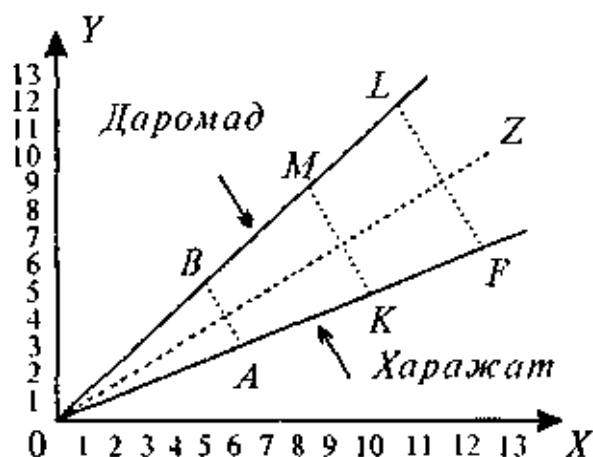
3. Хонадоннинг келажакда кутиладиган харажатлари бор, масалан, тўй, маърака ўтказиш, қариликни таъминлаш ва ҳ.к. Булар ҳам жамғаришни талаб қилади.

4. Умуман, кишиларда бойлик тўплаш учун жамғаришга интилиш бўлади, чунки бой бўлмайман деган одам топилмайди.

Хонадон топганининг фақат бир қисмини жамғариши мумкин, чунки унинг кундалик тирикчилиги ўтиб туриши лозим. Хонадонда жамғариш коэффициенти ( $K$ ) билан қанча даромад ( $Dk$ ) жамғарилиб боришини ( $C$ ) билиш мумкин. Бунда  $K = \frac{C}{Dk}$  бўлади. Ҳар доим  $K < 1$  бўлиши талаб қилинади. Агар  $K = 1$  бўлса, истеъмол нолга тенглашади, бу мутлақо бўлиши мумкин эмас, чунки хонадон фақат ҳаётий эҳтиёжларини (истеъмолини) қондирганидан сўнг жамғарма ҳосил этиши мумкин. Бу коэффицент бирдан кам, лекин ҳар хил даражада ундан паст бўлиши мумкин:  $K = 0,2$ ;  $K = 0,24$ ;  $K = 0,30$ ;  $K = 0,32$  ва ҳ.к. Коэффицентнинг бундай тебраниши даромаднинг миқдорига ва жамғаришга мойиллик даражасига боғлиқ бўлади. Масалан, хонадоннинг йиллик даромади 1,2 млн сўм, унинг 20 фоизи жамғарилади, жамғаришга мойиллиги пасайса, жамғариш 15 фоизга тушиб қолади. Бордию даромад 1,5 млн сўмга етиб, мойиллик олдингидек қолса (20 фоиз бўлса), унда жамғариш даромадга қараб ошган бўлади.

Хонадон даромади билан унинг жорий сарфлари ўртасидаги фарқ ( $D - И$ ) қанчалик катта бўлса, шунчалик кўп жамғарма ҳосил бўлади (6.6-расм).

Чизмадан даромад ва харажат чизиқлари бир-биридан йироқлашиб борганини кўрамиз. Бунда оралиқ  $AB < KM < FL$  бўлган. Бу жамғаришнинг ортиб боришини кўрсатади ва



6.6-расм. Хонадон даромади ва харажатларининг фарқланиши.

$FL$  оралиғи энг каттаси бўлган. Агар даромадларнинг ҳаммаси сарфланганда икки чизиқ тенглашиб ( $13=13$ ), нуқтали  $OZ$  чизиғи ҳосил бўлар эди, яъни жамғариш нолга тенглашади. Агар харажат чизиғи даромад чизигининг пас-тида бўлса, жамғарма ҳосил бўлади, агар тепасида бўлса, хонадон топганининг ҳаммасини сарфлаб, қарзга яшаётган бўлади.

Хонадон жамғармаси турли шаклларда юз беради:

1) пул шаклида, бунинг учун пулнинг қадри барқарор бўлиши, у кучли инфляцияга дуч келмаслиги зарур; 2) кўчмас мулк шаклида, бунда жамғарилган пул бино, ер, уй-жойга айлантирилади; 3) молиявий активлар шаклида — бунда пулга қимматли қоғозлар, яъни акция, облигация ва сертификатлар сотиб олинади; 4) жавоҳирот, осори атиқа буюмлар шакли. Бунда пул шу буюмларни сотиб олишга юборилади.

Хонадон жамғармаси ҳақида сўз кетганда унинг ҳамма тоифалари (бой, ўртаҳол, камбағал)ни жамғаришни назарда тутиш керак, чунки уларнинг барчасида у ёки бу даражада жамғаришга мойиллик бўлади, шу сабабдан уларнинг жамиятдаги ялпи жамғармадаги ҳиссаси турлича бўлади. Масалан, 1998 йил АҚШда ялпи жамғариш 1 трилл 267 млрд доллар бўлган, лекин уни ҳосил этишга хонадонлар турлича ҳисса кўшган.

## 6.8. ХОНАДОННИНГ ИНВЕСТИЦИЯ ФАОЛИЯТИ

Ҳозирги кунда хонадон жамғармаси инвестициянинг асосий манбаига айланган.

Хонадоннинг моддий ёки пул шаклидаги жамғармасини даромад олиш учун бирор ишга қўйилганда **инвестиция** юз беради. Бойликни инвестициялаш уни ҳаракатга келтириш, уни ўлик бойликдан даромад келтирувчи жонли бойликка айлантиришни билдиради. Шу сабабли жамғарманинг бекор, даҳмаза бўлиб ётган қисми инвестиция эмас, албатта. Масалан, хонадоннинг 500 минг сўм жамғармаси бўлиб, унинг 300 минг сўми ишга қўйилган, бу сўзсиз инвестиция, унинг 200 минг сўми ёстиқнинг тагида сақланса, бу бефойда ётган, яъни инвестицияланмаган жамғармадир.

Хонадон пулини инвестициялашнинг асосий шакллари уни банкка қўйиш, унга қимматли қоғозлар олиш, ўз бизнеси учун сарфлаш, айлантириб туриш мақсадида ўзгаларга қарзга беришдан иборат бўлади. Бу усулларнинг қайси бирини қўллаш хонадоннинг танловига боғлиқ.

Хотиржамгина кам фойда билан қаноатланса, хонадон банкка пул қўяди. Хотиржам бўлган ҳолда ўртача эл қатори даромадни истаса, пулини қимматли қоғозларга айлантиради. Рискка бориб, катта пул ишлашни маъқул кўрса, хонадон ўз бизнесига пул қўяди ва бошқалар билан шерикчиликда ишлайди.

Хонадон инвестицияни фақат ҳозир пул топиш учун қилади, деб тушуниш хато бўлади. У ўз пулини келажакни ўйлаб инсон капиталига ҳам қўяди. **Инсон капиталига инвестиция қилиш** — бу маблағни иш кучига, унинг сифатини оширишга, яъни инсоннинг ақлий ва жисмоний иш қобилиятини оширишга сарфланишини билдиради.

Бундай инвестиция хонадон пулининг 3 йўналишда сарфланишини билдиради: 1) билим олишга; 2) касбий маҳорат ва малакани оширишга; 3) соғлиқни мустаҳкамлашга.

Масалан, 2000 йили Ўзбекистондаги жами хонадонлар билим олишга 3,2 млрд сўм, соғлиқни мустаҳкамлашга эса 1,6 млрд сўм пулни инвестиция қилдилар. Бу инвестиция энг самарали ҳисобланади, чунки бу инсоннинг қобилиятида мужассамлашади, узоқ вақт наф кел-

тиради. Аммо бунинг асосий шарты пули инвестицияланган киши иш билан банд бўлиши зарур, акс ҳолда у ўзини оқламайди.

## I. Таянч тушунчалар

- |                                  |                               |
|----------------------------------|-------------------------------|
| 1. Хонадон хўжалиги.             | 7. Хонадон ишлаб чиқариши.    |
| 2. Хонадон функцияси (вазифаси). | 8. Хонадон жамғариши.         |
| 3. Хонадон турлари.              | 9. Жамғариш коэффициенти.     |
| 4. Хонадон бюджет чегараси.      | 10. Жамғариш шакллари.        |
| 5. Хонадон rischi.               | 11. Хонадон инвестицияси.     |
| 6. Хонадон танлови.              | 12. Инсон омилига инвестиция. |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Хонадон хўжалиги нима?
2. Ўзбекистондаги хонадоннинг қандай хусусиятлари бор?
3. Хонадоннинг асосий вазифаси нимадан иборат?
4. Хонадон кимлар билан иқтисодий алоқада бўлади?
5. Хонадон харид қобилиятини нималар белгилайди?
6. Хонадон бюджет чегараси нимаши билдиради?
7. Хонадон қандай рискка йўлиқади?
8. Хонадон танловидан кўзланган асосий мақсад нима?
9. Қандай омиллар хонадондаги ишлаб чиқаришни яшовчан, жонсарақ қилади?
10. Нима сабабдан хонадонда жамғариш юз беради?
11. Жамғариш коэффициенти нима дегани?
12. Хонадон инвестицияси нима ва унинг қандай турлари бор?

## III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзни тўғри топиб ўрнига қўйинг:

а) Хонадон ..... бирлигидир. б) Хонадон иқтисодиётнинг ..... дир. в) Хонадон танлови 2 нарсага боғлиқ..... ва бозордаги ..... г) Хонадондаги жамғариш коэффициенти ҳар доим ..... кам бўлади. д) Хонадон инвестицияси уни келажакда даромад топиш учун ..... дир.

2. Қуйидагиларга жавоб топишга уриниб кўринг:

а) Учта хонадон бор, биринчисининг даромади асосан фойдадан, иккинчисиники иш ҳақидан, учинчисиники уйини ижа-



рага беришдан келган пулдан иборат. Қайси хонадон тадбиркор ҳисобланади? б) Хонадон ўзини-ўзи бир қатор озиқ-овқат билан таъминлайди, маҳсулотларнинг бир қисмини сотади. Бу хонадоннинг нимаси бор? в) Хонадондаги жамғариш коэффициентлари  $K=1$ ,  $K=0,5$ ,  $K=0,3$ ,  $K=0,2$ , қаерда жамғариш бўлиши мумкин эмас? г) Хонадон пулдор эмас, лекин ҳар ойда даромадининг 5 фоизини жамғариб боради. Бу хонадон нима қилмоқчи? д) Хонадон хотиржамликни афзал кўради. Унинг 200000 сўм пули бор. Бу пулни қўшнисига қарз берса, ойига 2000 сўм олади, акция оласа, 1,5 минг сўм дивиденд олади, банкка қўйса, 400 сўм фоиз олади. Оила қайси ишни қилиш эҳтимоли кўпроқ?

3. Қуйидаги масалаларни ечиб кўринг:

а) Икки хонадон бор, ҳар иккисидо ҳам телевизор бор. Биринчи хонадон телевизори 180 минг сўм туради, 10 йил хизмат қилади, лекин шу даврда 60 минг сўмга тузатилади. Бир ойда бир кишининг телевизор кўриши 400 сўмни ташкил этади. Иккинчи оилада ҳам телевизор харажатлари шундай, лекин жон бошига телевизор кўриш 500 сўм туради. Хонадонларда неча киши истиқомат қилган?

б) Хонадонда жамғариш коэффициенти  $K=0,25$ , бир ойлик умумий даромади 80 минг сўм бўлиб, ундан берилган солиқлар 8 фоизни ташкил этади. Хонадонда 5 киши бор. Бу ерда жон бошига истеъмол сарфи қанча бўлган?

в) Хонадон даромадининг  $5/4$  қисми истеъмол учун ишлатилади, истеъмол этилган қисмининг 25 фоизга тенг суммаси жамғарилади, бунинг  $4/3$  қисми инвестицияланган бўлиб, инвестиция миқдори 15000 сўм. Оила даромади неча сўм?

## VII БОБ. МЕҲНАТ

### 7.1. МЕҲНАТ РЕСУРСЛАРИ

Меҳнатнинг таги роҳат, деган гап бор. Бунинг маъноси шуки, меҳнат билан барча ноз-неъматлар яратилади, яхши меҳнат қилган фаровон яшайди. Меҳнат аҳли аҳолининг иқтисодий фаол қисмини, жамият меҳнат ресурсларини ташкил этади.

**Меҳнат ресурслари деганда аҳолининг меҳнатга лаёқатли қисми тушунилади.**

Аҳоли уч гуруҳга ажралади: 1) Меҳнат ёшига етмаганлар, яъни бўлғуси меҳнат ресурслари. Бунга Ўзбекистонда 16 ёшгача бўлганлар киради. 2) Меҳнат ёшидагилар, яъни амалдаги меҳнат ресурслари. Бунга Ўзбекистонда 16—59 ёшдагилар киради. 3) Меҳнат ёшидан чиққанлар — пенсионерлар. Буларга Ўзбекистонда 55 ёшдан ошган аёллар ва 60 ёшдан ошган эркаклар киради (7.1-расм).



7.1-расм. Аҳоли таркиби.

Кишилар ёшининг улғайишига қараб меҳнат ресурсларига аввал кўшиладилар, сўнгра ундан чиқадилар. Уларнинг ўсиши аҳолининг кўпайишига боғлиқ. Агар аҳоли

таркибида ёшлар қанчалик кўп бўлса, шунчалик меҳнат ресурслари тез ўсади. Ўзбекистонда меҳнат ресурслари ҳар йили 330 минг кишига кўпаяди. Булар мактабларни битириб, меҳнат ёшига қадам қўйган ёшлардир.

Меҳнат ресурслари ишлаб чиқариш имкониятларини билдиради. Бироқ бу имкониятлар рўёбга чиқиши учун меҳнат ёшидагилар иш билан таъминланиши зарур. Кишилар меҳнатининг кераклиги ёки кераксизлигини меҳнат бозори белгилайди.

## 7.2. МЕҲНАТ БОЗОРИ

Меҳнат қилиш инсоннинг ўз иш кучини фойдали сарфлаши, яъни унинг натижасида товарлар ёки хизматлар яратишдир. Куч-қувватни бефойда сарфлаш меҳнат ҳисобланмайди, албатта. Меҳнат иш кучининг сарфланиши, иш кучи эса инсоннинг қобилияти бўлиб, унинг жиесидан ажралган ҳолда мавжуд бўлмайди. Иш кучи ҳам товар бўлади.

**Меҳнат бозори – бу иш кучи олди-сотди қилинадиган бозордир.**

Бу бозорда ишга ёлланувчилар ўз меҳнатини таклиф этадилар, ишга олувчилар эса меҳнатга ўз талабини билдирадилар. Ишга ёлланувчи эркин шахс, ишлаш ёки ишламаслик унинг ихтиёрида. У ўз шахсини эмас, балки ўз меҳнатини сотади, сотганда ҳам маълум вақтга ва ўзига маъқул нарх билан сотади. Ишга ёлловчи меҳнатдан наф кутганлиги учун уни сотиб олади. Иш кучи олди-сотдиси бевосита харидор билан сотувчи ўртасида тўғридан-тўғри юз бериши мумкин. Бунда ишлайман деган киши ўзи иш топади, корхона эса уни ишга олади. Олди-сотдида воситачилар иштирок этганда улар харидор билан сотувчини бир-бири билан боғлайди. Бу вазифани меҳнат биржалари ёки иш топиб берувчи фирмалар бажаради. Биржалар фирмаларда бўш иш ўрни борлигини аниқлаб, иш қидирганларни ўша ерга юборадилар. Иш кучининг олди-сотдиси меҳнат битими шаклида расмийлаштирилади.

Битимлар асосида ва белгиланган тартибда ишга қабул қилиш ва ишдан бўшатиш уюшган меҳнат бозорига ҳос

бўлади. Бу бозор меҳнат биржаси шаклига эга. Бу ерда бўш иш ўринлари (вакансиялари) ишлашга талабгорларга таклиф этилади. Амалда тартибсиз меҳнат бозори ҳам борки, бу Ўзбекистонда мардикор бозори шаклига эга. Бу ерда ишга ёллаш қисқа муддатли (одатда бир кунга) юз беради ва оғзаки келишув асосида бўлади.

### 7.3. ИШ ҲАҚИ

Меҳнат бозорида иш кучини сотувчи билан уни олувчи ўртасида меҳнатнинг келишилган нархи — бу иш ҳақидир.

Иш ҳақи меҳнатнинг пул шаклидаги ҳақи бўлиб, уни ишга ёллаганлар меҳнат қилувчиларга маълум вақт мобайнида, маълум миқдордаги ва муайян сифатли ишни бажарганлиги учун тўлайди.

Иш ҳақи иш натижасига қараб берилади ва у уч қисмдан иборат: а) асосий иш ҳақи; б) мукофотлар; в) иш вақтидан сўнг (ишдан кейин, дам олиш ва байрам кунлари) бажарилган иш учун бериладиган устама пул тўловлари. Шу уч қисм жами иш ҳақидир. Иш ҳақидан солиқлар, тўловлар, ҳар хил бадал пуллари чегириб олинади. Шундан сўнг қоладиган ва ишловчи кўлига теккан пул **нетто (соф) иш ҳақи** дейилади.

Иш ҳақи даражаси ҳам бозорга боғлиқ. Агар фирма яратган товарлар бозори чаққон бўлиб, улар яхши сотилса, тушум кўпайиб, иш ҳақи ошади ёки аксинча. Демак, иш ҳақи меҳнат келтирган нафга боғлиқ бўлади. Иш ҳақи меҳнатнинг меъёрий унумдорлиги билан ҳам белгиланади. Меъёрий унумдорлик эса қўшимча жалб этилган ишчилар меҳнатининг келтирган унумдорлигидир. Уни қуйидаги формула орқали ҳисоблаш мумкин:  $Um = \frac{\Delta Q}{\Delta N}$ . Бунда  $Um$  — меъёрий унумдорлик,  $\Delta Q$  — маҳсулот ишлаб чиқариш миқдорининг ўсиши,  $\Delta N$  — меҳнат миқдорининг ўсиши. Масалан, фирма қўшимча равишда 50 кишини ишга олди, улар қўшимча 5 млн сўмлик маҳсулот яратган деб фараз қилсак, меъёрий унумдорлик қуйидагича бўлади:

$$Um = \frac{\Delta Q}{\Delta N} = \frac{5000000}{50} = 100000 \quad Um = 100000$$

Демак, ҳар бир қўшимча ишга олинган ишчи юз минг сўмлик қўшимча маҳсулот берган бўлади. Аммо фирмани маҳсулотнинг ўзи эмас, балки у келтирган қўшимча даромад қизиқтиради. Шу боис қўшимча меҳнат яхши даромад келтирмаса, ишловчилар сони кўпайтирилмайди.

Қўшимча (меъёрли) даромад қуйидагича ҳисобланади:

$$Dm = \frac{\Delta F}{\Delta N}$$

Бунда  $Dm$  — қўшимча даромад,  $\Delta F$  — қўшимча фойда,  $\Delta N$  — қўшимча меҳнат. Олдинги мисолга қайтсак, қўшимча ишга олинган 50 киши яратган маҳсулот 5 млн сўм бўлса, унга кетган харажат 4 млн сўм, шундан 2 млн сўм қўшимча иш ҳақи сарфи деб оламиз. Бунда фойда 1 млн (5 млн — 4 млн = 1 млн) сўм. Демак, фирма иш ҳақиға 2 млн сўм сарфлаб 1 млн сўм фойда кўрган. Бунда:

$$Dm = \frac{\Delta F}{\Delta N} = \frac{1 \text{ млн}}{2 \text{ млн}} = 0,5 \text{ млн сўм} \quad Dm = 0,5 \text{ млн сўм}$$

Демак, қўшимча иш кучини ишлатиш бир сўм иш ҳақи сарфига 0,5 сўм фойда келтирди, ваҳоланки олдин ёлланган ишчилар меҳнати 1 сўм сарфга 0,45 сўм фойда бергани учун қўшимча меҳнатни жалб этиш қулай бўлган, чунки  $0,50 > 0,45$ . Агар қўшимча меҳнат 0,30 сўм фойда берса, қўшимча ишчи кучини олиш қулай эмас, чунки  $0,30 < 0,45$  бўлади.

Фойда олиш ишловчилар сонини керагидан ортиб кетишига йўл қўймасликни талаб қилади.

#### 7.4. МЕҲНАТГА ТАЛАБ

Меҳнатга талаб муайян вақтда неча нафар ишловчиларни қанча иш ҳақи тўлаш шарти билан ишга қабул қилиниши мумкинлигини билдиради.

Меҳнатга талаб у келтирган фойдага боғлиқ ва доимо ўзгариб туради. Иш ҳақи юқори бўлса, меҳнатга талаб қисқаради, агар у паст бўлса, аксинча, талаб ортади. Паст иш ҳақи шароитида албатта фойда ортади. Иш берувчилар иш ҳақини камайтиришга интилса, ишчилар уни оширишга интилади, чунки ҳар қандай товар эгаси уни яхши пуллашга ҳаракат қилади. Аммо иш ҳақи ортган шароитда ҳам меҳнатга талаб кўпайиши мумкин, чунки

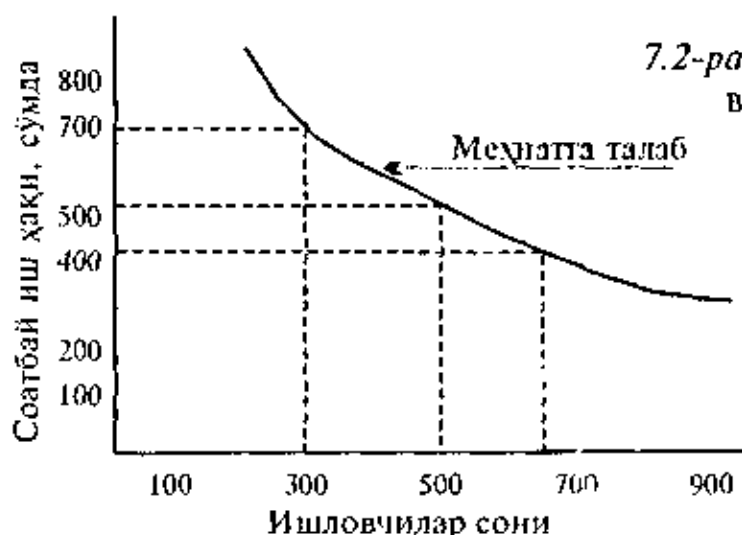
иш ҳақиға нисбатан меҳнат унумдорлиги тезроқ ортиб бориши юз беради. Натижада иш ҳақиға кетган кўшимча сарфни меҳнат унумдорлигининг ортиши қоплайди ва ҳатто унинг тежалишиға ҳам олиб келади. Буни бир соатлик иш ҳақи ва унумдорлик мисолида кўриб чиқамиз (7.1-жадвал).

7.1-жадвал

Кўрсаткичлар	Олдинги иш ҳақи даврида	Иш ҳақи ошгандан сўнг
Бир соатли меҳнат учун берилган иш ҳақи, сўм	200	250
Бир соатлик меҳнат яратган маҳсулот миқдори (бир соатлик меҳнат унумдорлиги), дона	100	150
Маҳсулот бирлигига (бир донасиға) кетган иш ҳақи сарфлари, сўм	2	1,6

Кўрсаткичларни таҳлил этсак, иш ҳақи 25 фоиз ( $250/200 \times 100 = 125$ ) ошгани ҳолда, унумдорлик ( $150/100 \times 100 = 150$ ) 50 фоизға ортганини кўраимиз. Натижада маҳсулот бирлигига кетган иш ҳақи сарфи 20 фоиз ( $1,6/2 \times 100 = 80$ ) қисқарган, бу эса фойдани кўпайтирган.

Меҳнат бозорида ҳам талаб қонуни амал қилади. Унга кўра меҳнатға талаб унинг нархи бўлмиш иш ҳақи миқдорига нисбатан тескари мутаносибликда бўлади, яъни иш ҳақи ошса, меҳнатға талаб қисқаради, агар у пасайса, меҳнатға талаб ошади. Бундай ҳодисани чизмадан кўриш мумкин (7.2-расм).



Расмдан кўриб турибмизки, соатбай иш ҳақи 500 сўм бўлганда, ишлаш учун 500 киши талаб қилинган, меҳнат арзонлашиб, соатбай ҳақ 400 сўмга тушганда меҳнатга талаб ортиб, бу жами 700 кишидан иборат бўлган. Аксинча, иш ҳақи 700 сўмга етганда, меҳнатга талаб 300 кишидан иборат бўлган. Биринчи ҳолда иш ҳақининг 20 фоизга ( $400/500 \times 100 = 80$ ) пасайиши меҳнатга талабни 40 фоизга ( $700/500 \times 100 = 140$ ) оширган. Иш ҳақининг 40 фоиз ошиши ( $700/500 \times 100 = 140$ ) меҳнатга талабни 40 фоизга ( $300/500 \times 100 = 60$ ) камайтирган. Демак, иш ҳақига қараб меҳнатга талабнинг ўзгариши юз берган.

### 7.5. МЕҲНАТ ТАКЛИФИ

Меҳнатга билдирилган талабга жавобан бозорда меҳнат таклиф этилади. Таклифни ишлаб пул топишга зарурати бор кишилар билдиради.

**Меҳнат таклифи муайян вақт давомида ўз иш кучини маълум нархда сотишга ҳозир бўлган кишиларнинг сонидир.**

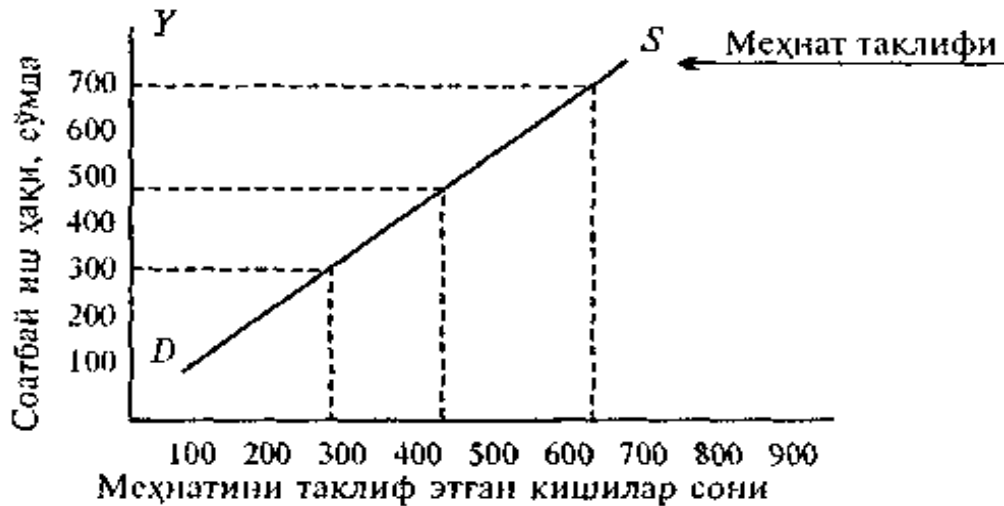
Бозор қоидасига кўра меҳнат таклифи ҳам унинг нархига қараб ўзгариб туради. Иш ҳақи ошса, меҳнат таклифи кўпаяди, камайса, таклиф қисқаради. Демак, меҳнат таклифи иш ҳақига нисбатан тўғри мутаносибликда бўлади. Аммо меҳнатни тирик одам таклиф этганидан, бу меҳнат аҳлининг нимани афзал кўришига ҳам боғлиқ. Моддий муҳтожлик шароитида кўп ишлаб, кўп пул топишга интилиш устунлик қилади. Моддий тўкинчилик шароитида ишлаб кўшимча пул топишга нисбатан дам олиш афзал кўрилади (7.3-расм).



7.3-расм. Ишлаш ва дам олиш.

Нимани афзал кўришга қараб тўла ишлаш, кам ишлаш ёки бутунлай ишламаслик ўртасида муқобил танлов юз беради. Шунга қараб меҳнат таклифи келиб чиқади. Ишлашга талабгорлар таклифи, шубҳасиз, иш ҳақи миқдорига боғлиқ бўлади (7.4-расм).

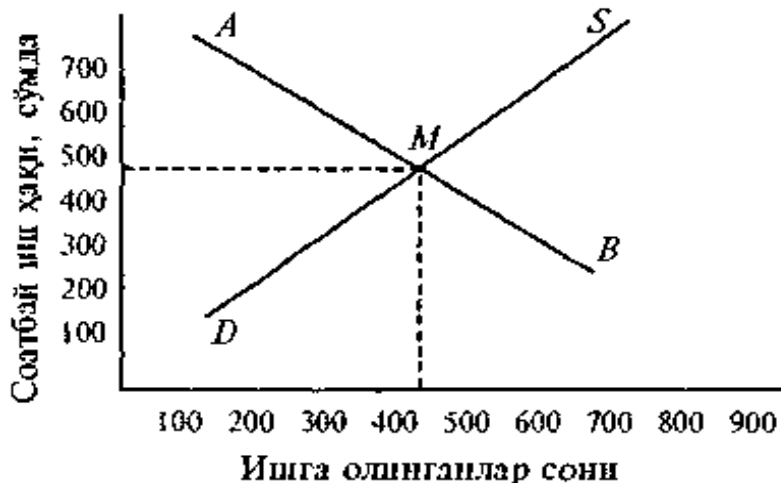
Расмда соатбай иш ҳақининг ортишига қараб меҳнат таклифи ортишини кўриш мумкин. Бу меҳнат таклифининг меҳнат нархига жавобини кўрсатади.



7.4-расм. Меҳнат таклифининг иш ҳақига боғлиқлиги.

## 7.6. ИШСИЗЛИК

Меҳнат бозорида ҳам талаб-тиклиф ўйини мавжуд. Улар тенглашганда мувозанат ҳосил бўлади. Бу мувозанат маълум иш ҳақи миқдори даражасида пайдо бўлади. Бунини яққол тасаввур этиш учун талаб-таклиф чизмасини ҳосил этамиз (7.5-расм).



7.5-расм. Меҳнатга талаб ва меҳнат таклифининг мувозанати.



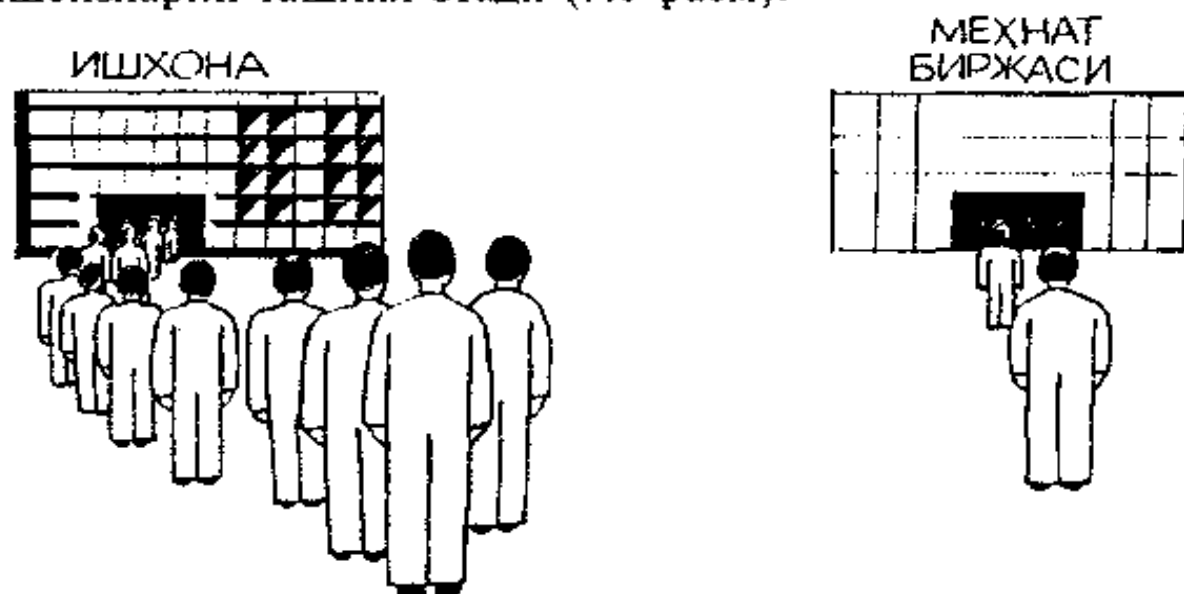
Расмда талаб чизиғи  $AB$  таклиф чизиғи  $DS$  билан  $M$  нуқтасида кесишган. Бу нуқта мувозанат бўлиб, талаб билан таклиф миқдоран тенглашганини билдиради. Иш ҳақи 500 сўм бўлганда фирманинг 500 киши меҳнатига талаби қондирилади, иш қидирган 500 киши ишга жойлашади, демак, иш кучининг бундан ортиғи керак бўлмайди.

Меҳнат бозоридаги талаб ва таклиф доимо мувозанатда бўлмаслиги мумкин. Иш кучи таклифи унга талабдан ошиб кетганда **ишсизлик** пайдо бўлади, аксинча, талаб таклифдан ошиб кетганда иш кучи етишмай, унинг тақчиллиги (дефицити) келиб чиқади. Ишсизлик деган ҳодиса аҳолининг меҳнатга қобилиятли қисмига тааллуқли бўлади.

Аҳолининг меҳнатга қобилиятсиз қисми (ёш болалар, кексалар, ногиронлар) ишламаслиги табиий. Шунингдек, меҳнатга қобилияти бўла туриб пул топишга зарурат бўлмаганидан ишламай юриш ҳам ишсизлик эмас, албатта. Хўш, бўлмаса ишсизлик нима?

**Ишсизлик ишлашга бўлган талабнинг қондирилмай қолиши ёки меҳнатга қобил кишиларнинг ишлаб пул топишга зарурат бўлган ҳолда бекор қолишидир.**

Меҳнат ёшидаги (16—59 ёшдагилар) кишилардан маълум қисмининг ишлашга бўлган талаби қондирилмайди, натижада улар ишга жойлаша олмайдилар. Мана шулар ишсизларни ташкил этади (7.6-расм).



7.6-расм. Бандлар ва ишсизлар.

Ишсизликнинг сабаби меҳнатга бўлган бозор талабининг унинг таклифидан оз бўлишидир. Техника тараққиёти туфайли машиналарни кўплаб ишлатиш иш кучига бўлган талабни қисқартиради. Фирмалар меҳнат унумдорлигини ошириб, озчилик меҳнати билан кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш воситасида фойда олишни таъминлайдилар.

Масалан, фирмада 50 та станок бўлиб, 2 сменада 100 киши ишлар эди, улар кунига 10 млн сўмлик маҳсулот яратишади, шу маҳсулотни сотиш фирмага 1 млн сўмлик фойда келтиради. Фирма 40та янги унуми юқори станок сотиб олади ва 80 кишини ишлатиб 12 млн сўмлик маҳсулот ва 1,2 млн сўмлик фойда олади. Натижада 20 киши ишдан бўшатилади.

Меҳнатга талаб у яратган товарларга бўлган талабга ҳам боғлиқ. Товарлар яхши сотилиб турилса, уларни кўпайтириш учун техника ўзгармаган шароитда кўшимча иш кучи керак бўлади. Аксинча, товарлар сотилмай турса, уларни ишлаб чиқаришни қисқартириш керак, бу иш кучига талабни камайтиради. Иқтисодда тушкунлик бўлган пайтда ишлаб чиқариш қисқаради, ишлаб турганларнинг бир қисми бўшатилади. Бунга Японияда 1999—2001 йиллардаги иқтисодий танглик шароитида ишсизларнинг кўпайиши мисол бўла олади.

Иш ҳақи ошиб кетганда ҳам иш жойи қисқаради, чунки, масалан, 10 киши оладиган иш ҳақи 8 кишига берилса, 2 киши ишсиз қолади. Бу айниқса янги техника киритилганда юз беради, чунки малакаси юқори кишилар ишга олиниб, уларга юқори ҳақ тўланади. Малакаси пастлар ишсиз қолади. Ишлаб чиқаришда эски тармоқлар қисқариб, янгилари ривож топганда эски касбларга талаб қисқарса, янгисига талаб ортади. Лекин бу ўзгаришлар миқдоран мос келмай қолади. Масалан, эски касбга талаб 40 фоиз қисқарса, янги касбга талаб 25 фоиз ортади. Янги касбни эгаллаб улгурганлар ишга жойлашадилар, улгурмаганлар ишсиз қолади.

Меҳнатга талабнинг мавсумий ўзгариши ҳам ишсизликка олиб келади. Масалан, ёз мавсумида қурувчилар меҳнатига талаб ошади, ёгин-сочин мавсумида талаб қисқариб, қурувчиларнинг бир қисми ишсиз қолади. Эски ишдан бўшагач, янги ишга жойлашгунча ҳам кишилар

ишсиз бўлиши мумкин. Ўз ихтиёри билан ишсиз қолиш ҳам мумкин. Иш қобилияти бор бўлатуриб ор-номусини йўқотиб, санғиб юрувчи бекорчилар (бомжлар) бор. Улар ишлаш имкони бўлса-да, турли тасодифий даромадлар билан кун кўриш (тиламчилик қилиш, хайр-эҳсон ҳисобига яшаш)ни афзал биладилар. Ишсизликнинг сабаби аҳолининг тез кўпайиши ҳам бўлади, бу иқтисоди заиф мамлакатларга хос бўлади. Бу ерда меҳнат ресурслари тез кўпайиб, меҳнатнинг таклифи жадал ортади, иқтисод кучсиз бўлганидан меҳнатга талаб секин ўсади. Натижада ишсизлик ҳосил бўлади. Шундай шароитда ортиқча иш кучи соҳиблари, асосан ёшлар иш қидириб чет элга равона бўладилар.

### 7.7. ИШСИЗЛИК ШАКЛЛАРИ

**Фрикцион ишсизлик** вақтинча ишсизлик бўлиб, иш жойини алмаштириш пайтида юз беради, эски ишдан кетиб, янги ишга ўтгунча ишсизлик юз беради.

Масалан, ишхонаси узоқлик қилган киши эски ишдан бўшайди, у уйига яқин жойдан иш топиб олгунча ишсиз юради.

**Таркибий ишсизлик** — ишлаб чиқариш таркиби ўзгарган чоғда вужудга келадиган ишсизлик. Бунда янги соҳалар ривожланиб, эски соҳалар қисқаради, эски соҳаларда ишлаб келганлар янги соҳага керак касбни дарҳол ўзлаштира олмайдилар, касб ўзгариши мобайнида ишсиз қоладилар.

Масалан, чилангар меҳнатига талаб қисқариб, машиналарни соловчи меҳнатига талаб ортади. Лекин чилангар янги касбни 2—3 ой мобайнида ўрганиб ўзлаштириши мумкин. Шу пайтда у ишсиз бўлади.

**Мавсумий ишсизлик** — мавсумий ишда банд бўлганларнинг мавсум тугагач ишсиз қолиши. Бу ишсизлик қишлоқ хўжалиги, қурилиш, курорт ва сайёҳлик хизмати соҳасига хос. У доимий эмас, чунки мавсум янгидан бошлангач, ишсизлар қайтадан ишга жойлашади.

**Яширин ишсизлик** расман иш билан банд бўлганларнинг фақат қисман ишлаши, яъни тўлиқ ишламай юриши. Унга қисқартирилган иш кунини ёки қисқа иш ҳафтасига ўтганлар, иш йўқлигидан ҳақ берилмайдиган таътилга чиққанлар киради.

Масалан, корхонада унинг маҳсулотига буюртмалар қисқариб кетганлигидан 100 киши ўрнига 80 кишига иш топилади, натижада 20 киши мажбурий таътилга чиқади ва вақтинча (масалан, 3 ой) ишсиз қолади. Янги буюртмалар олингач улар ўз ишига қайтиб келадилар.

**Умумий ишсизлик** — товарлар ва хизматларнинг бозори касод бўлиши натижасида уларни ишлаб чиқарганлар меҳнатига талабнинг қисқариб кетиши билан пайдо бўладиган ишсизлик. Бу ишсизлик, одатда, иқтисодий танглик шароитида юз беради. Аммо иқтисод қайтадан ўнглашиб, меҳнатга талаб ортгач, ишсиз қолганлар қайтадан ишга жойлашадилар.

### 7.8. ИШСИЗЛИК МЕЪЁРИНИНГ ДАРАЖАСИ

Нормал даражадаги ишсизлик иқтисодиёт учун табиий ҳол, чунки меҳнатга талаб ошган кезларда у ишсизлар ҳисобидан қондирилади, натижада иқтисод ўсади.

Ҳар қандай иқтисодий ҳодиса сингари ишсизликнинг ҳам миқдорий ўлчами бор, уни ишсизлик даражаси ва ишсизлик давомийлиги ташкил этади. **Ишсизлик даражаси** меҳнатга лаёқатли аҳолининг қандай қисми ишсиз бўлишини билдиради. Ишсизлик даражаси аниқланганда кўп ҳолларда учраб турадиган ишсизларнинг, яъни фрикциион ва таркибий ишсизликка дучор бўлганлар, меҳнатга лаёқатли кишиларнинг қандай қисмини ташкил этиши ҳисоблаб чиқилади. Уни ҳисоблаш формуласи:

$$Yk = \frac{Nq}{Q} \times 100$$

Бунда  $Yk$  — ишсизлик даражаси,  $Q$  — меҳнатга лаёқатли аҳоли сони,  $Nq$  — ишсизлар сони. Масалан, мамлакатда ишга яроқли фаол аҳоли 12 миллион киши бўлгани ҳолда улардан 0,6 миллион киши ишсиз.

$$\text{Бунда: } Yk = \frac{Nq}{Q} \times 100 = \frac{0,6}{12,0} \times 100 = 5\%$$

Демак, ишсизлик даражаси 5 фоиз бўлган. Агар бу кўрсаткич 7 фоизга етса, ишсизлик даражаси ошган, 4 фоизга тушса, қисқарган бўлади. Иқтисоди ривожланган мамлакатларда ишсизлик табиий даражаси 6 фоиз бўли-

ши маъқул деб ҳисобланади, бу ишсизларни иш топиш имкониятлари ва улар банд бўлмай қолганда уларни нафақа билан таъминлаш имкониятидан келиб чиқади.

Иқтисодий юксалиш кезларида иш билан тўла бандлик вужудга келади, аммо бу ҳамма меҳнатга лаёқатли кишиларнинг юз фоиз ишлашини билдирмайди. Кўп мамлакатларда меҳнатга лаёқатли аҳолининг 97—98 фоизи ишласа, тўла бандлик бор, деб ҳисобланади.

Ишсизлик бозор иқтисодиёти учун муқаррар бўлсада, барибир жамият учун номақбул ҳодиса, шу боисдан ишсизликни қисқартириш, ишсизларга ёрдам беришда давлат ҳам фаол қатнашади, бунга унинг бандлик сиёсати қаратилади.

## I. Таянч тушунчалар

- |                                    |                                 |
|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Меҳнат ресурслари.              | 6. Меҳнатга талаб.              |
| 2. Меҳнат бозори.                  | 7. Меҳнат таклифи.              |
| 3. Меҳнат биржаси.                 | 8. Меҳнат бозоридаги мувозанат. |
| 4. Иш ҳақи.                        | 9. Ишсизлик.                    |
| 5. Меҳнатнинг меъёрий унумдорлиги. | 10. Ишсизлик турлари.           |
|                                    | 11. Ишсизлик даражаси.          |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Меҳнат ресурсларига кимлар киради?
2. Меҳнат бозорида кимлар иштирок этади?
3. Ишга ёлланиш қандай битимлар асосида бўлади?
4. Меҳнатнинг бозор нархи деганда нимани тушунамиз?
5. Қачон қўшимча ишчилар ишга олинади?
6. Қандай қилиб иш ҳақи меҳнатга талаб ва уни таклифига таъсир этади?
7. Қачон меҳнат бозорида мувозанат ҳосил бўлади?
8. Ким ишсиз ҳисобланади?
9. Ишсизликнинг қандай сабаблари бор?

## III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларни тўғри топиб ўрнига қўйинг:

а) Меҳнат ресурслари бу ..... кишилардир. б) Меҳнат бозорида икки томон қатнашади ..... ва ..... в) Иш ҳақи

3 қисмдан иборат: 1)..... 2) ..... 3) ..... в) Меҳнатга талаб, у келтирадиган ..... боғлиқдир. г) Меҳнат таклифи ..... боғлиқдир. д) Ишсизлик — бу ..... талабнинг қондирилмай қолиши бўлади. е) Ишсизликнинг 5 та асосий шакли бор: 1)..... 2) ..... 3) ..... 4)..... 5) .....

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уришиб кўринг:

а) Банд бўлганлар сони меҳнат ресурсларидан оз бўладими ёки кўп бўладими? б) Корхона эгаси олдида муқобил танлов бор: у 20 та малакаси ўртача ишчиларни ёки 8 та малакаси энг юқори ишчиларни ишга олиши мумкин. У қачон, қайси танловни қилади? в) «А» мамлакатда аҳоли жон бошига даромад 16 минг доллар, «Б» мамлакатда эса 800 доллар. Қерда аҳолининг ўсиши ишсизликнинг асосий сабаби бўлади ва нима учун? г) Мавсумий ишсизлик қерларда ва нима учун пайдо бўлади?

3. Қуйидаги масалаларни ечинг:

а) Кичик корхонада 40 киши ишлаб, йилига 80 млн сўмлик товар яратар эди. Бозор касод бўлиб, маҳсулотнинг 1/4 қисми ўтмай қолди. Шундай шаронда ишловчиларнинг неча фоизи ишсиз қолиши мумкин? б) Корхонада 120 киши ишлар эди. Ҳар бир ишчига йилига 150 минг сўм иш ҳақи берилар эди, ишчи эса 50 минг сўм фойда келтирар эди. Корхонага 10 та янги станок сотиб олинди, ҳар бир станок 1 млн сўм туради ва 5 йил хизмат қилади, уни ишлатиш 100 минг сўм фойда келтиради. Шундай бўлса нечта ишчи керак бўлмай қолади? в) Ҳозир мамлакатда жами ишсизлар 300 минг нафар, меҳнат ресурслари эса 3 млн кишидан иборат. Ишсизлар таркиби қуйидагича: 50 минг фриксион ишсизлар, 60 минг мавсумий ишсизлар, 25 минг яширин ишсизлар, таркибий ишсизлик 100 минг кишини ташкил этади. Ишсизликнинг меъери неча фоизни ташкил этади? г) Мамлакатда ишсизлар 204 минг киши, меҳнатга лаёқатлилар 20 млн киши, бандлик неча фоизга тенг?

## **VIII БОБ. ИҚТИСОДИЙ ҶСИШ**

### **8.1. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ ТУШУНЧАСИ**

Иқтисод илмида микроиқтисод ва макроиқтисодиёт деган тушунчалар қўлланади. Биз айрим фирмалар, хонадон хўжалиги, бозорларда юз берадиган иқтисодий ҳодиса ва жараёнларни кўриб ўтдик, бу билан микроиқтисодни ўргандик. Бутун жамият, бутун халқ хўжалиги даражасидаги иқтисодий жараёнларни кўриб чиқсак, макроиқтисодиётни ўрганган бўламиз. Макроиқтисодиёт амалда миллий иқтисодиёт дегани бўлади.

Миллий иқтисодиёт муайян мамлакат мустақиллигининг таянчи ҳисобланади. Мустақилликка эришиш миллий иқтисодиётни яратиш ва ривожлантиришни билдиради. Миллий иқтисодиётнинг бир қатор белгилари бор:

1. Миллий иқтисодиёт миллий мулкчиликка асосланади, яъни барча ресурслар, яратилган товарлар ва хизматлар, ниҳоят, тўпланган бойлик муайян мамлакат халқига тегишли бўлади.

2. Миллий иқтисодиёт миллий манфаатларга хизмат қилади, яъни мамлакатнинг иқтисодий қудратини ошириш, унинг моддий-маънавий бойлигини кўпайтириш ва ниҳоят, халқининг фаровон яшашига қаратилади.

3. Миллий иқтисодиёт очиқ бўлади, ўз қобилигига ўралиб, яққаланиб қолмайди, аксинча, кенг кўламда ташқи иқтисодий алоқаларга, яъни бошқалар билан алоқа қилишга асосланади.

4. Миллий иқтисодиёт ўзининг тараққиёт даражаси (қанча ишлаб чиқара олиши), таркибий тузилиши (қандай соҳа ва тармоқлардан иборат бўлиши)га қараб бошқалардан ажралиб туради.

5. Миллий иқтисодиёт миллий ресурслар, иқтисодий анъаналар, иқтисодий одатлар ва кўникмаларни ўзида сингдиради.

Дунёда қанча мамлакат бўлса, шунча миллий иқтисодиёт бор, уларнинг яхлитлиги жаҳон иқтисодиётини юзага келтиради. Миллий иқтисодиётлар ривожланганлиги билан жиддий фарқланади. Ривожланган АҚШ миллий иқтисодиёти даражаси билан энг қолақ Сьера-Леоне иқтисодиёти даражаси ўртасидаги фарқ 86,3 марта бўлган (1998й.). Миллий иқтисодиёт даражасига халқ фаровонлиги бевосита боғлиқ бўлади.

## 8.2. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИНГ ЎСИШИ

Макродаражадаги иқтисодий ўсиш ўзи нима?

**Иқтисодий ўсиш иқтисодиётнинг ривожланиши бўлиб, яратилган маҳсулот ва хизматларнинг кўпайиб боришини билдиради.**

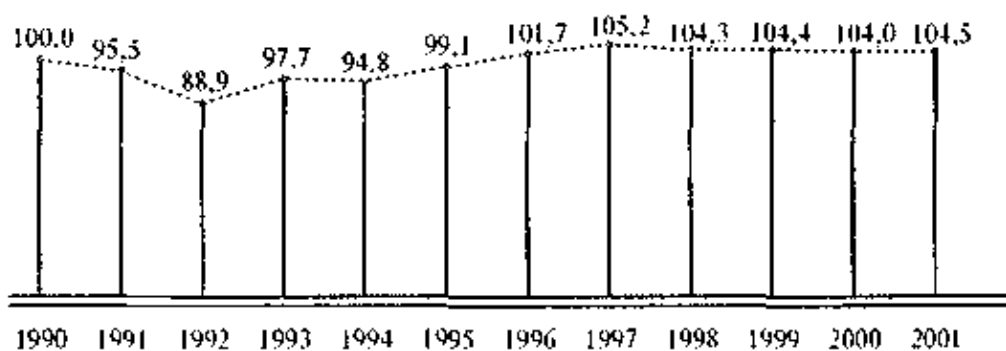
Миллий иқтисодиётдаги иқтисодий ўсиш ялпи ички маҳсулотнинг (ЯИМ) кўпайиб боришида ифода этилади. **ЯИМ** — бу маълум даврда, масалан, бир йилда иқтисодиётнинг барча иштирокчилари яратган маҳсулот ва хизматларнинг бозор нархларида ҳисобланган суммасидир. Унинг миқдори, биринчидан, яратилган товар ва хизматлар миқдорига ва улар бирлигининг нархига боғлиқ бўлади. Агар мамлакатда 500 млн дона товар ва 100 млн хил хизмат яратилган бўлиб, бир товарнинг ўртача нархи 120 доллар, хизмат нархи 80 доллар бўлса, бунда:

$$\begin{aligned} \text{ЯИМ} &= 500 \text{ млн} \times 120 + 100 \text{ млн} \times 80 = \\ &= 60 \text{ млрд} + 8 \text{ млрд} = 68 \text{ млрд доллар бўлади.} \end{aligned}$$

Маҳсулот ва хизматлар миқдори ўзгармаган ва, ҳатто, пасайган тақдирда нарх юқори бўлса, ЯИМ суммаси ҳам кўп бўлади. Аксинча, товар ва хизматлар миқдори ўсган ҳолда нарх пасайиб кетса, ЯИМ ҳажми камаяди. Асосий маҳсулоти нефть ва газ бўлган мамлакатларда буларнинг нархининг ошиши ЯИМни кўпайтиради, булар нархи пасайганда акси юз беради.

**Номинал** ва **реал** ЯИМ фарқланади. Иқтисодий ўсишни ҳақиқатан реал маҳсулотнинг кўпайиши кўрсатади (8.1-расм).





8.1-расм. Ўзбекистонда реал ЯИМ ўсиши  
(олдинги йилга нисбатан фоизда).

Номинал ЯИМ амалдаги жорий нархларда ҳисобланган маҳсулот ва хизматлардир. Унинг ўсиши инфляция шароитида нархнинг ортиши ҳисобидан бўлгани учун маҳсулот ва хизматларни жорий нархда эмас, балки ўзгармайдиган таққосий нархларда ҳисоблаш керак бўлади. Бунинг учун нархлар индекси ( $P$ ) аниқланади. Масалан, 10 йилда нархлар 1,3 марта ўсган, жорий нархларда ЯИМ индекси ( $M$ ) 1,6 марта ўсган. Бунда реал иқтисодий ўсиш:

$$M_r = \frac{M_i}{P_i} = \frac{1,6}{1,2} = 1,33$$

Демак, ялпи маҳсулот жорий нарх кўрсатганидек 60 фоиз эмас, балки 33 фоиз ўсган, холос.

Иқтисодий ўсишнинг нисбий ва мутлақ кўрсаткичлари бор. Нисбий кўрсаткич ЯИМнинг ўсиш ёки пасайиш суръатлари бўлиб, фоизларда ифодаланади. Мутлақ кўрсаткич ЯИМ неча фоизга эмас, балки қандай миқдорда ўзгаришини кўрсатади.

Масалан, 1991—2000 йилларда реал ЯИМ 120 миллиард доллардан 160 миллиард долларга етган. Бунда мутлақ ўсиш 40 миллиардга тенг ( $160 - 120 = 40$ ), нисбий ўсиш эса 25,0 фоиз ( $\frac{40 \times 100}{160} = 25\%$ ).

Иқтисодиёт учун ЯИМнинг мутлақ ўсиши, яъни қандай миқдорда ўсгани муҳимроқ, чунки бу ишлаб чиқаришнинг кўламини билдиради. Масалан, 3 мамлакатнинг ҳар бирида ЯИМ 10 фоиз ўсди, лекин улардаги бир фоизнинг реал миқори ҳар хил, шу боис 10 фоизнинг аҳамияти бир хил бўлмайди. 10 фоиз ўсиш “А” мамлакатда ЯИМнинг 15 миллиард долларга, “В” мамлакатда 12 миллиард долларга, “С” мамлакатда эса 18 миллиард долларга кўпайганини билдиради. Демак, 1 фоиз ўсишнинг вазни ҳар хил: 1,5, 1,2 ва, ниҳоят, 1,8 миллиард долларга

тенг. Хуллас, иқтисодий ўсишга баҳо берганда, унинг фоиз кўрсаткичлари билан чегараланиш кифоя қилмайди. Бунинг учун унинг амалдаги мутлақ ҳажми қанча эканлигини билиш ҳам муҳимдир.

Жаҳонда йирик, ўртача, кичик ва ўта кичик мамлакатлар мавжуд. Уларнинг ЯИМ ва аҳолиси бир хил эмас. Хитой билан Қозоғистонни, Ўзбекистон билан АҚШни, Туркманистон билан Россияни ЯИМ ҳажми жиҳатидан солиштириб бўлмайди, чунки бу мамлакатларнинг иқтисодий қудрати турлича. Шунинг ҳисобга олиб, ЯИМ аҳоли жон бошига нисбатан ҳисобланади. Бу кўрсаткич эса ЯИМнинг мутлақ ҳажмига ва аҳоли сонига боғлиқ. Бир мамлакатда ЯИМ ҳажми бошқа мамлакатга нисбатан ортиқ бўлган ҳолда, аҳолининг кўплиги туфайли жон бошига ҳисобланган ЯИМ кўрсаткичи паст бўлиши мумкин.

Аҳоли жон бошига яратилган ЯИМ иқтисодий тараққиётни ва аҳоли турмуш даражасини ифодалайди.

Уни ( $M_y$ ) аниқлаш учун реал маҳсулот ҳажми ( $Q$ ) аҳоли сони ( $n$ )га бўлинади, яъни  $M_y = \frac{Q}{n}$ . Буни аниқ мисолда кўриб чиқамиз. 1998 йили Германияда реал ЯИМ 1708,5 млн доллар, аҳоли эса 82 млн нафар эди. Бунда:

$$M_y = \frac{1708,5}{82} = 20835,4 \text{ доллар.}$$

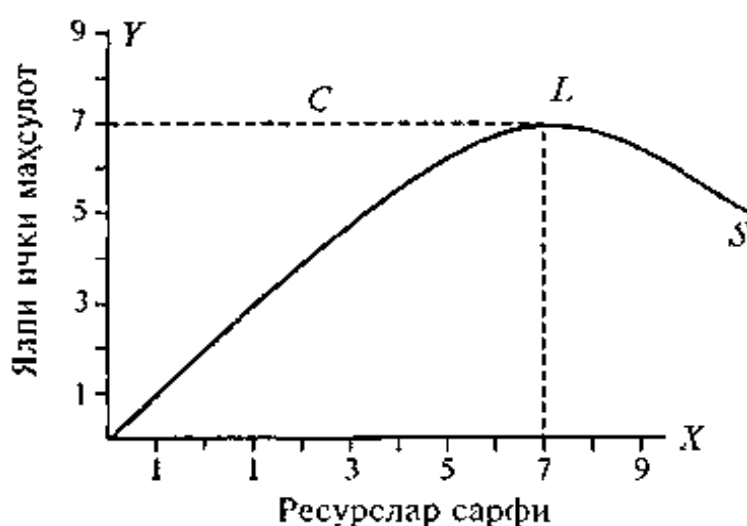
Худди шу йили Ҳиндистон ЯИМ 1660,9 млн доллар, аҳолиси 980 млн нафар эди. Демак,

$$M_y = \frac{1660,9}{980} = 1725,4 \text{ доллар.}$$

### 8.3. ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ ТУРЛАРИ

Ҳар қандай ишлаб чиқариш ресурс талаб қилади, лекин унинг ўсиши ресурснинг нақадар яхши ишлатилишига ҳам боғлиқ. Шу боис иқтисодий ўсишга баҳо беришда унинг қандай сарфлар ҳисобига ва қандай усуллар билан юз беришига ҳам эътибор бериллади. Шу муносабат билан унинг **серресурс** ва **ресурстежам** усуллари борлигини айтиб ўтиш лозим. Буларни экстенсив ва интенсив усул деб ҳам айтилади.

Ресурсталаб иқтисодий ўсиш яратилган товарлар ва хизматларни ресурсларни ишлаб чиқаришга кўпроқ жалб этиш ҳисобидан кўпайтириш демакдир. Бу усулда иқтисодий ўсишнинг миқдорий омиллари ҳаракатга келади: кўпроқ янги ерлар очилади, янги конлар ишга туширилади, янги завод-фабрикалар, цехлар қурилади, ишлаб турган корхоналардаги станоклар кўпайтирилади, ишловчилар сони орғади, аммо меҳнат унумдорлиги ошмайди, маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари қисқармайди. Бу усул ресурсларнинг кўпроқ ишлатилишига асосланганидан, охир-оқибат ресурсларнинг етишмаслиги муаммоси пайдо бўлади. Ресурслар камайиб бориши билан бу усул иш бермай қўяди. Мазкур усул табиатни авайлаш ва унинг ресурсларидан эҳтиёткорлик билан фойдаланиш талабларига жавоб бермайди. Натижада иқтисодий ўсиш ресурслар камёблиги билан сифишмай қолади, ишлаб чиқаришнинг ўсиши ўрнига унинг қисқариши юз беради (8.2-расм).



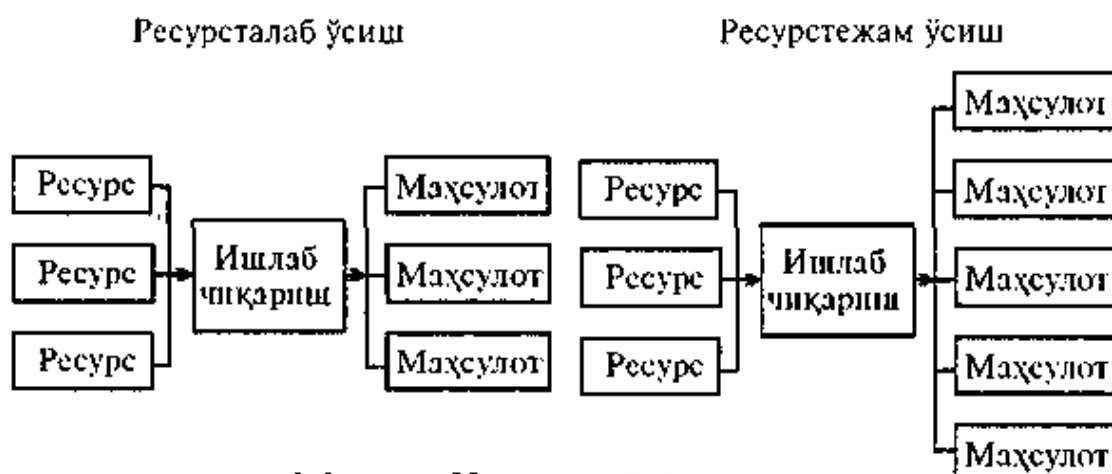
8.2-расм. Ресурсларнинг кўплаб ишлатилиши шароитидаги иқтисодий ўсиш.

Ресурсларни авайламай, уларни талон-торож қилиш нимага олиб келишини Гаити мисолида кўриш мумкин. Бу ерда ресурсларга ваҳшиёна муносабатда бўлинди, қисқа вақтда денгизда овлаб, ейиш мумкин бўлган жонзот тугади, ўрмонлар кесилиб, тамом бўлди. Халқ очликка йўлиқиб, оммавий равишда мамлакатдан кўчиб кета бошлади.

Ресурсталаб ишлаб чиқариш узоққа бормайди, чунки ресурслар вақти келиб тугайди. Улар камайгач, иқтисо-

диёт ўсиш ўрнига пасаяди. Шу сабабли бу усул номақбул ҳисобланади.

Ресурстежам усул истиқболли, чунки бу ресурсларни чекланганлигини инобатга олиб, уларни авайлаб ишлатилиши кераклигини билдиради. Бу усул ресурсларни камроқ сарфлаган ҳолда ЯИМ кўпроқ яратилишини англатади. Иқтисодий ўсишнинг 2 усулини фарқлантириш учун расмга назар ташлаймиз (8.3-расм).



8.3-расм. Иқтисодий ўсиш турлари.

Расмдан маълум бўладики, биринчи ҳолда 3 та ресурс сарфлаб 3 та маҳсулот олинган, иккинчи ҳолда эса худди шу 3 та ресурслардан 5 та маҳсулот олинган, яъни натижа олдингисидан 1,7 марта юқори бўлган. Тежамкорлик билан ишлаб чиқариш ҳамма ресурсларни, чунончи, машина-ускуна, хом ашё, материал, ёқилғи-электроэнергия ва ниҳоят, меҳнатнинг авайлаб сарфланишини билдиради, шунингдек, маҳсулот ва хизматлар сифатини оширишни ҳам англатади. Маҳсулот бирлигига ресурсларни камроқ сарфлаган мамлакатлар бой бўлади. Масалан, Японияда 1995 йил энергия сарфи бирлигига олинган ЯИМ Перудагидан 8,5 марта кўп бўлган, шу боис Япония бой, Перу эса камбағал.

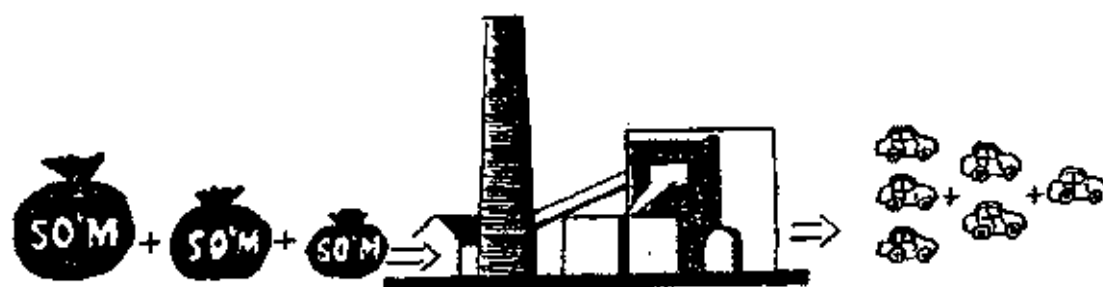
Ресурс тежашга асосланган иқтисодий ўсиш ўз-ўзидан бўлмайди. Унинг асосий шарти фан ва техниканинг энг сўнгги ютуқларига асосланган, гоёт мукамал ва серунум технологияни қўллаш ҳисобланади.

Муайян иқтисодий шароитда ҳам ресурсталаб, ҳам ресурстежам усул биргаликда, бир вақтнинг ўзида ҳаракатда бўлади. Аммо улардан қайси бирининг иқтисодий ўсишни таъминлашда аҳамияти кучли бўлса, шунга қараб

у ёки бу усул устун деб айтиш мумкин. Иқтисодий ўсиш-ни таъминлашда қайси усулнинг устунлиги меҳнат унумдорлиги ЯИМ ўсишининг қанча ҳиссасини беришига қараб аниқланади. Масалан, «А» мамлакатда ЯИМ 120 млрд доллардан 140 млрд долларга етди, ишловчилар сони эса 6 млн дан 6,4 млн га етди. Демак, олдин бир ишловчи йилига 20000 долларлик ( $120 \text{ млрд} : 6 \text{ млн} = 20000$ ), сўнгра эса 21875 долларлик ( $140 \text{ млрд} : 6,4 \text{ млн} = 21875$ ) маҳсулот яратган. Демак, ишловчилар сони:

$$6,7\% \left( \frac{6,4-6}{6} \times 100 = \frac{0,4}{6} \times 100 = 6,7\% \right),$$

ЯИМ эса  $16,7\% \left( \frac{140-120}{120} \times 100 = \frac{20}{120} \times 100 = 16,7\% \right)$  га ошган. Бинобарин, ЯИМ ўсишида меҳнат унумдорлигининг ортиши устуворлик қилган, яъни у маҳсулот миқдорига нисбатан тезроқ ўсган. Демак, келтирган мисоли-мизда тежамкор иқтисодий ўсиш бўлган. Бу усулни амалга ошириш учун миллий иқтисодиётга инвестицияларни юбориш талаб қилинади. Аммо бу инвестициялар фан-техника янгиликларини жорий этишга юборилса, кам ресурс сарфлаб кўпроқ ЯИМ яратиш мумкин (8.4-расм).



8.4-расм. Инвестиция ва маҳсулотнинг кўпайиши.

#### 8.4. ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ САМАРАДОРЛИГИ

Самарадорлик миллий иқтисодиётда нима сарфлаб, нимага эришилганлигини билдиради. Бунда жамики ишлаб чиқариш сарфлари олинган пировард натижа, яъни ЯИМ ҳажми билан солиштирилади. Иқтисодий ўсиш самараси ( $S$ ) ЯИМ ўсимини ( $\Delta M$ ) сарфлар ўсимини ( $\Delta W$ ) га нисбати билан топилади:

$$S = \frac{(\Delta M)}{(\Delta W)}$$

Масалан, мамлакатда ўтган йили 3700 миллиард бирликка тенг ЯИМ яратилди, шу йили эса бу маҳсулот 4200 миллиардга тенг. Ўтган йили ЯИМ яратиш учун кетган жами сарфлар 3000 миллиард бирликни ташкил этган бўлса, бу йил 3250 миллиард бўлди. Бинобарин, ЯИМ ўсими 500 миллиард ( $4200 - 3700 = 500$ ), сарфлар ўсими 250 миллиард ( $3250 - 3000 = 250$ ) ошди. Демак, қўшимча 250 миллиард сарфланган ҳолда 500 миллиардга тенг қўшимча маҳсулот олинди. Энди бу рақамларни формулага соламиз:

$$S = \frac{(\Delta M)}{(\Delta W)} = \frac{500}{250} = 2,0$$

Қўшимча қилинган 1 бирлик сарф 2 бирлик ЯИМ берган. Борди-ю, келаси йили 1 бирлик сарфга 1,5 бирлик маҳсулот олинса, самарадорлик пасайган бўлади ( $1,5 < 2$ ), агар 2,5 сўмлик олинса, ошган бўлади ( $2,5 > 2$ ).

Иқтисодий ўсиш самарадорлигига 3 муҳим омил таъсир кўрсатади: улар ЯИМнинг меҳнат сифими, моддий сифими ва капитал (фонд) сифимидир. Меҳнат сифими ЯИМ бирлигини яратишга кетган меҳнат сарфидир. Меҳнат унумдорлиги ошса, меҳнат сифими қисқаради ва аксинча. Масалан, илгари бир ишловчи йилига 5 млн сўмлик ЯИМ яратган бўлса, эндиликда у 6 млн сўмга тенг ЯИМни яратади. Демак, меҳнат унумдорлиги 1,2 марта ( $6000 : 5000 = 1,2$ ) ўсган бўлади.

Самарадорлик ортиши учун маҳсулот бирлигини яратишга кетган хом ашё, ёқилғи, энергия ва ҳар хил материаллар сарфи қисқариши талаб қилинади. Бир сўмлик ЯИМ олиш учун кетган моддий сарфлар олдин 0,6 сўм бўлса, эндиликда у 0,4 сўмга тушди. Демак, самарадорлик ошди. Агар моддий сарфлар 0,7 сўмга етса, шубҳасиз, самарадорлик пасайган бўлар эди.

ЯИМнинг капитал сифими уни яратиш учун кетган капитал миқдори билан ўлчанади. Капиталнинг жорий сарфи машина, асбоб-ускуна, бино-иншоотларнинг амортизацияси, яъни улар қийматининг ЯИМга ўтган қисмидир. Масалан, машина-ускуналар жами 25 миллиард сўм турса ва улар 5 йил хизмат қилса, уларнинг йиллик амортизацияси 5 миллиард сўм ( $25 : 5 = 5$ ) бўлади. Шу 5 миллиард сўмлик амортизация ҳисобидан 50 миллиард

сўмлик ЯИМ олинса, унинг капитал сифими 0,10 бўлади, яъни 1 сўмлик маҳсулот олиш учун 10 тийинлик капитал сарфланган. Агар ЯИМнинг капитал сифими 9 тийинга тушса, самарадорлик ортган, агар у 11 тийинга тенглашса, самарадорлик пасайган бўлади.

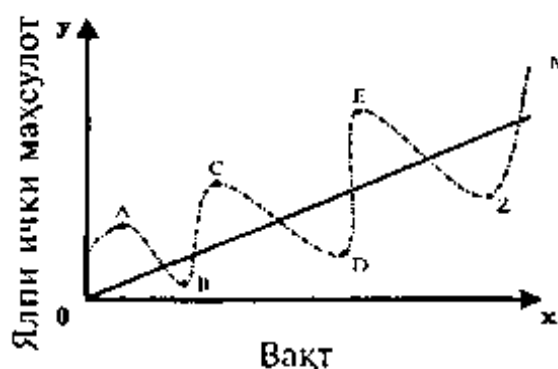
Иқтисодий ўсиш самарадорлигини таҳлил қилганда ҳар учала омилдаги ўзгаришлар ҳисобга олиниши керак. Бу билан қайси омил ҳисобидан самарадорликни ошириш мумкинлиги аниқланади.

Самарадорликни ошириш ресурсларнинг чекланганлиги билан эҳтиёжнинг чексизлиги ўртасидаги зиддиятни ҳал этишга хизмат қилади. Самарадорлик ошганда, оз ресурс сарфлаб, кўп ЯИМ ишлаб чиқарилган бўлади, бинобарин чекланган ресурслар шароитида улардан тежамли фойдаланиб, эҳтиёжлар тўлароқ қондирилади.

### 8.5. ИҚТИСОДИЙ ЎСИШНИНГ ЦИКЛИ БЎЛИШИ

Иқтисодиёт ҳар доим илгарилаб борса-да, унинг ўсиши бир меъёрда ва равон кечмайди. Иқтисодиётга тўлқинсимон ҳаракат хос. Тўлқин кўтарилиб ва пасайиб тургани каби, ишлаб чиқаришда ўсиш билан биргаликда унинг пасайиб кетиши ҳам юз беради (8.5-расм).

Расмда иқтисодиёт *A, C, E* нуқталарида юқорига кўтарилганлигини, *B, D, Z* нуқталарида унинг пасайганлигини кўраемиз. Иқтисодиёт бир маромда фақат кўтарилиб борганда эди, унинг ҳаракати *OM* биссектриса чизиғи шаклида бўлар эди. Аммо амалда бундай бўлмайди. Иқтисодиётда кўтарилиш ва пасайиш узлуксиз ўрин алмашиб туришини кузатамиз.



8.5-расм. Иқтисодиётнинг тўлқинсимон ривожланиши.

**Иқтисодиётнинг юксалиб ва пасайиб туришини ўз ичига олувчи давр иқтисодий цикл деб аталади.**

Циклли ўсиш даврий ўсишни билдиради. Хўш, нима учун ўсиш шундай бўлади? Бунинг сабаблари кўп, лекин

дисосийси жами талаб ( $T_B$ ) ва таклиф ( $T_f$ ) ўртасидаги мувозанатнинг бузилишидир. Жами талаб — бу барча субъектларнинг (хонадон, фирмалар, давлат ва жамоат ташкилотларининг) йиғма талаби ҳисобланади. Жами таклиф барча ишлаб чиқарувчиларни ҳамма бозор (ресурс бозори, истеъмоя товарлари бозори)га чиқарган ва маълум вақтда таклиф этилган товар ва хизматларнинг суммасидир. Иқтисодиёт бир маромда бориши учун  $T_B = T_f$  бўлиши зарур. Иқтисодиётда ноаниқлик бўлганидан, мувозанат бузилиб  $T_B > T_f$  ёки  $T_B < T_f$  юзага келади. Одатда,  $T_B < T_f$  бўлганда ски таклиф ортиб қолганда, бозор касод бўлади, товарлар яхши фойда берадиган нархда сотилмай қолади, чунки буни бозор кўтармайди, ишлаб чиқариш қисқаради, натижада унинг пасайиши юз беради. Айтилган номувофиқлик бутун миллий бозорда юз берганда ишлаб чиқариш қисқаришга мойил бўлади.

## 8.6. ЦИКЛ ТУРЛАРИ

Иқтисодиёт тебраниб турар экан, унинг тўлқинсимон ривожланиши катта, ўрта ва кичик циклар — даврлар мубайнида юз беради: 1) Катта цикл — 50—60 йил давом этади. 2) У 8—12 йил бўладиган ўртача циклардан ташкил топади. 3) Ўрта циклар ўзи 3—4 йил бўладиган кичик цикларни ўз ичига олади. Хуллас, “кўза ичида кўза” деганидек, цикл ичида цикл бўлади (8.6-расм).



8.6-расм. Иқтисодий циклар.

Энди турли цикларни кўриб чиқамиз:

1. **Катта циклар** — бу иқтисодий ўсишдаги буюк буриши бўлиб, унинг ривожда янги давр очади. Бу фантехникада буюк кашфиётлар қилиниши ва буни ишлаб чиқаришга жорий этилиши билан узвий боғлиқ. Масалан, ҳозирги катта цикл XX асрнинг 50-йилларида бош-



ланиб, ҳозирда ниҳоялаб қолган. У ядро энергияси, ЭҲМ, робототехника ва янги материаллар, космик техника, биотехнологиянинг ривожланиши билан боғлиқ. Булар мутлақо янги ишлаб чиқаришни яратиб, иқтисодиётни мисли кўрилмаган босқичга чиқарди.

2. **Ўрта цикллар** — бу катта цикл ичидаги 8—12 йиллик давр бўлиб, техникани шу давр мобайнида оммавий тусда янгиланиши билан боғлиқ. Ишлаб чиқариш қуввати техникавий жиҳатдан эскириб қолганда, уни янгилаш учун инвестиция юборилади. Бу ишлаб чиқаришни кенгайтириб, товар таклифини оширади. Аммо таклиф ҳаддан зиёд ортиб кетиб, талаб орқада қолади, натижада ишлаб чиқариш пасаяди. Бундай ҳолатдан чиқиш учун яна техника янгиланади, янги товарлар ишлаб чиқарилади, эски товарлар такомиллашади, бозор кенгайиб, иқтисодиёт яна ўса бошлайди.

3. **Кичик ёки конъюктура цикллари** — бу бозордаги талаб ва таклиф нисбатининг қисқа вақтда ўзгариши билан боғлиқ. Бозордаги талаб ўзгариб кетганда, таклиф унга жавоб бермай қўяли, нарх пасайиб, эски товарларни чиқариш қулай бўлмай қолади. Янги товарлар чиқарилгач, уларга талаб ҳосил бўлиб, ишлаб чиқариш кенгайди.

Циклда 2 фаза ёки босқич бўлади:

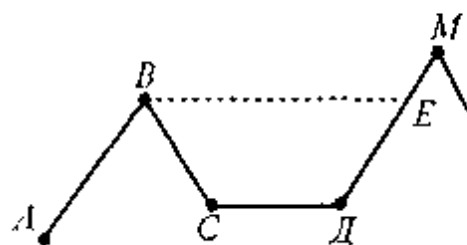
1. **Рецессия** (лотинча *recessus* — чекиниш, қайтиш) ўз ичига **кризис** (инглизча *krisis* — танглик) ва **депрессия** (лотинча *depressio* — пасайиш), яъни турғунликни олади. Кризис ҳолатида ишлаб чиқариш пасаяди, корхоналар ёпила бошлайди, ишсизлик кўпаяди, чунки товарларга талаб қисқаради. Депрессия чоғида пасайган ишлаб чиқариш шу ҳолатда қалқиб туради, у ошмайди ҳам, камаймайди ҳам. Бундай ҳолат абадий эмас, фақат вақти-вақти билан бўлиб туради, аммо ундан чиқиб кетиш ҳам мумкин.

2. **Юксалиш** рецессиядан сўнг келади, унга жонланиш ва бум (инглизча *boom* — тез кўтарилиш) хос бўлади. Турғунликдан чиқиш учун ишлаб чиқариш бозордаги талабга мослашади, қарз олиб бўлса-да, инвестиция қилинади, бозорбоп товарлар ўзлаштирилади, талаб ортиб, ишлаб чиқаришга тurtки беради, иқтисодиётга жон кириб, у гимирлаб қолади. Жонланиш ишлаб чиқаришдаги бандликни ва секин бўлса-да, унумдорликни оширади, даромад кўпайиб, жами талаб ортади. Натижада ишлаб чиқаришнинг тез кўтарилишига рағбат берилади. Инвес-

тициялар янада ошса, янги бозорбоп товарлар кўпаяди, улар тўхтовсиз сотилади. Мана шу бум дегани бўлади. Бум юз берганда ишлаб чиқариш чўққисига чиқиб, тангликдан олдинги даражадан анча ортиб кетади.

Цикл фазаларидаги ўзгаришни келтирилган расмдан ҳам кўриш мумкин (8.7-расм).

Расмга биноан иқтисодиёт *A* нуқтадан *B* нуқта сари ривожланиб келган, сўнгра *C* нуқта томон пасайган. *C* ва *D* нуқта оралигида у турғун бўлиб, *DE* оралигида жонланиб кўтарила бошлаган. Шундан сўнг у *M* нуқта томон ривожланиб, бум ҳосил этган, *M* нуқтага келиб чўққисига чиққан, сўнг у пасайишга мойил бўлиб, фазалар бўйлаб ҳаракатни яна давом эттиради. Демак, цикли ҳаракат яна такрорланади. Мана шу йўсинда иқтисодий ўсиш юз беради.



8.7-расм.

Цикл фазалари.

## 8.7. ИҚТИСОДИЙ БЕҚАРОРЛИК

Иқтисодий ўсишдаги тебранма ҳаракат бозор иқтисодиётининг кам-кўстсиз эмаслигидан, унинг ўзига хос нуқсонлари ҳам борлигидан дарак беради. Реал ҳаётда иқтисодий ўсиш билан биргаликда иқтисодий беқарорлик ҳам бўлиб туради. Беқарорликнинг асосий белгилари қуйидагича: 1. Ишлаб чиқариш ҳажмининг пасайиб кетиши ёки унинг ўсмасдан бир жойда депсиниб туриши. 2. Товарлар экспортининг қисқариши. 3. Қимматли қоғозларнинг сотилиши қисқариб кетади, уларга талаб қисқариб, уларнинг нархи тушади. 4. Инвестиция соҳасида фаолликнинг мутлақо сўниши ва пасайиб кетиши. 5. Юқори даражадаги инфляция. 6. Ҳаддан ташқари ишсизлик. 7. Аҳоли турмуш даражасининг пасайиб кетиши ва бошқалар.

Беқарорлик натижасида корхоналар ва ташкилотлар давлатга солиқларни ўз вақтида тўлай олмайдилар. Ишсизлик натижасида аҳолининг анча қисми даромад солигини беролмай, охир-оқибат давлат харажатларини қоплашга пул етишмай қолади. Бюджетда камомад ҳосил бўлади. Беқарорлик бозор иқтисоди белгиси бўлар экан, ундан олиб чиқувчи кучлар ҳам унинг ўзида жойлашган. Булар талаб, таклиф, нарх-наводаги ўзгаришлар ва ра-

қобатдир. Танглик талабнинг ўзгариши ва ишлаб чиқаришнинг ундан орқада қолишидир. Бу бозор сигнали сифатида корхоналарга етиб келади. Улар бозордаги янги шароитга секин-аста мослашадилар, чунки бусиз фойда олиб бўлмайди. Натижада ишлаб чиқариш янгиланиб, оёққа туриб кетади. Тангликнинг узун ёки қисқа бўлиши, иқтисодиётнинг шу ҳолатдан барвақт ёки кечроқ чиқиб кетиши давлатнинг фаоллигига ҳам боғлиқ. Иқтисодни ўз ҳолига ташлаб қўйилса, унинг дарди чўзилиб, соғайиши кечикиши мумкин. Бундан бутун жамият азият чекади. Шу сабабли давлат иқтисодни даволашда қатнашади. Давлат фирмаларга солиқлардан енгиллик беради, экспортдаги чеклашларни қисқартиради, фирмаларга ёрдам пули (субсидия) беради, қарз ҳақи ҳисобланган фоиз пулини қисқартиради, бу билан қарз кўтариш ҳисобидан инвестицияларни рағбатлантиради. Қаерда давлат фаоллик кўрсатса, шу ерда тездан беқарорликдан иқтисодий ўсиш босқичига чиқиб олинади.

## I. Таянч тушунчалар

- |                                    |                           |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1. Миллий иқтисодиёт.              | 9. Цикли иқтисодий ўсиш.  |
| 2. Миллий иқтисодиёт белгилари.    | 10. Цикл.                 |
| 3. Иқтисодий ўсиш.                 | 11. Катта цикл.           |
| 4. Ялпи ички маҳсулот.             | 12. Ўрта цикл.            |
| 5. Номинал ва реал иқтисодий ўсиш. | 13. Кичик цикл.           |
| 6. Серресурс иқтисодий ўсиш.       | 14. Рецессия.             |
| 7. Ресурстезам иқтисодий ўсиш.     | 15. Юксалиш.              |
| 8. Иқтисодий ўсиш самарадорлиги.   | 16. Иқтисодий беқарорлик. |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Миллий иқтисодиёт нима?
2. Миллий иқтисодиётнинг қандай белгилари бор?
3. Иқтисодий ўсиш деганда нимани тушунаминиз?
4. Ялпи ички маҳсулот нима?
5. Номинал ва реал ЯИМ нима билан фарқланади?
6. Мутлақ ва нисбий иқтисодий ўсиш нима?
7. Серресурс (ресурсталаб) ва ресурстезам иқтисодий ўсиш нима билан фарқланади?
8. Иқтисодий ўсиш самарадорлиги нимани билдиради?

9. Циклли иқтисодий ўсиш деганда нимани тушунаси?
10. Нима учун иқтисодий ўсиш циклли бўлади?
11. Цикл турлари нима билан фарқланади?
12. Кичик циклдаги рецессия ва юксалишга нималар хос бўлади?
13. Иқтисодий беқарорлик нима билан тавсифланади?
14. Иқтисодий беқарорликдан қандай чиқилади?

### **III. Мустақил иш топшириқлари**

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларни тўғри топиб жойинга қўйинг:

- а) ЯИМ миқдори икки нарсага боғлиқ бўлади: .....
- б) ..... иқтисодий ўсиш истиқболли бўлади. в) Иқтисодий ўсиш ..... бўлади. г) Иқтисодий ўсиш 2 циклли бўлади: булар ..... ва ..... дир.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уриниб кўринг:

- а) Мамлакатда ЯИМ ишлаб чиқариш бир ўсиб, бир пасайиб, яна ўсиб, яна пасайиб турибди. Буни қандай изоҳлаш мумкин? б) Мамлакатда ишловчилар сони қисқарган ҳолда, маҳсулот ва хизматлар кўпайиб борса қандай иқтисодий ўсиш юз берган бўлади. в) Иқтисодий ўсиш ҳам, пасайиш ҳам кутилмаса, иқтисодиёт қандай босқичда турган бўлади?

3. Қуйидаги масалаларни ечиб кўринг:

- а) Мамлакатда ўтган йили номинал ЯИМ 20 фоиз ошгани ҳолда нархлар 30 фоиз ошган эди, бу йил ЯИМ 25 фоизга ошгани ҳолда нархлар 10 фоизга ошди. Ўтган йили ва шу йил иқтисодиётда қандай ўзгариш бўлганини ҳисоблаб чиқинг. б) Ўтган йил мамлакатда ишлаб чиқаришга кетган ресурслар сарфи 7 фоизга ошган ҳолда ЯИМ 5фоизга ўсган эди. Бу йил ресурс сарфи 6 фоизга ошди, маҳсулот эса 8 фоизга кўлайди. Иқтисодий ўсиш самарадорлигида қандай ўзгариш бўлганини ҳисоблаб чиқинг. в) Мамлакатда 1999 йил ноябрь ойида ЯИМ 14 млрд доллар эди, 2000 йил май ойига келиб 28 фоизга камайди, октябрь ойида у 40 фоизга ошди, 2001 йил февраль ойида ЯИМ яна 20 фоизга ошди. Ҳисоблаб кўринг-чи, иқтисодда юксалиш босқичи қачон бошланган экан?

## IX БОБ. МОЛИЯ ВА КРЕДИТ

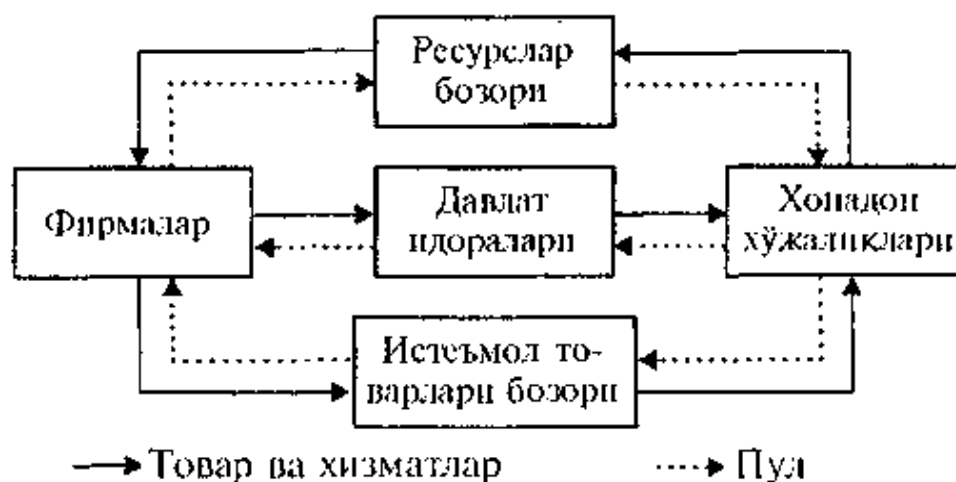
### 9.1. ИҚТИСОДИЁТНИНГ МОЛИЯ СЕКТОРИ

Миллий иқтисодиёт икки соҳа — секторга ажралади:

1. **Реал соҳа** — сектор. Бу товар ва хизматларнинг ишлаб чиқаришдан истеъмолгача бўлган ҳаракатини англатади.

2. **Пул соҳаси** — сектори. Бу иқтисоддаги товар ва хизматлар ҳаракатига қарама-қарши борадиган пул ҳаракатини билдиради.

Миллий иқтисодиётдаги товар, хизматлар ва пул оқими қуйидаги кўринишда бўлади (9.1-расм):



9.1-расм. Макроиқтисодиётдаги айланма ҳаракат.

Расмга назар ташласак, фирмалар, хонадонлар ва давлат идоралари бир-бирига бозор орқали товар ва хизматлар етказиб берадилар ва бир-биридан пул оладилар. Товарни сотган томон олган пули унинг даромадини (тушумини) ҳосил этади, худди шу пул товарни олган томон учун харажат бўлади. Натижада иқтисодиётда даромад ва харажатдан иборат пул оқими пайдо бўлади ва бу молияни юзага келтиради.

Жамиятнинг даромади — бу пулда ҳисобланган ялпи ички маҳсулот. Масалан, 2000 йил Ўзбекистонда ЯИМ 3,2 трилл сўмни ташкил этди, у тақсимланиб пул ресурслари, яъни фондлари (жамғармалари)ни ҳосил этди, хонадон, фирмалар (корхоналар)нинг, нодавлат ташкилотларнинг ва давлатнинг даромадлари юзага келди. Бу билан молия муносабати пайдо бўлди.

**Молия деганда, пул ресурслари (жамғармалари)ни ҳосил этиш, уларни тақсимлаш ва маълум мақсад йўлида ишлатиш тушунилади.**

Молия дастлаб корхонада пайдо бўлади. Бу ерда олинган пул тушуми — даромад амортизация, иш ҳақи тўлаш, мукофот бериш, солиқ ва банкдан олган қарзни тўлаш, хайрия ишлари ва инвестициялар учун ажратилади. Корхона ва аҳоли давлатга берган солиқлар ва бошқа тўловлар унинг даромадини ҳосил этади ва бу пул маълум мақсад йўлида ишлатиш учун қайта тақсимланиб, ижтимоий таъминот, соғлиқни сақлаш, маориф, маданият, спорт ва давлат инвестициялари учун ишлатилади. Хонадон аҳли фирмалар, давлат идоралари ва ўз бизнесидан пул олади, ундан жамғарма ҳосил этади.

Молия умуман пулнинг қўлдан қўлга ўтиши эмас, балки уни махсус мақсадда ишлатиш учун жамғарма (фонд) ҳосил этиши бўлади. Масалан, ўқувчи уйдан ўқишга бориб келиш учун 300 сўм олди, буни автобус ва овқатланиш учун сарфлади. Бу ерда шунчаки пулни харид учун сарфланиши юз берди, шу сабабли молия келиб чиқмади. Агар ўқувчи келажакда велосипед олиш учун ишлаб пул топса ва уни жамғариб борса, молия юзага келади, чунки у мақсадли харид фонди ҳосил этади. Албатта бу шунчаки бир мисол. Амалда молия ғоят мураккаб пул билан боғлиқ алоқаларни билдиради.

Бозор иқтисоди пул билан тирик бўлганидан, унинг учун молия катта аҳамиятга эга ва бу унинг вазифаларида ифода этилади: молия даромадларни иқтисодиётнинг субъектлари бўлмиш корхоналар, хонадон хўжаликлари ва давлат ўртасида тақсимлайди; солиқлардан сийлов бериш, давлат ҳисобидан пул билан кўмак бериш орқали корхоналар ва ташкилотларнинг яхши ишлашини молия

рағбатлантиради; молия иқтисодиётни бошқариш ишини ахборот билан таъминлайди, чунки молиявий кўрсаткичлар (фойда миқдори, рентабеллик, зарар миқдори, қарздорлик, ликвидлик кабилар) менежментда қўл келади; молия ижтимоий соҳаларни пул билан таъминлайди, яъни маориф, маданият, спортга пул ажратилади, аҳолининг ночор қатламлари (кўп болали оилалар, камбағаллар, ногиронлар)га нафақалар берилади.

## 9.2. КОРХОНА ВА ТАШКИЛОТЛАР МОЛИЯСИ

**Корхона (фирма) молияси.** Бу корхона даромадлари ва харажатларининг яхлитлигидир. Фирмалар одатда коммерция асосида (пул олиб) ишлаб, ўзини ўзи пул билан таъминлайди. Улар ҳосил этадиган пул фондлари ўз товарлари ва хизматларини, ортиқча мол-мулкини сотишдан, ўзи чиқарган акцияларни сотишдан, олдин сотиб олган акциялар ва облигацияларга тегадиган (дивиденд) пуллар, давлат ёки бир хил ҳомийлар томонидан ёрдам сифатида берилган, банкдан қарзга олинган, суғурта компаниялари берадиган пуллар ҳисобидан ташкил этилади. Ўз пулига корхона ресурс олади, ундан солиқ тўлайди, қарзини қайтаради, у ҳисобидан капиталини кўпайтиради, банкка фоиз тўловлари тўлайди ва ҳ.к.

**Нокоммерция ташкилотлари молияси.** Бу ташкилотлар ҳам пул топиб, уни сарфлаш билан шуғулланадилар. Улар кўпинча савобли хайрия ишларини бажариш учун пул ресурсини ҳосил этадилар. Бу уч манбадан юзага келади: давлат берган ёрдам; ҳомийлар ажратган пул ва хайриялар; пулли хизматлар келтирган тушум, лекин бу асосий манба эмас.

Йиғилган пул муҳтож кишиларга ёрдам бериш, оммавий тadbирлар (байрамлар, танловлар, учрашувлар ва кўрғазмалар) ўтказишга сарфланади.

**Жамоат ташкилотлари молияси.** Бундай ташкилотлар жумласига касаба уюшмаси, турли иттифоқлар, партиялар, халқ фронтлари, касбий клублар ва бошқалар кирди. Булар ҳам ўз фаолиятини юргизиш учун пул йиғиб, уни сарфлайдилар. Бу пул таъсисчилар ажратган маблағлардан, аъзоликка кириш пулидан, мунтазам тўланадиган бадал пулидан, ноширлик қилиш, реклама, турли

тадбирлар ўтказишдан келган даромад ҳисобидан шаклланади. Бу пул ташкилот аъзоларининг манфаати йўлида, улар низомида кўзда тутилган вазифаларни бажариш учун сарфланади.

**Хонадон молияси.** Бу хонадон пул кирими ва чиқими билдиради, бу оила бюджети деб ҳам юритилади. Хонадонга пул иш ҳақи, пенсия, нафақа, стипендия, дивиденд, ижара ҳақи, тадбиркорлик фойдаси, заём ва лотерея пул ютуғи, банк берадиган фойз, томорқадан келадиган пул шаклида келиб тушади. Бу пулдан солиқлар ва ихтиёрий тўловлар чегирилгандан сўнг қолган қисм **қўлга теккан даромадни** ҳосил этади. Бу пул 2 та фондга ажратилади: 1) Товар ва хизматларни харид этиш ёки истеъмол фонди. 2) Жамғариш фонди.

Харид фонди дарҳол сарфланса, жамғариш фонди тўпланиб боради.

### 9.3. ДАВЛАТ МОЛИЯСИ

Давлат молияси ўзагини давлат бюджети ташкил этади (бюджет инглизча budget — «пули бор қоп» дегани), ammo бюджетдан ташқари давлат пул фондлари ҳам бўлади. Улар биргаликда давлатнинг жорий йилдаги **хазинасини** ташкил этади.

**Давлат бюджети — бу муайян давлатнинг бир йиллик даромадлар ва харажатларининг баланси, яъни йиғиндиси.**

Давлат бюджетдаги пул унинг даромади бўлиб, бутун жамиятнинг эҳтиёжини қондириш учун кетади. Бюджетда катта пул тўпланади, бундай пул ҳеч бир фирма ёки хонадонда бўлмайди. 2000 йил Ўзбекистон давлатининг қўлида 1,3 трилл сўм бўлиб, бу ЯИМнинг 41 фоизига тенг бўлди.

Бюджет нима учун керак? Бюджет давлатга ўз вазифаларини бажариши учун зарур бўлади, чунки бу пул сарфлашни талаб қилади. Шу пул ҳисобидан давлат жамиятга ижтимоий хизмат, яъни неъматлар етказиб беради. Булар жумласига мудофаа, тинчлик ва хотиржамликни, ижтимоий тартибни таъминлаш, оммавий ободончилик ва санитария-гигиена ишларини бажариш, давлатни идора



қилиш, турмуш хавфсизлигини таъминлаш, экологик муҳитни асраш, табиий бойликларни ҳимоя қилиш, оммавий саводхонликни таъминлаш, ночорларга ёрдам бериш каби ишлар киради. Булар учун зарур пулни давлат солиқлар ёрдамида йиғиб олади.

**Солиқ — бу корхона, ташкилотлар ва фуқаролар бюджетга берадиган мажбурий пул тўловидир.**



Бюджетга пул солиқдан ташқари бошқа пул тўловлари орқали ҳам келади. Масалан, Ўзбекистонда пенсия, бандлик, ижтимоий суғурта ва йўл фонди учун ҳам корхона ва ташкилотлар давлатга пул ўтказадилар. Бюджетга давлат мулкани сотиш ёки ижарага беришдан, давлат заёмларини сотишдан

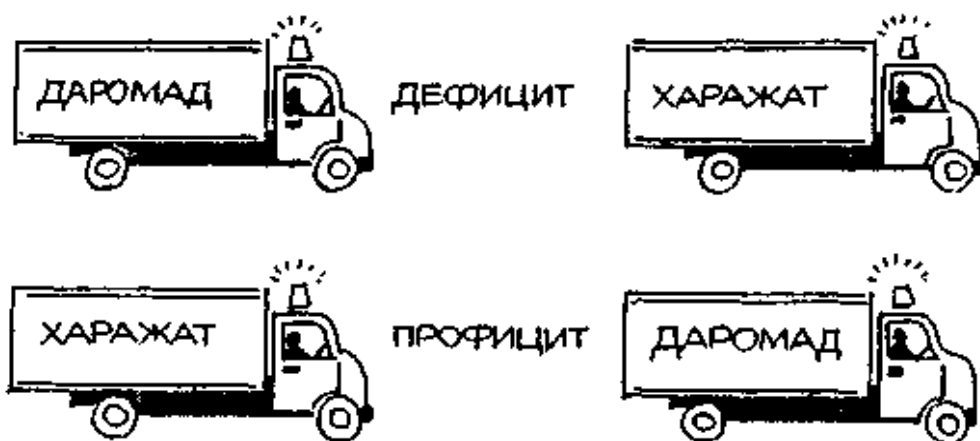
келган пул, давлат қўлидаги акцияларга теккан дивиденд шаклидаги ва ниҳоят четдан олинган қарз сифатидаги пуллар ҳам тушади.

Давлатнинг даромадлари унинг сарф-харажатларини қоплаш учун керак. Давлат харажатлари 3 турда бўлади:

1. **Иқтисодий харажатлар**, булар Ўзбекистонда халқ хўжалиги харажати деб юритилади. Буларга моддий захираларни ташкил этиш, корхоналарга молиявий ёрдам кўрсатиш, ишлаб чиқариш ва ижтимоий соҳаларга пулни инвестициялаш, давлат қарзини тўлаш киради.

2. **Ижтимоий харажатлар**. Буларга таълим, маданият, соғлиқни сақлаш каби соҳаларни пул билан таъминлаш, аҳолига нафақалар ва пенсиялар, муҳтожларга бир йўла ёрдам кўрсатиш сарфлари киради. Шу сарфлар ҳисобидан Ўзбекистонда ёрдамга муҳтож оилалардаги ўқувчиларга кийим-кечак, китоблар ва ўқишга зарур бошқа нарсалар ҳам берилади.

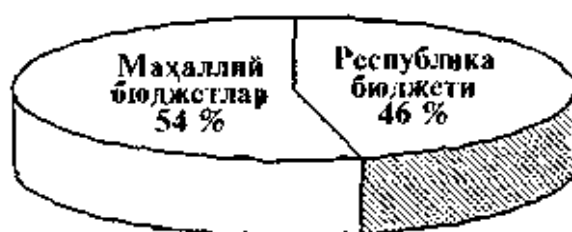
3. **Давлатни идора қилиш харажатлари**. Бунга марказий ва маҳаллий ҳокимият органларининг, чунончи, ҳукумат, турли вазирликлар, парламент, президент идоралари, жойлардаги (муниципал) давлат идораларининг сарфлари киради.



Бюджет дефицити (камомоди) деган нарса бор. Бюджет дефицитли бўлганда, унинг харажатлари даромадларидан кўп бўлади, яъни унинг натижаси манфий бўлади. Бюджет профицитли бўлганда, даромадлар харажатлардан ортиб қолади, яъни унинг натижаси мусбат бўлади.

Бюджет икки даражали. Биринчиси, марказий бюджет, бу Ўзбекистонда Республика давлат бюджети деб юритилади. Иккинчиси, муниципал бюджетлар, булар Ўзбекистонда маҳаллий бюджет номини олган.

Давлат бюджетининг даромадлари ва харажатлари шу икки турдаги бюджетлар ўртасида тақсимланади. Ўзбекистонда 2000 йил бюджетининг тақсимланишини қуйидаги расмда кўриш мумкин (9.2-расм).



9.2-расм.  
Ўзбекистон давлат бюджетининг таркибий тuzилиши.

#### 9.4. МОЛИЯЛАШТИРИШ УСУЛЛАРИ

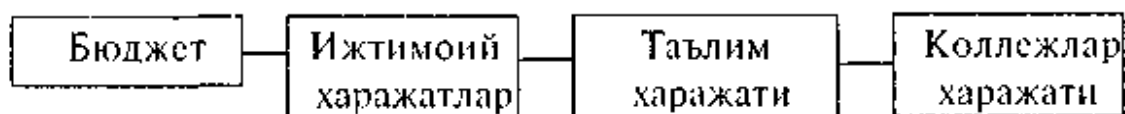
Молия бор экан, молиялаштириш ҳам бўлади.

Молиялаштириш муайян даврда маълум ишларни пул билан таъминлашдир.

Молиялаштиришнинг 3 та усули бор:

1. **Ўзини-ўзи молиялаштириш**, бу усул коммерция корхоналари ва ташкилотларига хос, булар ўз харажатини ўзи топган пул билан қоплайди.

2. **Бюджетдан молиялаштириш.** Бунда харажатлар учун зарур пул бюджетдан берилади. Шу усулда пул билан таъминланувчи ташкилотлар **бюджет ташкилотлари** деб юритилади. Булар жумласига коллежлар ҳам киради (9.3-расм).



9.3-расм. Коллежлар харажатининг манбаеси.

3. **Ҳомийлар томонидан молиялаштириш.** Бунда харажатни ҳомийлар хайру эҳсон қоидалари асосида ажратган пули билан қопланади. Ҳомийликни давлат, фирмалар, банклар ва айрим пулдор шахслар амалга оширадилар. Молиялаштиришнинг турли усуллари бир вақтнинг ўзида биргаликда қўлланиши ҳам мумкин. Аммо бозор қоидаларига кўра ўзини-ўзи молиялаштириш устуворлик қилиши керак.

## 9.5. БАНКЛАР

Ҳамманинг пул билан боғлиқ иши банк орқали битади, чунки иқтисодиётдаги пул оқимини банклар бошқаради. Банк нима?

**Банк пул юзасидан бўлган алоқаларга хизмат қилувчи молия институти, яъни муассасадир.**

Банк ҳам фирма, у тадбиркорлик қилади, лекин бошқалардан фарқлироқ у фақат пул билан ишлайди. Пул иқтисоднинг қони бўлса, банк унинг юрак-томир қисми бўлиб, ҳамма аъзою хужайраларни озиқлантириб туради. Шу сабабли, иқтисоднинг тириклиги банк билан. **Банк иши — пул оламидаги бизнесдир.** Банк иши билан шуғулланувчилар **банкирлар — банкчилар** дейилади. Банк иқтисодиёт учун аҳамиятли ишларни бажаради, чунончи, пул ва қимматбаҳо буюмларни омонатга олиб, сақлаб беради; пул билан бўладиган ҳисоб-китоб операцияларини, хусусан, пул тўлаш ишларини бажаради; чет эл валютасини сотади ва сотиб олади; ўз қўлидаги пулни қарзга бериб, яъни кредит билан шуғулланади; ўз пулига акция сотиб олиб, уни бошқа соҳага жойлаштирадилар; бизнес юзасидан маслаҳат беради.

Банкдан ўтадиган пул оқими нақд пуллар ва нақд бўлмаган пуллар ҳаракатидан иборат. **Нақд пул** — бу банклардаги, корхона ва ташкилотлар кассасидаги ва аҳоли қўлидаги қоғоз ва танга пуллардир. Нақд бўлмаган пул бундай шаклга эга эмас, у пулнинг борлиги ҳақидаги ахборот, ёзув бўлиб, у банк ҳисоб варағида қайд этилади.

Нақд бўлмаган пуллар **банк депозити** шаклига эга, яъни фирмалар, жамоат ташкилотлари, давлат муассасалари ва айрим фуқаролар ўз пулини банкдаги депозит ҳисоб варағида сақлайдилар. Депозит икки хил бўлади:

**а) Жорий депозитда** қўйилган пул эгасининг талабига биноан дарҳол қайтариб берилади. Бундай пул ҳисоб варағи муҳлатсиз ҳисоб варақ дейилади.

**в) Муҳлатли депозитда** қўйилган пул унинг эгасига хоҳлаган вақтда эмас, маълум вақтдан, масалан, бир йилдан сўнг ва банкни барвақтроқ огоҳлантирилгандан сўнг қайтарилади.

Депозитдаги пулни нақд пулга айлантириб олиш мумкин, лекин бунга ҳар доим ҳам зарурат бўлавермайди, чунки депозитдаги маблағ ҳисобидан чек бериш ва чекка керакли нарсани харид қилиш мумкин. **Чек** — пулнинг **ўринбосари**, у тўлов воситаси сифатида қабул қилинади, масалан, телевизор ёки автомашина сотиб олинганда. Бундан ташқари депозитдаги пулни бир ҳисоб варағидан бошқасига ўтказиб қўйиш билан ҳам тўлов операцияси бажарилади. Масалан, бир фирма бошқасидан металл сотиб олади. Бунда харидор фирманинг «Пахта банк»идаги пули сотувчи фирманинг «Бизнес банк»даги ҳисоб варағига ўтказиб қўйилади. Бу билан ора очиқ бўлади.

Банк хизматидан фойдаланиб, ўз ишини битирувчилар **банк мижозлари** деб юритилади. Буларнинг жумласига фирмалар, давлат идоралари, жамоат ташкилотлари, фуқаролар, чет элликлар киради. Уларнинг пулини банк керакли жойга ўтказиб беради.

Банк **бир тўловни иккинчи тўлов билан қоплаш** ишини ҳам адо этади. Агар «А» фирма «В» фирмадан 2 миллион сўм қарз бўлса, ўз навбатида «А» фирмадан «Д» фирма 2 миллион қарз, дейлик. Банк «Д» фирманинг пули билан «А» фирманинг қарзини қоплайди. Бундай ишни бажариш **клиринг операцияси** дейилади.

Банклар ўз мижозларига **кредит карточкалари** беради. Шу карточка нақд пул ёки чек ўрнига ўтади. Товар харид

этилганда унинг ҳақи кредит карточкасида кўрсатилган пулдан чегириб олинади, мижознинг ҳисоб варағи турган банкдан савдо фирмасининг ҳисоб варағи бор банкка ўтказиб қўйилади.

Банклар ўз мижозларига қулайлик яратиш учун **нақд пул берадиган автоматлар — банкоматлар** орқали уларга хизмат кўрсатади (9.4-расм). Бу усул мижоз учун ўта қулай бўлиб, пулни ёзин-қишин, кечаю кундуз, исталган вақтда олиши мумкин.

Банклар валюта аукционидида қатнашиб, катта миқдорда валюта сотиб оладилар, шунингдек, аҳолидан ҳам валютани харид этадилар, сўнгра уни сотиб, бу ишдан даромад кўрадилар. Банкларда **махсус валюта ҳисоб варақлари** ҳам бўлади, ундаги валютани чет элда туриб ҳам олиш мумкин. Хуллас, банклар пул билан боғлиқ хилма-хил ишларни бажарадилар. Ер юзида банклар ўз мижозларига 600 хил хизматларни кўрсатадилар.



9.4-расм.  
Банкоматлар.

## 9.6. БАНК ОПЕРАЦИЯЛАРИ

Банк бажарадиган иш **банк операциялари** деб юритилади. Банк операцияси 2 турга бўлинади: 1. **Пассив операция** — бу банкка пул маблағларини жалб этишдир. Бунинг пассив деб аталишига сабаб, бу банкка даромад келтирмайди, балки ундан харажат талаб қилади. Пассив операцияга депозитларга пул қабул қилиш, ташқаридан қарз олиш, ўз акцияларини сотиш киради. 2. **Актив операция** — бу банк капиталини ишлатиб даромад топиш. Бу фойда келтирганидан актив иш деб юритилади. Бунга кредит (қарз) бериш, қимматли қоғозларни сотиб олиб дивидендга эга бўлиш, валюта олди-сотдисини уюштириб, ундан пул топиш, мижозлар пулини ишлатишда воситачилик қилиб даромад кўриш кабилар киради. Актив операцияларнинг асосий тури кредит беришдир.

Пул бор жойда қарз олиш ва қарз бериш юзага келади, бу ишни банклар бажаради. Пулнинг ўз эгаси қўлига ке-

либ тушиши ва ишлатилиши бир вақтда юз бермайди, пул вақтинча бўш қолади, айна пайтда бошқа ерда пул етишмай қолади.

Фирма, компания, фермер, ишчи-хизматчилар, нафақахўрлар, давлат идоралари, мулк соҳибларига теккан пулнинг бир қисми сарфланса, иккинчи қисми йиғилиб, жамғарилади. Пулнинг жамланиши эса банкда юз беради. Жамланган пул банк орқали кредит ресурсларини ҳосил этади.

Банк ўзгалар пулини жамлаб, уни ўз номидан кредитга беради. Аммо банклар фақат депозитдаги ўзгалар пулини қарзга беради деб ўйлаш нотўғри, чунки банкларнинг ўзининг ҳам пули бор.

**Банк кредити пулни маълум шартларга риоя этган ҳолда банк томонидан қарзга берилиши ва уни пулга муҳтожлар қарзга олиб ишлатишини билдиради.**

Банк кредити кредитнинг асосий шакли, лекин банк бўлмаган (**парабанк**) ташкилотлар ҳам, масалан, кредит ширкатлари, ўзаро ёрдам кассалари, кредит иттифоқлари ҳам кредит беришади. Ҳатто йирик корпорациялар ўз партнёрлари ва ишчи-хизматчиларига ҳам кредит беради.

Кредит бизнес учун берилганда **тадбиркорлик кредити**, истеъмол товарлари олиш ёки ўқиш учун берилганда **истеъмол кредити** келиб чиқади. Ўзбекистонда «Уй-жой жамғарма қурилиш банки» квартира олиш учун, «Халқ банки» талабалар ўқиши учун кредит очади.

Кредит асосан пул шаклида берилса-да, товар кредити ҳам қўлланади. Унинг икки тури бор:

1. **Коммерция кредити** — бунда товарлар сотиб олиш учун насияга берилади.

2. **Лизинг** (инглизча *leasing*) — бунда машина-ускуналар кейинчалик сотиб олиш шарти билан ишлатиб туриш учун ижарага берилади, уларнинг пулга чақилган нархига тенг сумма қарзга берилган бўлади.

Банк кредити бир қатор тамойилларга асосланади: 1) Кредит маълум муддатга берилади (масалан, 3 ой, 6 ой, 1 йил, 3 йилга ва ҳ.к.). 2) Кредит олувчи қарз ҳақи — фоиз тўлаши керак. 3) Кредит вақти келганда қайтарилиши керак. 4) Кредит кафолатланиши зарур, яъни қарз олувчи бирор-бир қим-

матбаҳо нарсани (ер, бино, акция, облигация, жавоҳирот буюмларини) гаровга қўйиши талаб қилинади.

### 9.7. ФОИЗЛАР

Қарз пули ҳам товар бўлганидан, унинг нархи бор, бу фоиздир. Фоиз пулдан фойдаланганлиги учун бериладиган тўлов. Фоиз даражаси ёки ставкаси деган тушунча бор. Бу фоиз миқдори қарзнинг қанча қисмига, яъни қандай улушига тенг бўлишини билдирадиган нисбий кўрсаткичдир. Фоиз ( $G$ ) неча пул бўлишини билиш учун кредит суммаси ( $K_r$ ) фоиз ставкасига ( $g_s$ ) кўпайтирилиб, 100 га бўлинади:

$$G = \frac{K_r \times g_s}{100}$$

Мисол учун корхона банкдан 125 млн сўм кредитни бир йилга 8 фоиз тўлаш шarti билан олган бўлса, тўлайдиган фоиз миқдори қуйидагича бўлади:

$$G = \frac{125 \times 8}{100} = 10 \text{ млн сўм}$$

Фоизни тўлаш учун тадбиркорлик мақсадида қарз кўтарилган пулни ишлатишдан олинган фойда фоиз миқдоридан кўп бўлиши керак. Юқоридаги мисолга қайтсак, 125 млн сўм кредитга 8 фоиз ҳақ тўлаш учун уни ишлатишдан тушган фойда нормаси ( $F$ ), масалан, 12 фоиз бўлиши керак. Бунда  $F > G$ , яъни  $12 > 8$  бўлади.

Фоиз даражаси кўп омилларга боғлиқ, улардан асосийлари қуйидагилар: кредитга бўлган талаб ва таклиф; унинг муддати ва тўлаш шarti; инфляция даражаси; қарз беришнинг хатарли бўлиши ва ҳ.к.

### 9.8. БАНК ТУРЛАРИ

Банклар бажарадиган ишининг мазмунига қараб 2 гуруҳга бўлинади: **марказий банклар, коммерция (тижорат) банклари.**

Марказий банклар фақат давлатга қарашли бўлади. Марказий банкни банкларнинг банки, уларнинг отаси деб аташади. Бу банкнинг асосий вазифалари қуйидагича:

— Муомалага пул чиқариш, яъни эмиссия (лотинча *emiso* — чиқариш дегани) маркази бўлиш; давлат хазинасини, валюта бойлигини сақлаш, давлатнинг хазинабони бўлиш; давлат пул-кредит сиёсатини амалга оши-

риш; банк иши, умуман кредитга оид қоида-тартибларни белгилаб, уларнинг бажарилишини назорат қилиш.

Булар орасида пул муомаласини тартиблаб туриш бирламчи бўлади, чунки соғлом (қадри барқарор) пул соғлом иқтисодиёт демакдир. Иқтисодиётда шундай қоида бор:

**Иқтисодиёт бир меъёра ривожланиб бориши учун пул миқдори керагидан ортиқча бўлиши мумкин эмас.**

Керагича пул — бу иқтисодиётдаги пул айланишини таъминлашга етарли бўлган пул миқдоридир. Пул миқдори бундан ортиб кетса, иқтисодиётга зарар келтиради, чунки инфляция пайдо бўлиб, пул қадри пасаяди, пулга ишонч камаяди, пул иқтисодиётнинг қони вазифасини яхши бажармай қўяди. Шу боис Марказий банк пул етарли бўлишини назорат қилади:

**Иқтисодиётнинг пул билан таъминланиш меъёри бор, бу монетизация даражаси деб аталади.**

Монетизация (инглизча monetisation) даражаси ( $Md$ ) муомалаладаги пул миқдорининг ( $m$ ) ЯИМ қийматига ( $W$ ) нисбати бўлиб, процентда ифода этилади, яъни  $Md = \frac{m}{W} \times 100$ . Масалан, ЯИМ 500 бирлик бўлса,  $Md = \frac{100}{500} \times 100 = 20\%$  бўлади. Бу муайян миқдордаги 500 ЯИМ яратилганда, 100 бирлик пул етарли дегани бўлади, чунки шу пул 5 марта айланишида ( $100:20=5$ ) ЯИМ суммасига тенг бўлади. Бунда  $500=500$  келиб чиқади, яъни товар ва пул мувозанати ҳосил бўлади. Шу тенгликни таъминлаш учун Марказий банк пул ортиқча бўлганда унинг бир қисмини муомаладан олиб туради, агар у етишмай қолса, пулни муомалага чиқаради. Бу иш пул миқдорининг товарлар суммасидан ошиб кетишига йўл бермай, инфляцияни бартараф этади.

Банкларга ҳос вазифаларни энг аввал коммерция банклари бажаради.

Коммерция банклари турли хил операцияларни амалга оширувчи ва кредит ишларини бажарувчи банклардир. Улар акциядорлар жамияти шаклида тузилади.

Уларнинг ихтиёридаги капитал икки манбадан шаклланади:



а) Мижозларнинг банк депозитларидаги пули, яъни ўзгалар пули. б) Банкларнинг ўзининг пули, яъни банк таъсисчилари қўйган пул бўлиб, фойда ҳисобидан ўсиб боради.



European Bank  
for Reconstruction and Development

N B U



Коммерция банклари ишининг 3 та асосий тамойили мавжуд: **рентабел ишлаш**, яъни фойда олиш; **ликвидликка эга бўлиш** — ўз маблағини нақд пулга айлантириш имкони бўлиши; **мижозлар манфаатига устуворлик бериш** — уларнинг ҳожатини чиқариш бирламчи бўлиши.

Бу тамойилларга амал қилиш банкларни иқтисодиётдаги родини мустаҳкамлайди.

## I. Таянч тушунчалар

- |                      |                         |
|----------------------|-------------------------|
| 1. Пул сектори.      | 9. Жорий депозит.       |
| 2. Молия ресурслари. | 10. Муҳлатли депозит.   |
| 3. Молия вазифалари. | 11. Банк мижозлари.     |
| 4. Молия турлари.    | 12. Банк кредити.       |
| 5. Давлат бюджети.   | 13. Фонз.               |
| 6. Солиқ.            | 14. Фонз даражаси.      |
| 7. Бюджет дефицити.  | 15. Марказий банк.      |
| 8. Бюджет профицити. | 16. Коммерция банклари. |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Молия ресурслари қандай ҳосил бўлади?
2. Молиянинг ижтимоий вазифаси нималардан иборат?
3. Корхона молия ресурслари нималардан иборат?
4. Хонадон молиясида қандай пул фондлари бўлади?
5. Жамоат ташкилотлари пул маблағлари нима билан ажралиб туради?

6. Давлат бюджети нима учун керак?
7. Бюджет даромадлари қандай шаклларга эга?
8. Давлат харажатлари қандай асосий турларга бўлинади?
9. Банк қандай ишларни бажаради?
10. Банкдан ташқари яна кимлар кредит беради?
11. Фоиз даражаси нималарга боғлиқ бўлади?
12. Марказий ва коммерция банкларининг фарқи нимада?
13. Банк ишининг асосий тамойиллари нимада?

### III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларни тўғри топиб ўрнига қўйинг:

а) Молия сектори.....ҳаракатини билдиради. б) Корхона молияси унинг.....ва.....яхлитлигидир. в) Нокоммерция ташкилоти молияси уч манбали бўлади: 1) ..... 2) ..... 3) ..... г) Солиқ — бу ..... тўловдир. д) Давлат бюджети — бу ..... ва ..... йиғиндисидир. е) Банк — бу ..... муассасадир. з) Кредит — бу ..... беришдир. и) Фоиз — бу ..... нархдир. к) Марказий банк — бу .....дир. л) Коммерция банки фаолияти 3 тамойилга асосланади: 1) ..... 2) ..... 3) .....

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уриниб кўринг:

а) Корхона ўз молиявий аҳволини ўнглаш учун машина-ускуналарнинг бир қисмини сотиб юборди. Корхона тўғри иш қилдими? б) Давлат бюджети даромадлари ошмаган ҳолда харажатларни қисқартириш орқали профицит ҳосил этиш мумкинми? в) Фирма Марказий банкка кредит бериш учун мурожаат қилди. Банк унга 2 млн доллар миқдорда кредит берди. Банк тўғри иш қилдими?

3. Қуйидаги масалаларни ечиб кўринг:

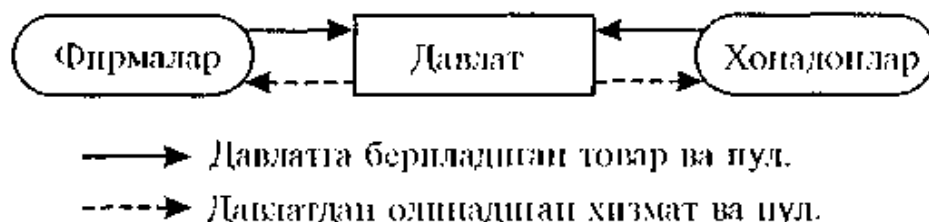
а) 2000 йил Ўзбекистон бюджетининг даромади 911,8 млрд сўм, харажати 944,6 млрд сўм бўлди. Шу йилги ЯИМ 3194,5 млрд сўм бўлди. Бюджет дефицити ЯИМ неча фоизга тенг бўлишини ҳисоблаб чиқинг. б) Муайян йилги мамлакат бюджетига келган солиқ тушумлари 152,5 млрд долларни, солиқ бўлмаган тушумлар эса 15,25 долларни ташкил этди. Олдинги йилда эса бу кўрсаткичлар 140 млрд ва 21 млрд доллар эди. Биринчи ва иккинчи йилги солиқ ва солиқ бўлмаган тушумлар нисбатини аниқланг. в) Сиз халқ банкига 10 минг сўм пулни йилига 24 фоиз олиш шarti билан қўйдингиз, 3 ойдан сўнг банкдан 5 минг сўм олдингиз. 6 ойдан сўнг яна 10 минг сўм қўйдингиз. Йилнинг охирига бориб сизнинг банкдаги пулингиз неча сўмни ташкил этади?

## Х БОБ. ДАВЛАТ ВА ИҚТИСОДИЁТ

### 10.1. ДАВЛАТ — ИҚТИСОДИЁТ ИШТИРОКЧИСИ

Илгари давлат иқтисоддан четлашган бўлиб, у сиёсат билан шуғулланиб, иқтисодиётни кузатиш билан чекланган, унинг асосий вазифаси солиқ ундириш орқали хазинани тўлдириш бўлган. Ҳозирги иқтисодда давлат унинг фаол иштирокчиси, у солиқ ундириш билан чекланмайди, унинг мулки, бинобарин, корхоналари бор, у иқтисодни ўстиришни пул билан таъминлаб туради, фирмаларни рағбатлантиради. Давлат иқтисодиёти бошқа иштирокчилари — фирмалар ва хонадон хўжалигидан шу билан фарқланадики, у танҳо, унинг рақиблари йўқ, чунки битта мамлакатда битта давлат бўлади. Ер юзида фирмалар ва хонадонлар сони миллиардлардан иборат бўлса, давлатлар сони фақат 200 га яқин. Давлатнинг қўлида катта пулдан ташқари сиёсий ҳокимият ҳам бор, унинг фармойишларини бажариш ҳамма учун шарт.

Давлат фирмалар ва хонадонлардан фарқлироқ ўзини эмас, балки бутун халқнинг, миллий иқтисодиётнинг манфаатини кўзлайди. У миллий иқтисод доирасида бошқа субъектлар билан иқтисодий алоқада бўлади. Буни қуйидаги чизмадан кўрсак бўлади (10.1-расм).



10.1-расм. Давлатнинг фирмалар ва хонадонлар билан алоқаси.

Давлат фирмалар ва хонадонлардан солиқ сифатида пул оlesa, уларга субсидия (ёрдам пули) ва турли нафақалар беради. Бундан ташқари у фирмалардан ўз ихтиёридаги турли ташкилотлар учун (масалан, армия ва милиция учун) товарлар сотиб олади. Ўз навбатида давлат фирмалар ва хонадонлар учун зарур бўлган ижтимоий хизматлар кўрсатади.

## 10.2. ДАВЛАТНИНГ ИҚТИСОДИЙ ВАЗИФАЛАРИ

Давлат бошқа иқтисодиёт субъектларидан фарқли ўлароқ йирик кўламли ва умуммиллий аҳамиятга молик вазифаларни бажаради, бу билан бутун иқтисодиётга таъсир ўтказади. Давлатнинг вазифалари орасида асосийларни тўртта:

1. **Ижтимоий неъматлар ёки хизматларни яратиш, булардан жамиятни баҳраманд қилиш.**

**Ижтимоий неъматлар — бу давлат томонидан ҳаммага бирдек ва текинга кўрсатиладиган ҳамда биргаликда истеъмол этиладиган хизматлардир.**

Булар жумласига мамлакатни муҳофаа қилиш, ташқи хавфсизликни таъминлаш, мамлакатда ҳуқуқ-тартиботни мустаҳкамлаш, ички хавфсизликни таъминлаш, экологияни ҳимоя қилиш, бепул тиббий ва таълим хизматлари киради. Мазкур хизматлар ҳаммага бирдек кўрсатилади, уларни яқка тартибда эмас, фақат биргаликда истеъмол этилади. Масалан, армия ёки милиция хизматидан ҳамма биргаликда фойдаланади. Ҳаммабоп хизматларини яратиш учун давлат фирмалар ва хонадонлардан ресурслар сотиб олади, улар турли ташкилотлар ва идораларда халққа хизмат кўрсатиш учун ишлатилади. Бу давлат истеъмолини юзага келтиради.

**Давлат истеъмоли унинг ихтиёрига келган ресурсларни ижтимоий неъматлар яратиш йўлида ишлатилишидир.**

Давлат ўзи ҳисобидан хизматларни қанчалик кўп кўрсатса, шунчалик унинг истеъмоли кўп бўлади. Бу Ўзбекистонда яққол кўринади. Ўзбекистонда давлат истеъмо-

лининг ялпи маҳсулотдаги ҳиссаси 2000 йили 22 фоиз бўлиб, бу дунёдаги энг юқори кўрсаткичлардан бири бўлган.

## **2. Иқтисодиётни тартиблаб туриш.**

Бозор иқтисоди идеал, яъни тўла мукамал эмас, унинг ўз нуқсонлари бор, улар юзага келтирган қийинчиликларни бартараф этишда давлат иштирок этади. Агар бозорнинг ўзи иқтисодиётни нуқсонсиз тартиблаб турганида эди, ҳеч бир танглик ва иқтисодий беқарорлик юз бермаган бўлар эди. Ҳолбуки, танглик ва инқирозлар учраб турадиган ҳодисадир. Масалан, 1997 йили Япония иқтисоди 2 фоизга ўсган бўлса, 2000 йили 3 фоизга пасайди. Демак, бозор нуқсонсиз ишлай олмайди, шу сабабдан давлат албатта иқтисодиётни тартибга солиши лозим.

## **3. Миллий иқтисодиётни ҳимоя қилиш.**

Ҳар бир мамлакатнинг ўз иқтисодиёти бор, у миллий мустақилликка хизмат қилади, халқ фаровонлигига қаратилади, уни ҳимоя қилиш фақат давлатнинг қўлидан келади. Бу ишни давлат иқтисодий чегараларини ҳимоялаш орқали бажаради. Иқтисодий чегара – бу кўшинлар кўриқлайдиган ҳудудий чегара эмас. Бу иқтисодиётни ташқи салбий таъсирдан ҳимоя қилиш. Бу чегара иқтисодий воситалар билан кўриқланади. Бунинг асосий 2 та воситаси бор:

- 1) Миллий пулнинг бўлиши. Давлат миллий валютани мамлакат ҳудудидаги ягона ва танҳо тўлов воситаси сифатида киритади. Мамлакат ичидаги товар ва хизматларни фақат шу пулга олиш мумкин, бу билан миллий бозор ҳимоя қилинади. Шундай вазифани Ўзбекистон Республикаси пули – сўм ҳам ўтайди.
- 2) Божхоналарнинг бўлиши, бож тўловларининг амал қилиши. Бу билан ички бозор, у ердаги миллий фирмалар чет элликлардан ҳимоя қилинади. Масалан, Ўзбекистонда хориж маркали автомашинани киритиш учун унинг қийматига тенг бож пули тўлаш керак. Бу билан Ўзбекистоннинг ички автомобиль бозори ҳимоя қилинади.

## **4. Манфаатли ташқи иқтисодий алоқаларни ривожлантириш.**

Миллий иқтисод ташқи алоқаларсиз ривожлана олмайди. Шунинг учун давлат бу алоқаларни ривожланти-

риш чораларини кўради. Хориж мамлакатлари билан манфаатли битимлар тузади, экспорт ва импортни рағбатлантиради, транспортни ривожлантиришга пул сарфлайди, валюталарнинг эркин алмашувига шароит ҳозирлайди.

### **10.3. ИҚТИСОДИЁТНИНГ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБЛАНИШИ**

Давлат вазифалари бир-бирини тўлдириб турса-да, улар орасида энг муҳими иқтисодиётни тартиблашдир.

**Иқтисодиётнинг давлат томонидан тартибланиши унинг бир маромда ривожланиб боришига қаратилган чора-тадбирларнинг ишлаб чиқилиши ва уларнинг муттасил, изчил амалга оширилишидир.**

Давлатнинг иқтисодиётга аралашуви зарур, лекин унинг жузбий ва доимий меъёри бор. Иқтисодиёт муттасил ўсиб бораётган шароитда давлат бозор кучларига ҳақиқат бермаслик учун иқтисодиётга камроқ аралашади. Бозор воситалари яхши иш бермай, иқтисодий қийинчиликлар кучайган шароитда давлат иқтисодиётга фаолроқ аралашади ва унинг тангликдан чиқиб, яхши ишлаб кетишига кўмаклашади.

Реал иқтисодий вазият қандай бўлишидан қатъи назар давлатнинг иқтисодиётга аралашувининг меъёри бор.

**Давлатнинг иқтисодиётга аралашуви меъёри — бу бозор кучларининг ҳаракатга келиб, иқтисодий ўсишни таъминлашига тўсқинлик қилмаслик, аксинча, бунга ҳар тарафлама шароит яратиб беришидан иборатдир.**

Агар иқтисодиётни футбол майдонига қиёсласак, бу ерда командалар тўп суришади, булар рақобатлашувчилар. Бу ерда давлат на тренер, на ўйинчи вазифасини ўтайди, у бош ҳакамдир (10.2-расм). Унинг вазифаси ҳеч кимнинг тарафини олмасдан одил ҳакамлик қилишдир. Футбол ўйинининг ҳамма эътироф этган қоидалари бор, буни бузганларни ҳакам жазолайди ва ҳатто ўйиндан чиқариб ҳам юборади. Ҳакамнинг вазифаси ўйин қоидаларига сўзсиз риоя этишни, фирромсиз, ҳалол ўйин бўлишини таъминлашдир. Иқтисоддаги давлатнинг роли фут-



10.2-расм. Ҳакамлик.

бол майдонидаги ҳакамнинг ролига ўхшаган бўлади. Давлатнинг иқтисодиётни тартиблаши бир қатор тамойилларга асосланади:

а) Давлат иқтисодиётни тартиблаганда умумжамият манфаатларини кўзлаши лозим.

б) Иқтисодиётни тартиблашда маъмурий воситалардан эмас, балки хилма-хил иқтисодий воситалар мажмуидан фойдаланиш зарур.

в) Давлат рақобат курашининг бевосита иштирокчиси эмас, балки унинг ҳалол бўлишини таъминловчи куч бўлиши керак.

г) Давлат мамлакатда ижтимоий барқарорлик, хотиржамлик, ҳамкорлик ва ҳамжиҳатликни таъминлаш орқали иқтисодий ўсиш ва оммавий фаровонликни кўзлаши керак.

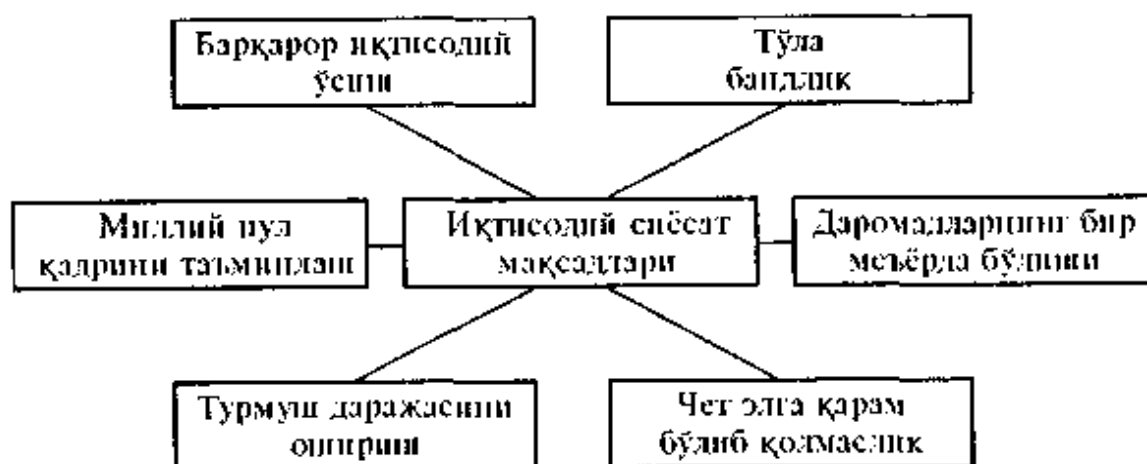
д) Давлат иқтисодиётнинг барча субъектларига бир хил қараши керак, улар орасида давлатнинг арзандаси ёки ўгай боласи бўлиши мумкин эмас. Бу тамойиллар умумий бўлсада, турли мамлакатларда ҳар хил амал қилинади.

#### 10.4. ДАВЛАТНИНГ ИҚТИСОДИЙ СИЁСАТИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Давлат иқтисодиётга энг аввал ўзининг сиёсати билан таъсир этади.

**Давлатнинг иқтисодий сиёсати унинг иқтисодиётга онд йўл-йўриқларидир.**

Давлатнинг иқтисодий сиёсати маълум даврга мўлжалланган бўлиб, ички ва ташқи иқтисодий вазиятни ҳисоб-



10.3-расм. Иқтисодий сиёсат мақсадлари.

га олган ҳолда иқтисодий ривожланишнинг устувор йўналишлари ва унга эришишнинг асосий воситаларини белгилаб беради. Булар давлат органлари ишлаб чиққан иқтисодий прогнозлар ва дастурларда ифода этилади. Иқтисодий сиёсат маълум мақсадларни кўзлайди (10.3-расм).

Иқтисодий сиёсатнинг вазифаларига қараб турли йўналишлар юзага келади. Булардан асосийлари қуйидагича:

1. **Фискал**, яъни **солиқ-бюджет сиёсати**. Бу сиёсат давлат бюджетини пул билан тўлдириш ва уни ижтимоий-иқтисодий ривожланиш йўлида оқилона сарфланишини ташкил этишга қаратилади.

2. **Монетар ёки пул-кредит сиёсати**. Бу сиёсат пул қадрини барқарорлаштириш, инфляцияга қарши курашиш, пулнинг иқтисодиётдаги ролини мустаҳкамлаш, ундан кредит воситаси сифатида фойдаланишни кўзлайди.

3. **Бандлик сиёсати**. Бу тўла ва самарали бандликка эришиш, ишсизликнинг олдини олиш, уни қисқартиришни мўлжаллайди.

4. **Даромадлар сиёсати**. Бу даромадларни тақсимлашда давлатнинг иштирокини таъминлайди, аҳолининг ўзига тўқ ва бой қатламлари даромадининг бир қисмини олиб муҳтожларни таъминлаб туришни билдиради.

5. **Ташқи иқтисодий сиёсат**. Бу ташқи иқтисодий алоқаларни ривожлантиришга қаратилади, экспорт-импортни, ташқи қарзни, четдан капитал келтириш, четга ка-



питал чиқаришни тартибга солиш, халқаро ташкилотлар фаолиятида иштирок этишни таъминлайди.

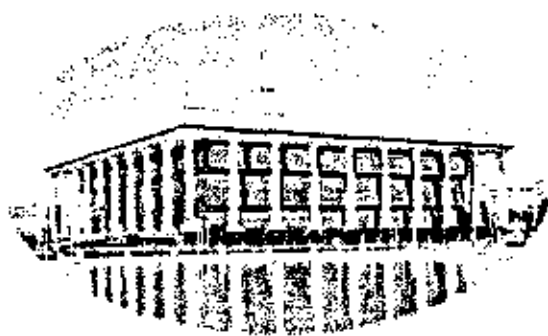
### 10.5. ИҚТИСОДИЁТНИ ТАРТИБГА СОЛИШ ВОСИТАЛАРИ

Давлатнинг иқтисодиётдаги роли унинг фирмалар ва хонадонлардан нимани олиши-ю, уларга нимани бериш билан чекланмайди. Давлат иқтисодиётдаги фаол куч бўлиб, унинг ривожда жиддий ўрин эгаллаши мумкин, лекин бунинг учун унинг қўлида таъсирчан воситалар бўлиши талаб қилинади. Бу воситалар 3 хил бўлади:

1. Юридик воситалар.
2. Маъмурий воситалар.
3. Иқтисодий воситалар.

Давлат иқтисодиётни энг аввал унга оид қонунчиликни йўлга қўйиш билан тартиблайди. Қонун чиқарувчи давлат органлари (парламент) томонидан иқтисодий ҳаётга оид қонунлар қабул қилинади, қонунларда иқтисодиётнинг тартиб-қоидалари белгиланади.

Иқтисодий саъй-ҳаракатлар шу қонунларга биноан юз бериши талаб қилинади, давлат қонунларнинг бажарилишини назорат қилади, қонунбузарларни жазолайди. Ўзбекистонда ҳам Олий Мажлис (10.4-расм) томонидан



10.4-расм.

Олий Мажлис биноси.

бозор иқтисодиётини шакллантириш, иқтисодий ривожлантириш, уни тартиблашга оид кўплаб қонунлар қабул қилинди. Ўзбекистонда қонунлар устувор, ҳамма унга баб-баравар риоя этиши шарт деган қоида мавжуд.

Қонунчилик иқтисодий фаолиятнинг ҳуқуқий асосларини белгилаб беради, давлат уларнинг амалга оширилишини назорат қилади.

Давлат сиёсий ҳокимият соҳиби сифатида иқтисодиётга маъмурий йўл билан ҳам таъсир эта олади, яъни ўз фармойишларини бажаришни ўз кучи билан амалга ошириш мумкин, лекин бу усул кам самарали бўлади. Шу боис иқтисодий воситалар биринчи ўринга чиқади.

## 10.6. ИҚТИСОДГА ТАЪСИР ЭТИШНИНГ МОЛИЯВИЙ ВОСИТАЛАРИ

Иқтисодиётга таъсир этишнинг синалган воситаси пулдир. Солиқлар воситасида давлат қўлида катта пул тўпланадики, бу унинг даромадларини ташкил этади ва асосан давлат бюджетида жамланади. Масалан, 2000 йили Ўзбекистонда давлатнинг даромадлари 1,3 млрд сўмдан иборат бўлиб, бу бутун жамият даромадларининг 41 фоизига тенг бўлди. Бундай катта пул ҳеч бир фирма ёки хонадонда бўлмаган, ундан давлат иқтисодиётга таъсир этиш учун фойдаланади.

**Солиқлар** давлатнинг энг таъсирчан воситасидир. Унинг вазифаси бюджетга пул йиғиш билан чекланмайди, чунки унинг воситасида фирмалар ва хонадон фаолияти рағбатлантирилади. Солиқлар фирмалар харажатига киради. Давлат солиқларни оширса, харажатлар ҳам ошади, бинобарин, бу фойдани қисқартиради, натижада ишлаб чиқаришни ўстиришдан манфаатдорлик камаяди. Солиқлар камайтирилса, харажатлар пасайиб, фойда кўпаяди, фойдани ишлаб чиқаришни ўстиришга юбориш имкони ҳам кенгаяди. Масалан, фирма солиқнинг ҳаммасини тўлаган шароитда 10 млн сўмга тенг фойдани ишлаб чиқаришга юборади, бунинг натижасида ишлаб чиқариш кенгайиб, қўшимча 600 млн сўмга тенг маҳсулот яратилади. Агар фирмага солиқдан 2 млн сўмлик имтиёз берилса, у 12 млн сўмни ўз ишига сарфлайди, натижада маҳсулот ишлаб чиқариш 800 млн сўмга етади. Демак, солиқ имтиёзи туфайли маҳсулот 200 млн сўмга ( $800 - 600 = 200$ ) кўпаяди.

Фан-техника тараққиёти юзага келтирган янги ишлаб чиқариш соҳалари борки, уларни жадал ўстириш учун солиқ имтиёзлари берилади. Масалан, ёнилғини тежовчи, ўта чидамли двигателлар ишлаб чиқарувчи корхоналарга солиқдан енгиллик берилса, уларнинг харажатлари солиқ ҳисобидан камаяди. Натижада двигателларни ишлаб чиқариш ва оммавий қўлланиши кўпаяди, бу иқтисодий ўсишга олиб келади.

Экологик зарарли маҳсулотни ишлаб чиқаришни тўхтатиш зарур бўлса, солиқлар кўпайтирилади, натижада фирмалар харажатлари кўпайиб, фойда камаяди, охир-

оқибатда фойда олиш учун экологик тоза маҳсулот ишлаб чиқаришга ўтилади.

Давлат солиқлардан тadbиркорликни, хайр-эҳсон ишларини, экспорт-импортни, хориж капиталининг кириб келишини рағбатлантириш учун ҳам фойдаланади. Масалан, Ўзбекистонда янги очилган кичик фирмалар, фермер хўжаликлари 2 йилгача солиқдан озод қилинади. Хайрия ишларига сарфланган даромадлардан ҳам солиқ олинмайди. Экспортбop товар ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳам солиқ имтиёзлари оладилар.

Давлат фирмалар тўлайдиган солиқ муддатини кечиктиради, солиқ пули кредитга (қарзга) айлантирилади. Масалан, корхона ҳар йили 25 млн сўм солиқ тўлаши керак. Бу солиқ 2 йил муддатга имтиёзли кредитга айлантирилади, натижада корхона 50 млн сўмни ишлаб чиқаришга йўллаб, уни ўстиради ва солиқни топган пулидан 2 йилдан сўнг тўлайди.

Давлат томонидан иқтисодиётни тартиблашнинг яна бир муҳим воситаси **молиявий санация** (соғломлаштириш) ҳисобланади. **Санация** — давлат иштирокида танг аҳволга тушиб қолган корхоналарни молиявий жиҳатдан соғломлаштириб, уларнинг оёққа туриб кетишига кўмаклашувидир. Бу ишнинг зарурлигини соҳибқирон Амир Темур аллақачонлар таъкидлаб: “Сармоясини қўлидан кетиб қолган савдогарларга ўз сармоясини қайтадан тиклаш учун хазинадан етарли миқдорда олтин берулсин”<sup>1</sup>, деб фармон берган экан.

Санацияда давлат корхоналарнинг аҳволини яхшилашга қаратилган тadbирларни қўллайди: корхона қарзини тўлаш муддатини кечиктириш ёки умуман кечиб юбориш, корхонага солиқдан енгиллик бериш, солиқни кредитга айлантириш, корхонага буюртма бериб, унинг ҳақини олдиндан тўлаш, корхонага экспорт юзасидан имтиёзлар бериш. Давлатнинг санациядаги иштироки икки шартни ҳисобга олади. Биринчиси — корхонанинг миллий ёки ҳудудий иқтисодиёт учун аҳамияти катта бўлиши керак, иккинчиси — корхонанинг танг аҳволга тушиб қолиши унинг айби билан эмас, балки бошқа ташқи сабаблар билан бўлиши лозим. Ёмон ишлаган, бозор тала-

---

<sup>1</sup>Амир Темур тузуклари. Тошкент, 1991, 67-бет.

бига мослаша олмасдан молиявий инқирозга юз тутган корхонага давлат ёрдам бермайди, чунки бу бозор қоидаларига зид келади.

Ўзбекистонда санація кўпинча қишлоқ хўжалигида қўлланади. Бу ердаги корхоналар кутилмаганда нархларнинг ўзгариши ёки табиий қийинчиликлар туфайли ўз хоҳишидан қатъи назар зарар кўрадилар. Бунда давлат энг оғир аҳволдаги хўжаликларга нисбатан санація қўллайди.

**Субсидия** — давлат томонидан аниқ мақсад йўлида ишлатиш учун корхоналарга ажратиладиган ёрдам пули (10.5-расм). Давлат иқтисодиёт учун муҳим, лекин серхаражат ишларни бажариш учун корхонага пул ажратади, бу пул харажатларни бугунлай ёки қисман қоплаш учун берилади. Масалан, жаҳон бозоридаги нархни ушлаб туриш учун бозорга кўшимча товарларни чиқармаслик зарур бўлганда, давлат ўз товарини захирага ўтказиб турган фирмаларга субсидия бериб товарларни сақлаб туриш харажатларини қоплайди. Зарур бўлганда ташқаридан хом ашё киритиб, ташқарига тайёр маҳсулот чиқарувчи корхоналар ҳам субсидиядан баҳраманд бўладилар.



10.5-расм. Субсидия бериш.

Давлат техника янгиликларини жорий этиш, ресурсларни тежаш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш, капитални иқтисодиёти суст ривожланган ҳудудларга жойлаштириш, экспорт потенциалини ошириш дастурларини ишлаб чиқади. Бу дастурлардаги давлат тавсияларига биноан иш тутган корхоналар давлатдан субсидия оладилар.

Давлат божхона пули (тўлови), лицензиялар (рухсатномалар) ва экспорт квоталари (миқдори)ни белгилайди.

Муайян товар ёки товарлар гуруҳини экспорт қилиш зарур бўлса бож пули камайтирилади ёки умуман олинмайди, квоталар оширилади. Товарларни миллий бозорда тутиб қолиш зарур бўлса, экспорт учун бож пули ва солиқлар кўпайтирилади, лицензиялар ва квоталар камайтирилади. Бож пули воситасида товарлар импорти ҳам тартибланади. Божхона пули ошса, импорт қисқаради, у камайса, импорт кўпаяди.

### 10.7. ПУЛ-КРЕДИТ ВОСИТАЛАРИ

Иқтисоддаги энг кучли ва таъсирчан восита пул бўлади. Пулга ишонч бор ерда уни ишлаб топишга интилиш кучли бўлади. Шу боис давлат сиёсати пулни мустаҳкамлашга қаратилади.

**Давлатнинг пул-кредит борасидаги сиёсати унинг монетар сиёсати деб юритилади.**

Монетар сиёсат пулнинг қадрини таъминлаб, уни иқтисодиётнинг кучли дастагига айлантириш ва пул муомаласини изга солиш орқали иқтисодиётини тартиблашга қаратилади. Ҳаддан зиёд инфляция шароитида иқтисодий фаоллик бўлмайди, чунки пулни ишлаб чиқаришга кўйиш хатарли ишга айланади. Шу боисдан давлат инфляцияни жilовлаб, иқтисодий ўсишга кўмаклашади, инфляция дами кесилганда, кредит олиш енгиллашади, чунки қарз беришнинг хатари кам бўлади, иккинчидан, пулга унинг қадри пасайиб улгурмасдан ресурс олиб ишлаб чиқаришга жойлаштириш мумкин, учинчидан, ишлаб топилган пул қадрли бўлади.

Пул қадрини таъминлаш учун давлат инфляцияга қарши чоралар кўради. Давлат пул миқдори керагидан ортиқча бўлишига йўл бермаслик учун пул эмиссияси (пулни муомалага чиқариш) устидан қаттиқ назорат ўрнатади, яъни ортиқча пулни муомалага чиқармайди. Агар чиқиб кетган бўлса, қайтариб олади. Муомалада қолган пул қадри пасайиб кетмаслиги учун давлат ишлаб чиқаришни рағбатлантиради, бу пулни товарлар билан таъминланган-

лиги оширилади. Натижада пулга ишонч ортади. Ўзбекистонда давлатнинг инфляцияга қарши кураши туфайли унинг шиддати кесилди, инфляция жиддий равишда секинлашди.

Давлат арзон пуллар ҳосил этиш йўлидан боради. Давлат ўзига қарашли Марказий банк орқали учет ставкасини белгилайди, шунга қараб банклар ўзининг фоиз ставкасини белгилайди. Масалан, учет ставкаси ойига 3 фоиз белгиланса, банклар ўз фоизини шунга қараб 5 фоиз қилиб белгилайдилар. Ортиқча 2 фоиз банк харажати қоплаб, унга фойда ҳам беради. Давлат учет ставкасини пасайтирса, арзон пуллар ҳосил бўлади, яъни пулни кредитга олиш арзонлашади. Фоиз пасайганда, кредит олиш кўпаяди, иқтисод ўсади.

### **10.8. ИҚТИСОДИЁТНИНГ ДАВЛАТ СЕКТОРИ**

Давлат иқтисодиёт субъекти сифатида ўз мулкига эга, унинг корхоналари, иқтисод билан машғул бўлган идоралари бор, унга қарашли бюджетда катта пул мавжуд. Булар иқтисодиётга давлат сектори борлигидан дарак беради.

**Давлат манфаатлари мавжуд бўлган ва давлат иқтисодий фаолият юритадиган соҳалар давлат секторини ташкил этади.**

Давлат секторига давлат корхоналаридан ташқари давлат бюджети, унга қарашли бюджетдан ташқари пул жамғармалари киради. Давлат ишлаб чиқарувчи (тадбиркор) ва истеъмолчи (харидор) сифатида бўлади. Давлат кўлида миллий иқтисодиёт ривожини учун аҳамиятли бўлган корхоналар, темир йўллар, автомобиль йўллари, сув хўжалиги, энергетика тармоқлари кабилар бўлади. Улар яратган товар ва хизматларнинг бошқа корхона ва ташкилотларга етказиб берилиши уларнинг ривожини таъминлайди. Масалан, Ўзбекистонда давлатга қарашли ёқилғи-энергетика корхоналарининг (газ қазиб олиш, уни узатиш, нефтни қазиб олиш ва қайта ишлаш, кўмир қазиб олиш корхоналари ва электростанциялар) ишига бутун иқтисод боғлиқ, чунки улар бутун халқ хўжалигининг озукаси

бўлган энергияни етказиб берадилар. Давлатга қарашли сув иншоотлари — сув омборлари, каналлар, сув қувурлари фақат қишлоқ хўжалиги эмас, балки саноат ва коммунал хўжалигининг таянчидир. Давлат ўз корхоналарининг иши билан иқтисодиётга ҳисса қўшади.

Давлат бозорга истеъмолчи — харидор сифатида ҳам чиқади. Давлат буюртмаларига биноан ишлаш фирмалар учун қулай бозор ярағайди, чунки товарлар ва хизматлар олдиндан белгиланган миқдорда ва келишилган нархда, албатта, сотилади.



Давлат бозорга чиқмай қолиши мумкин бўлган пулни солиқ ундириш орқали ўз қўлига олиб, уни ўз буюртмасини харид этишга жалб этади, яъни бозорни кенгайтиради. Демак, давлат хариди, бинобарин, истеъмоли билан иқтисодий тараққиётга ҳисса қўшади.

## I. Таянч тушунчалар

1. Ижтимоий неъматлар.
2. Иқтисодиётни тартиблаш.
3. Иқтисодий сиёсат.
4. Фискал сиёсат.
5. Монетар сиёсат.
6. Банглик сиёсати.
7. Даромадлар сиёсати.
8. Санация.
9. Субсидия.
10. Давлат сектори.

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Давлатнинг бошқа субъектлардан қандай фарқи бор?
2. Давлат қандай иқтисодий вазифани адо этади?
3. Нима учун давлат иқтисодиётни тартиблаши зарур?
4. Давлатни иқтисодиётга аралашувининг қандай чегараси бор?
5. Иқтисодий сиёсатнинг қандай мақсадлари бор?
6. Иқтисодий сиёсатнинг қандай йўналишлари бор?
7. Давлат иқтисодиётга қандай воситалар билан таъсир этади?
8. Фискал ва монетар сиёсат нима билан фарқланади?
9. Давлат секторига нималар киради?

## III. Муустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўزلарни тўғри топиб ўрнига қўйинг:

- а) Давлат икки субъект билан алоқада бўлади, булар ..... ва ..... дир. б) Давлат миллий иқтисодиётни икки хил восита билан ҳимоя қилади, булар ..... ва ..... дир. в) Давлат иқтисодий сиёсатининг 4 та асосий йўналиши бор: булар ....., ....., ..... ва ниҳоят ..... дир. г) Давлатни иқтисодиётга таъсир этишининг молиявий воситалари ....., ..... ва ..... ҳисобланади. д) Давлат ўз буюртмалари билан ..... кенгайтиради.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уриниб кўринг:

- а) Бир мамлакатда давлат қимматчиликнинг олдини олиш учун нархларнинг ўсишини чегаралаб қўяди, бошқа мамлакатда эса у нархларга аралашмайди, уларни ўз ҳолига қўяди. Қаерда давлат бозор қондаларига риоя этган бўлади? б) Давлат олдида муқобил танлов мавжуд: биринчидан, у солиқларни жиддий ошириб, ўз харажатларини қоплаши мумкин, иккинчидан, харажатларни қисқартириб, солиқларни ҳам камайтириб, иқтисодий ўсишни рағбатлантириши мумкин. Сизнингча қайси йўл энг мақбул ва нима учун? в) Бозор конъюнктурасида кутилмаган ўзгаришлар бўлмаган ҳолда, яхши ишламаган 110 та фирма танг аҳволга тушди, давлат уларнинг ҳаммасига ёрдам сифатида субсидия берди. Сизнингча бу тўғрими ёки йўқми?

3. Қуйидаги масалаларни ечиб кўринг:

- а) Давлат ўз автомобиль саноатини ҳимоя қилиш мақсадида импорт қилинадиган автомашиналар учун божхона тўловини яна 20 фоиз оширди, олдин бу тўлов машина нархига нисбатан 10 фоиз эди. Мамлакатга киритиладиган машина нархи



12 минг доллар эди, шу ернинг машинаси 12,5 минг доллар эди. Ҳисоблаб кўринг-чи, импорт этилган машина мамлакат машинасидан қанчага қимматлашган экан? б) Фирма гелиотехникани (қуёш нуридан фойдаланишни) жорий этмоқчи. Бу жуда зарур, у қиммат ёқилғини тежайди. Уйни иситувчи гелиоускуна серхаражат, у 250 минг сўм туради, фирма энг камин 20 фоиз рентабел бўлиши керак. Агар харажатнинг 20 фоизини давлат кўтармаса, фирма мўлжалланган рентабелликка эга бўлмайди. Шундай шароитда фирма 100 минг дона гелиоускуна чиқариши учун давлат унга қанча субсидия бериши керак? Шунини ҳисоблаб чиқинг.

## XI БОБ. АҲОЛИ ДАРОМАДЛАРИ

### 11.1. БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИНИНГ ИЖТИМОЙ ЙЎНАЛИШИ

Бозор иқтисодиёти инсон фаровонлигини таъминлаш, унга муносиб турмуш шароитларини яратиб бериш мақсадларини кўзлайди. Иқтисодиётнинг ижтимоий йўналиши деганда, уни жамият аъзоларининг турмуш фаровонлигини оширишга қаратилиши тушунилади.

**Турмуш фаровонлиги** — бу сифатли озиқ-овқат, кийим-кечак, тураржой, турли хизматлар истеъмолининг ортиб боришини, кишиларнинг сиҳат-саломат яшаб, узоқ умр кўришини, ўз ҳаётидан қониқиш ҳосил этишини билдиради. Бу мақсадга энг аввал бозор воситасида эришилади. Бозор ҳаммани яхши ишлашга ундайди, чунки яхши ишламаган — у тadbиркорми, оддий ишчи, хизматчи ёки деҳқон бўладими, бундан қатъи назар яхши кун кўра олмайди. Бозорда харидор талабининг устуворлиги мавжуд, у қондирилмаса тadbиркорлар фойда ола билмайдилар. Шу сабабли кўплаб сифатли ва арзон товарларни чиқариб, аҳолининг бозордаги талаб-эҳтиёжини қондириш фойда топишнинг шартига айланади. Бозордаги кескин рақобат ишчи ва хизматчиларни интизомга риоя этиб, иш унумини оширишга, тadbиркорларни эса янгидан-янги товарларни ишлаб чиқаришга ундайди, чунки бусиз рақобатда жон сақлаш қийин бўлади. Бу иқтисодий ўсишни рағбатлантиради. Товарлар мўл-кўл бўлганидан, кишилар уларни танлаб олиб, ўз эҳтиёжини тўлароқ қондириш имконига эга бўладилар. Бу билан уларнинг турмуш фаровонлиги таъминланади.

Бозор муносабати иқтисодий юксалишни, бу билан эса жамиятнинг бой бўлишини юзага келтиради. Бой жамиятда оммавий фаровонликка эришилади. Масалан, 2000

йил АҚШда аҳоли жон бошига ҳисобланганда 22 минг долларлик товарлар ва хизматлар истеъмол этилдики, бу юксак фаровонликни билдиради. Бой мамлакатларда аҳолининг кўпчилиги мулк эгасига айланади. Меҳнат аҳли ҳам ўз кучидан, ҳам ўз мулкидан даромад топиб, фаровон яшаш имконига эга бўлади.

Фаровонликни таъминлашда бозор воситаларидан ташқари давлат ҳам иштирок этади. Бунга даромадларни давлат бюджети орқали қайтадан тақсимлаш орқали эришилади. Бунда давлат бойлар даромадининг бир қисмини солиқ орқали олиб камбағалларга бера олади ва шу йўсинда кўпчилик ҳаётини фаровонлаштиради.

Фаровонликни таъминлашнинг яна бир воситаси, бу турли нодавлат жамғармалари бўлиб, буларга пул айрим фуқаролар, корхона ва ташкилотлар томонидан кўнгилли равишда ажратилади. Бундай пул маблағлари хайри эҳсон тарзида муҳтожларга моддий ва пул билан ёрдам кўрсатиш учун ишлатилади. Масалан, Ўзбекистонда «Нуроний» жамғармасининг маблағлари қарияларга ёрдам кўрсатиш учун сарфланади.

## 11.2. ДАРОМАД ТУШУНЧАСИ

Ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ва хизматлар ялпи ички маҳсулотдир, у пул шаклида бутун жамиятнинг даромади ҳисобланади. У тақсимланганда барча иқтисодиёт иштирокчиларининг даромадлари ҳосил бўлади.

**Даромад иқтисодиёт иштирокчисининг ялпи ички маҳсулотдаги ҳиссаси бўлиб, бу уларга ишлаб топганига қараб ва пул шаклида тегади.**

ЯИМ пул — қиймат шаклида тақсимланганда аҳоли даромади, фирма даромади ва давлат даромади ҳосил бўлади, чунки булар иқтисодиётнинг асосий иштирокчиси ҳисобланади. Даромад пул тушуми шаклига эга бўлади. Аҳолига теккан даромад унинг ихтиёрига келган турли пул тушуми (иш ҳақи, фойда, нафақа, пенсия, стипендия, ижара пули, дивиденд, заём ютуғи, томорқадан келган пул кабилар)дан иборат бўлади. Фирма даромади товарларининг сотилиши натижасида унга келган пул

тушумидир. Унинг бир қисми харажатларни қопласа, қолган қисми фойдадан иборат бўлади. Давлат даромади — бу давлат бюджетига корхона (фирма), ташкилотлар, аҳоли ва чет элдан келган пул тушумидир. Даромадлар таркибида аҳоли даромадлари асосийдир, чунки улар фаровонликни белгилайди, улар ҳиссасига ялли ички маҳсулотнинг асосий қисми тўғри келади. Масалан, 2001 йилда Ўзбекистонда ЯИМнинг 74,5 фоизи аҳоли даромадини ташкил этди. Асосан даромадлар тақсимот қонунига биноан шаклланади.

**Бозор иқтисодиётида амал қиладиган тақсимот қонунига кўра кишилар иқтисодиёт субъектлари сифатида жамиятда яратилган маҳсулот ва хизматлардаги ўз улушини ресурсларни нақадар самарали ишлата олишларига қараб даромад шаклида оладилар.**

Тақсимотнинг бозор усулига кўра, ҳар бир кишининг даромади унинг товарлар ва хизматлар яратишга қўшган ҳиссасига тенг бўлади. Бундай даромад бозор даромади деб юритилади. Аммо тақсимотдаги инсонпарварлик тамойилидан келиб чиқадиган нобозор даромади ҳам бўлиб, у ишлаб топилмай, балки ёрдам шаклида муҳтожларга берилади. Бу тамойил, **биринчидан**, иқтисодий имкониятларни, **иккинчидан**, ночор аҳолининг муҳтожлигини ҳисобга олади. Муҳтожлар ишламаса ёки кам ишласаларда, давлат, жамоат ташкилотлари ва фирмалар томонидан берилган нафақага эга бўладилар.

### 11.3. ДАРОМАДЛАРНИНГ ТУРЛАНИШИ

Бозор иқтисодиёти даромадларнинг хилма-хиллиги билан ажралиб туради. Улар уч гуруҳга бўлинади: а) меҳнатдан келган даромад; б) тадбиркорликдан келган даромад; в) мулкдан келган даромад.

**Меҳнатдан келган даромад** — бу ёлланиб ишловчи кишиларнинг даромади бўлиб, иш ҳақи ва турли фойдадан ажратиладиган мукофотлардан иборат бўлади.

**Иш ҳақи** — бу кўпчилик аҳолининг асосий даромади. Ривожланган мамлакатда жами даромадларнинг 60—70 фоизини иш ҳақи ташкил этади. Иш ҳақи — ёлланиб ишловчиларнинг ишлаб топган даромади, тирикчилик во-

ситаларини (маҳсулот ва хизматларни) харид этиш ва пул жамғармасини ҳосил этиш учун ишлатилади. Иш ҳақи уч қисмдан: асосий иш ҳақи, мукофот тарзидаги (бонус) иш ҳақи ва белгиланган иш вақтидан ортиқча ишлаганлик учун бериладиган пул тўловидан ташкил топади. Ишловчининг қўлига тегишига қараб умумий иш ҳақи ва соф иш ҳақи бўлади. Умумий иш ҳақини ялпи, ишловчи ҳисобига ёзилган иш ҳақи деса ҳам бўлади. Соф иш ҳақи ялпи иш ҳақидан ҳар хил тўловлар (солиқлар, бадал пули ва ҳ.к.) чегириб ташлангандан сўнг қоладиган иш ҳақи, яъни ишловчининг ҳамёнига келиб тушадиган иш ҳақидир.

Иш ҳақининг миқдори ўзгарувчан. Бу ўзгариш асосан уч омил таъсирида юз беради: а) **Иш кучига талаб ва унинг таклифи.** Меҳнатга талаб ошганда иш ҳақи кўпаяди, меҳнат таклифи ошганда эса иш ҳақи камаяди. Меҳнат бозоридаги талаб ва таклиф тенглашган тақдирда иш ҳақи бир меъёрда сақланади. б) **Меҳнат унумдорлиги.** Иш билан бандлик шароитида иш ҳақи меҳнат унумдорлиги ошса кўпаяди, у пасайса, аксинча, камаяди. в) **Бозор учун ишлай билиш.** Иш ҳақи умуман ишлаганлик учун эмас, балки бозор талабига мос равишда бажарилган меҳнат учун берилади. Товарлар бозорбоп бўлиб, яхши сотилса, иш ҳақи кўпаяди, улар бозорда ўтмай қолса иш ҳақи камаяди ёки уни тўлаш имкони бўлмайди.

**Тадбиркорлик даромади** фойда шаклига киради.

**Фойда** тадбиркорларнинг пул сарфлаб таваккалига иш қилиб, хавф-хатарни зиммасига олгани учун уларга тегадиган пул даромади ҳисобланади. Табиатан фойда кафолатланмаган даромад бўлиб, тез-тез ўзгариб туради. Аҳоли даромадлари таркибида фойданинг ҳиссаси катта бўлмайди, чунки тадбиркорлик билан гоёт озчилик шуғулланади. Масалан, АҚШда фойданинг аҳоли даромадларидаги ҳиссаси тахминан 15—18 фоизни ташкил этади.

Фойданинг асосий қисмини тадбиркорлар олади, лекин унинг бир қисми фойдани ўзлаштиришдаги ишчи ва хизматчилар иштироки сифатида уларга мукофот (бонус) тарзида берилади. Мукофотнинг миқдори фойдани яратишда ходимларнинг иштирок этишига боғлиқ бўлади. Шу сабабли менежерлар, айниқса олий тоифадаги менежерлар (топ менежерлар) фойдадан катта мукофот оладилар.

Мукофот уларнинг маошига қўшилиб умумий даромадини шакллантиради.

**Мулкдан келган даромад** дивиденд, фоиз ва ижара ҳақидан иборат бўлади. Дивиденд фойданинг тақсимланиши натижасида юзага келади. Бунда акционер корхонадаги фойданинг бир қисми акция эгаларига дивиденд сифатида берилади ва улар даромадига айланади. Акциядан келган даромад меъёри ( $D^1$ ) 2 хил аниқланади. Биринчи усулда дивиденд ( $d$ ) суммаси акциянинг умумий қиймати ( $w$ ) билан таққосланиб, фоизда ифода этилади. Бунда  $D^1 = \frac{d}{w} \times 100$  бўлади. Дивиденд миқдори 150 минг сўм бўлгани ҳолда, акция суммаси 6 млн сўм бўлса  $D^1 = \frac{150}{6000} \times 100 = 2,5\%$  келиб чиқади. Иккинчи усул акция сотилган чоғида қўлланилади. Бунда акциянинг даромадлигини ( $D^1$ ) билиш учун акция олинган ( $w_1$ ) ва сотилган ( $w_2$ ) нархи ҳосил этган фарқни ( $w_2 - w_1$ ) акциянинг харид этилган нархига бўлинади.

Акция эгасининг ҳар бири 100 сўмдан олинган 100 та акцияси бор. Бу акцияни қайта сотилганда, унинг ҳар бири 105 сўмдан кетди. Бунда ҳосил бўлган фарқ ҳар акцияда 5 сўм ( $105 - 100 = 5$ ). Барча акция суммасида ( $105 \times 100$ ) - ( $100 \times 100$ ) ёки  $10500 - 10000 = 500$  бўлади. Демак, сотилиш чоғида акция берган даромад  $D^1 = \frac{500}{10000} \times 100 = 5\%$  бўлади.

Акция келтирадиган дивидендни унинг эгаси бўлган кичик акциядорлар, яъни оддий ишчи ва хизматчилар ҳам олади. Агар акциядорлар қанчалик кўп бўлса ва акционер корхоналар қанчалик юқори рентабелли бўлса, шунчалик дивиденд ҳам кўп бўлади. Масалан, 2000 йил АҚШ аҳолисининг деярли 40 фоизи акциядор бўлиб, бундан талайгина даромад топган.

**Фоиз** — пул эгаси ўз пулини ўзгаларга қарзга бергани учун оладиган даромади. Фоиз қарзга берилган пул суммасига нисбатан улуш даражасида белгиланади. Масалан, фоиз қарз пулига нисбатан юздан ўн ҳисса (10%) бўлса, унинг эгаси ҳар бир сўм пули учун 10 тийин олади, агар юздан ўн беш ҳисса (15%) бўлса, 15 тийин олади. Фоизнинг ялпи миқдори, биринчидан, унинг даражасига, иккинчидан, қарзга берилган пул миқдорига боғлиқ. Фоизнинг даромадлардаги ҳиссаси ортиб боради, чунки

аҳоли пулининг бир қисми харажатлардан ортиб қолиб, даромад кўриш учун банкка қўйилади. XX аср мобайнида АҚШда фоизнинг аҳоли ялпи даромадидаги ҳиссаси 2 марта ошганлиги маълум.

Ижара ҳақи — кўчмас мулк эгаларининг ўз мулкини муқобил ишлатишдан олган даромади. Ер, иморат, иншоот, квартира, уй ва бошқалар ижарага берилиб, ундан даромад кўрилади. Улар муқобил ишлатилганда ортиқча даромад топилади. Масалан, уйни ижарага бериб, ҳар ойда 20000 сўм даромад кўрилади. Уйга талабгорлар кўпайганда уни янгидан 22000 сўмга ижарага берилади. Олдинги ва кейинги пул тушуми орасидаги фарқ 2000 сўм ( $22000 - 20000 = 2000$ ) бўлади. Кўчмас мулк эгалари кўпайган сари ижара ҳақи суммаси ҳам ортиб боради.

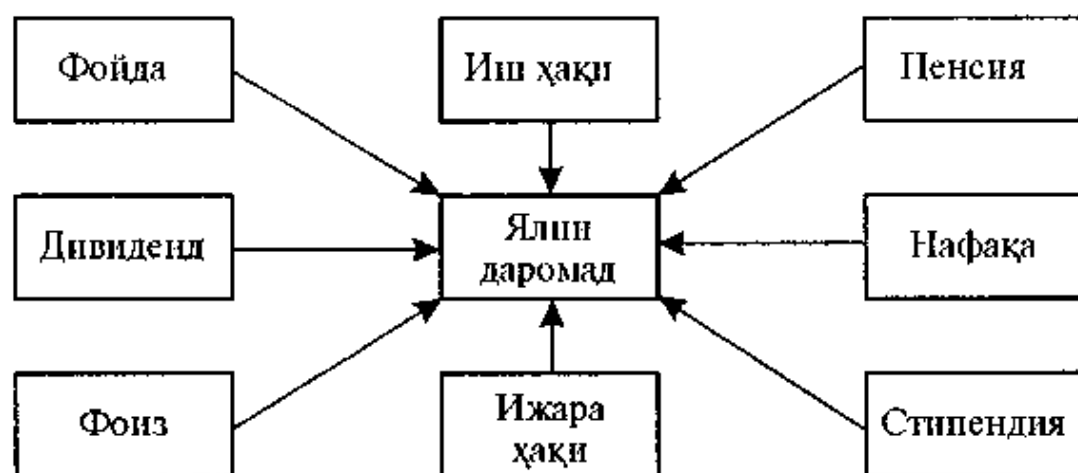
Ижара ҳақи даромад сифатида 2 қисмдан иборат бўлади. Биринчи қисми мулк эгаси уни сақлаш ва сифатини ошириш учун (масалан, ерга сув чиқариш, унинг захини қочириш, уйни таъмирлаш ва суғурталаш учун) қилинган сарфни қоплайди. Қолган қисми эса мулк эгасига соф даромад бўлиб тегади.

**Пенсия** даромаднинг махсус тури бўлиб, уни қариллик ёки ногиронлик туфайли ишга ярамай қолганларга давлат ва фирма ёки нодавлат ташкилот томонидан тўланади. Қариллик пенсияси ишлаб топилган, лекин берилиши кечиктирилган даромадга киради. Ҳар бир киши ишлаган кезларида топган пулининг бир қисмини пенсия жамғармасига ўтказиб боради, бу пул ходим пенсияга чиққач унга маълум меъёрда қайтарилади. Ногиронлик пенсияси ишлаб топилган пул бўлмай, ўзини ўзи боқа олмайдиган кишиларни моддий таъминлаб туриш учун ажратилган пулдир.

Пенсиянинг даромадлардаги салмоғи аҳоли таркибидаги қарияларнинг сонига боғлиқ. Аҳоли таркибида қариялар сони қанчалик кўп бўлса, пенсиянинг даромадлардаги салмоғи шунчалик катта бўлади.

**Нафақа** даромаднинг махсус тури бўлиб, ижтимоий ёрдамга муҳтожларга, одатда, камбағалларга бир йўла ёки муқим равишда давлат, фирмалар ёки хайрия ташкилотлари берадиган пулдан иборатдир. Нафақанинг миқдори моддий имкониятларга боғлиқ. Жамият қанчалик бой бўлса, шунчалик нафақа пули ҳам кўп бўлади.

Стипендия даромад тури бўлиб, ундан талабалар фойдаланади, амалда бу ёрдам пули бўлиб, уларнинг келажакда наф келтириши эътиборга олиб берилади. Стипендияни давлат ёки фирмалар тўлайди. Барча даромад турлари ялли даромадни ҳосил этади (11.1-расм).



11.1-расм. Даромад шакллари.

#### 11.4. ДАРОМАДЛАРНИНГ ТАБАҚАЛАШУВИ

Бозор иқтисодиётига даромадларнинг тенгсизлиги, уларнинг фарқланиши хосдир. Даромадлардаги тенгсизлик кишилар ишлаб топган пул миқдориди катта фарқлар бўлишини билдиради. Тенгсизликни асосан тўрт омил юзага чиқаради:

1) Кишиларнинг туғма қобилиятлари, куч-қуввати, ақл-идроқи, салоҳият ва заковати, хуллас, иш қобилияти бир хил эмас. Шу сабабли улар ҳар хил даромад кўрадилар. Масалан, АҚШда Голливуднинг кино юлдузи бир йилда 20 миллион доллар топса, малакали шифокор 80 минг доллар, ўқитувчи 40 минг доллар, қишлоқдаги мавсумий ва келгинди ишчи эса 15 минг доллар даромад топади.

2) Даромаддаги тенгсизлик ишлаб пул топиш имкониятларига боғлиқ. Билим олиш, касб эгаллаш, малакани ошириш имкониятлари бўлган ва иш топиладиган жойда даромад кўп бўлса, бундай шароитлар йўқ жойда даромад оз бўлади. Ишлаб турган киши билан ишсизнинг, гарчи қобилияти бир хил бўлса-да, даромади турлича бўлади. Масалан, АҚШда ишлайдиган ишчи бир ойда



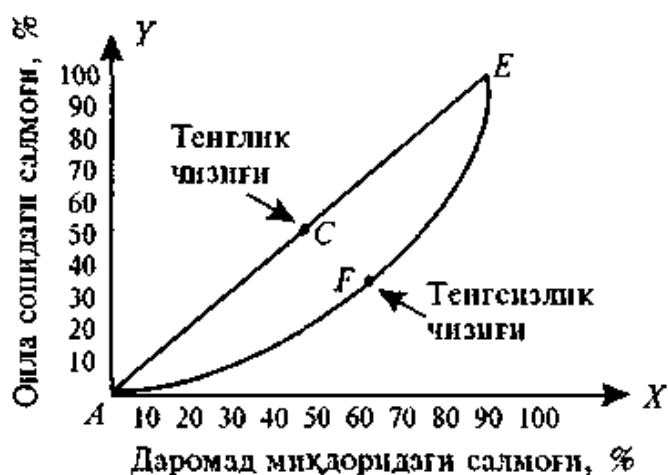
ўртача 3200 доллар иш ҳақи олса, ишсизга 600 доллар ишсизлик нафақаси берилади.

3) Тенгсизликни оила таркибининг ҳар хил бўлиши ҳам юзага келтиради. Агар оила таркибида пултопарлар кўп бўлиб, боқимандалар оз бўлса, унинг жами даромади кўп бўлади. Аксинча бўлса даромад оз бўлади.

4) Даромадлардаги фарқни иқтисодий вазият ҳам юзага келтиради. Бозорда кутилмаганда нарх ошиб кетса, яъни тадбиркорларга омад кулиб боқса, катта даромад келади. Борди-ю, нарх тасодифан пасайиб кетса, кутилган даромад ҳам олинмайди. Демак, даромадлардаги фарқни бозор ҳолатидаги ўзгаришлар ҳам юзага келтиради.

Бозор қонунларига мос равишда жамият қабул қилган ва қонуний рухсат берилган усуллар билан топилган даромадлардаги фарқлар адолатли тенгсизлик ҳисобланади, ғайриқонуний, яъни ман этилган усуллар билан топилган даромадлардаги фарқлар эса адолатсиз тенгсизликни вужудга келтиради. Адолатсиз тенгсизлик яширин (ман этилган) иқтисодий фаолият бор жойда юзага келади. Масалан, рекет ёки наркобизнесдан мўмай пул топиш даромадларни кескин фарқлантиради.

Даромадлардаги адолатли тенгсизлик табиий бир ҳол бўлиб, даромади озларни яхши ишлаб пул топишга ундайди. Даромадлардаги фарқлар аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромад суммасига қараб аниқланади. Бунинг учун оила кўрган ялпи даромадни унинг аъзолари сонига бўлинади. Даромаддаги тафовутлар даражаси таҳлил этилганда 10 фоиз бой оиланинг даромади билан 10 фоиз



11.2-расм. Даромаднинг фарқланиши.

камбағал оилалар даромади таққосланади. Натижада бойлар ва камбағаллар даромади неча карра фарқланиши аниқланади.

Даромадларнинг нотекис тақсимланиши Лоренц эгри чизигида тасвирланади (11.2-расм). Агар даромадлар тенг тақсимланиб, ҳамма бир хил даромад олганда тенглик чизиги  $AE$  ҳосил бўлар эди, чунки, масалан, 10 фоиз оила 10 фоиз даромад олган бўлар эди. Даромад нотекис тақсимлангани учун ойсимон чизиқ ҳосил бўлган. Бунда, масалан, 10 фоиз оила 25 фоиз даромад олган.

### 11.5. ҲАР ХИЛ ДАРОМАД СОҲИБЛАРИ

Даромадларга қараб аҳоли табақалашганда унинг ҳар хил қатламлари пайдо бўлади. Бу қатламларга бойлар, ўртаҳоллар ва камбағаллар киради.

Бой, камбағал ёки ўртаҳол деган тушунча нисбийдир. Бу ҳар бир мамлакат иқтисодиётининг даражасига боғлиқ. Иқтисод юксак ерда йилига 10000 доллар даромад кўрган камбағал бўлса, иқтисод заиф ерда бундайлар бой ҳисобланади. Бойлар одатда катта даромад соҳиблари ҳисобланади, лекин улар орасида ўта бойлар мавжуд, улар озчиликни ташкил этади. Дунёда ўта бой деганда бойлиги 1 миллиард доллардан ортиқ бўлганлар тушунилади.

Камбағал деганда жон бошига ҳисобланган даромади минимал (энг кам деганда) тирикчилигига етмайдиганлар тушунилади. Масалан, муайян мамлакатда бир ойлик тирикчилик учун энг кам деганда жон бошига 220 доллар керак бўлади, оиланинг амалдаги даромади эса 200 доллар. Демак, бу оила камбағал ҳисобланади. Камбағаллар ҳиссаси турлича. Иқтисоди бақувват мамлакатларда камбағаллар озчилик бўлса, иқтисоди ривожланмаган мамлакатларда улар кўп бўлади. Масалан, 2000 йил Нигерияда жон бошига яратилган маҳсулот ва хизматлар 760 доллар бўлди. Бу дунёдаги энг паст кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Шунга монанд равишда бу ерда камбағаллар аҳолининг 63 фоизини ташкил этди. Малайзияда бу кўрсаткич тегишли равишда 8360 доллар ва 15,5 фоиз эди, холос.

Бойлар ва камбағаллар оралиғидаги қатлам ўртаҳоллар бўлади. Ўртаҳоллар — бу аҳолининг бойиб улгурма-

ган, лекин ўзига тўқ қатлами. Булар ривожланган мамлакатларда кўпчилик бўлса, иқтисоди заиф мамлакатларда озчиликни ташкил этади.

Ўртаҳоллар муҳтожликни билмайди, улар фаровонлиги муқим таъминланади. Бу тоифа ажратилганда, унинг фақат даромади эмас, балки тўплаган бойлиги ҳам ҳисобга олинади. Ривожланган мамлакатларда ўртаҳол ёки ўртанча синф вакилининг банкдаги пули, акция ва облигациялари 80 минг доллардан зиёд бўлади. Жамият учун ўртаҳолларнинг кўп бўлиши маъқул, чунки улар ижтимоий тоғувликни таъминлайди, тўс-тўполонларга бормайди.

Камбағаллик ҳамма ерда бор, у умумбашарий ҳодиса, шу сабабли уни йўқотиб бўлмаган тақдирда ҳам қисқартириб бориш зарурати пайдо бўлади. Бунга асосан 2 йўл билан эришилади:

**Биринчиси**, камбағалларда иқтисодий фаоллик уйғотиш. Шарқда бир доно гап бор: «Камбағалликка ялқовлик қўшилса, бунинг давоси йўқдир». Шу сабабли камбағалларни ялқовликдан фориғ этиш талаб қилинади. Муҳими, камбағалларга ишлаб пул топиб, тўқ яшашига шароит ва имконият яратиш керак. **Иккинчиси**, камбағалларга давлатнинг ва фирмаларнинг моддий ёрдам беришини ташкил этиш. Бу восита зарур бўлса-да, боқимандалик кайфиятини кўндириб, фаолликка ундамайди. Шу сабабли бу йўл ўзини ўзи боқишга қодир бўлмаган кишиларга, масалан, ногиронларга ва кўп болали оилаларга нисбатан сайланган ҳолда қўлланади.

## 11.6. ТУРМУШ ДАРАЖАСИ

Кишилар ўз даромадларига қараб тирикчилик ўтказадилар. Даромад топиш тирикчиликнинг воситаси ҳисобланади ва турмуш даражасини ифодалайди.

**Турмуш даражаси инсоннинг ҳаётий эҳтиёжларини қондириши меъёридир.**

Турмуш даражаси қандай миқдордаги ва қандай сифатдаги товарлар ва хизматларни амалда истеъмол этиш билан тавсифланади. Шу нуқтаи назардан даромад номинал ва реал даромадларга бўлинади.

**Номинал даромад** пул шаклидаги жамики даромад бўлиб, инфляция ҳисобидан ўсади. Лекин турмуш даражасини ифодаламайди, чунки қанча ноз-неъматлар истеъмол этилиши нарх-навога ҳам боғлиқ. Ҳақиқий фаровонлик даражаси реал даромад билан белгиланади.

**Реал даромад** истеъмол товарлари ва хилма-хил хизматда ифодаланган даромад бўлиб, пул даромади харид қобилиятини билдиради, турмуш даражасини умумлашган ҳолда тавсифлайди.

Жамики пул даромадлари (брутто даромад)дан турли тўловлар (солиқлар ва ихтиёрий тўловлар) чегириб ташлангандан кейин қолган қисми қўлга теккан ёки соф (нетто) пул даромадини ҳосил этади.

Ялли пул даромади	—	Мажбурий ва ихтиёрий тўловлар	=	Соф — нетто даромад
-------------------	---	-------------------------------	---	---------------------

Мана шу соф даромадни нархларни назарда тутиб ҳисоблаш орқали реал даромад аниқланади.

Реал даромадни умумий пул даромадининг миқдори, пул даромадидан чегирмалар миқдори, нарх-наводаги ўзгаришлар белгилайди.

**Реал даромад соф пул даромади миқдорига тўғри мутаносибликда, нарх даражасига тескари мутаносибликда ўзгаради.**

Нарх ўзгармаган ёки пасайган шароитда пул даромади кўпайса, реал даромад ҳам кўпаяди. Агар пул даромади ўзгармай туриб нарх ошса, реал даромад пасаяди, нарх пасайса, аксинча, у ортади. Пул даромади ва нархлар ошиши реал даромадга қарама-қарши йўналишда таъсир этади. Реал даромаднинг ошган ёки пасайганлиги реал даромад ( $Dr$ ) индексида ифода этилади ва пул даромади индексининг ( $Di$ ) нарх индексига ( $Pi$ ) нисбатидан иборат:

$$Dr = \frac{Di}{Pi}$$

Масалан, муайян даврда соф пул даромади 2,6 марта, нархлар 2 марта ўсган бўлсин. Бунда  $Dr = \frac{Di}{Pi} = \frac{2.6}{2.0} = 1.3$ . Демак, реал даромад 30 фоиз ўсган бўлади.

Асли жон бошига тўғри келадиган реал даромад миқдори мамлакат миқёсидаги турмуш даражасини кўрсатади.

### 11.7. АҲОЛИНИНГ ПУЛ ХАРАЖАТЛАРИ

Топилган пул даромадлари ҳаётий эҳтиёжларни қондириш учун сарфланади. Аҳоли соф даромадининг бир қисми товар ва хизматларни сотиб олишга кетади, унинг бошқа қисми эса турли мақсадлар учун жамғарилади. Шундай қилиб даромадлар жорий истеъмолни қондиришга ва жамғарма учун ажратилади.

Агар даромад кам бўлса, у тирикчиликка учма-уч етганидан жорий истеъмолга батамом сарфланиб кетади. Борди-ю, даромад кўп бўлса, у кундалик тирикчилик сарфлардан ортиб қолиб, унинг бир қисми жамғарилади.

Жорий истеъмол харажатлари овқатланиш, кийиниш, алоқа, транспорт, тиббиёт, маиший, маданий, коммунал ва таълим хизматларидан фойдаланиш учун кетади. Харажатлар топилган пулга боғлиқ. «Даромадга қараб буромад» дегани мана шу.

**Аҳоли даромади ортган сайин унинг озиқ-овқат учун сарфланадиган қисмининг ҳиссаси камайиб бориши юз беради.**

Даромад кўп бўлганда унинг нисбатан кам қисмини сарфлаган ҳолда овқатланиш эҳтиёжини қондириш мумкин. 1990 йили АҚШдаги ўртача оила даромадининг 12 фоизи озиқ-овқат учун сарфлангани ҳолда Ҳиндистонда бу кўрсаткич 44,4 фоизни, Эфиопияда деярли 80 фоизни ташкил этди. Даромад паст бўлганда унинг катта қисми ҳатто энг зарур тирикчилик товарларини олишга ҳам етмай қолади.

Даромад кўп бўлса, харажатларнинг катта қисми замонавий товарлар ва хизматларни сотиб олиш учун сарф этилади, ҳатто бу харажатлар даромадга нисбатан тезроқ ўсиб боради.

Пул даромади кўп бўлган шароитда аҳоли ўз пулини қимматбаҳо ва узок муддат ишлатиладиган товарларни ҳамда умрига умр қўшадиган хизматларни сотиб олишга сарфлайдилар. Шу сабабли бой оилалар пулни ҳовли-жой,

шинам ва нуфузли ерда жойлашган квартира, қиммат автомашина, яхта (кичик кема), қимматбаҳо кийим-кечак, жавоҳир буюмлари сотиб олиш, дунёда донғи чиққан курортларда ва клиникаларда даволаниш учун сарфлайдилар.

Кишиларнинг жорий харажатлари муайян даврда улар топган даромаддан кўп бўлиши ҳам юз беради, чунки бу ҳолда илгари жамғарилган пул ва қарзга олинган пул сарфланади.

Иқтисодиётда шундай қоида борки, унга кўра даромадлар паст бўлганда истеъмолга мойиллик кучаяди ва топилган даромад сарфланиб кетади, даромадлар юқори бўлганда жамғаришга мойиллик кучаяди ва даромад кўпроқ йиғилиб, жамғарма ҳосил этади.

Даромадни жамғаришга ёки уни сарфлаб юборишга мойиллик кишиларнинг ёшига ҳам боғлиқ. Даромадлар бир хил бўлган шароитда ёшларда келажакни кўзлаб жамғаришга иштиёқ, кексаларда эса умри охирлаб қолганидан даромадни сарфлашга интилиш кучлироқ бўлади. Пул даромадини жамғаришнинг мақсадлари кенг: пулни ишга қўйиб, пулдан пул чиқариб олиш, яъни бойлик орттириш, қимматбаҳо товарларни сотиб олиш, қариликни пул билан таъминлаш, ишсиз қолганда қийналмаслик, болаларга мерос қолдириш, ўзидан яхши ном қолдириш учун савобли ишларга сарфлаш ва бошқалар.

## 11.8. ТУРМУШ СИФАТИ

Иқтисодиётнинг ижтимоий мўлжали охир-оқибатда кишиларнинг турмуш сифатида ифода этилади. **Турмуш сифати** турмуш даражаси билан чекланмайди, балки инсон турмушининг умумий шарт-шароити, яъни муҳити қандай бўлишини ҳам англатади. Истеъмол юқори ва турли-туман бўлгани ҳолда турмуш шароити яхши бўлмаслиги мумкин. Бунинг акси ҳам бўлиб туради. Юқорида айтганимиздек, турмуш даражасини реал даромаднинг миқдори белгилайди ва бу пул билан ўлчанади, чунки истеъмол товарлари ғоят хилма-хил бўлганидан уларни бир ўлчамга келтириб бўлмайди. Масалан, дафтар-китобни гўшт ва ёғ билан қиёслаб бўлмайди, чунки улар мутлақо ҳар хил истеъмол товарларидир. Уларнинг қадр-қим-

матини нархлари белгилайди. Мисолимизга қайтсак, дафтар 100 сўм, китоб эса 600 сўм, 1 кг гўшт 2000 сўм, 1 литр ўсимлик ёғи 1500 сўм туради. Буларнинг умумий қиймати 4200 сўм бўлади. Мана шулар истеъмолига қараб реал даромад қанча эканини билиш мумкин. Реал даромад ғоят муҳим, лекин аҳоли фаровонлигига баҳо берилганда бунинг ўзи кифоя қилмайди. Бундан ташқари ҳаёт кечириш шароитининг кўрсаткичларини ҳам инобатга олиш талаб қилинади.

Булар жумласига яшаш шароитининг экологик тоза-лиги, саводхонлик даражаси, тоза ичимлик сув билан таъминланиш, канализациянинг мавжудлиги, сиҳат-саломатлик, ўртача умр кўриш, тинч ва хотиржам ҳаёт кечириш, эртанги кунга ишонч кабилар киради. Булар билан биргаликда реал даромад қанча бўлишига қараб **инсон камолоти индекси** аниқланади. Бу турмуш сифатини умумлашган ҳолда кўрсатади. Шу индекс асосида қаерда ҳаёт қандай эканини билиш мумкин. Турмуш сифати реал даромадга боғлиқ, лекин унинг даражасига ҳар доим ҳам мос келавермайди. Реал даромад юқори бўлгани ҳолда турмуш сифати бундай бўлмаслиги ҳам мумкин. Масалан, 2000 йил Норвегияда реал даромад Канадагидан юқори эди. Аммо Канадада турмуш сифати Норвегияникидан юқори бўлган, чунки у ерда яшаш шароити яхши бўлган.

## I. Таянч тушунчалар

- |                           |  |
|---------------------------|--|
| 1. Фаровонлик.            | 8. Даромадлардаги тенгсизлик.          |
| 2. Даромад.               | 9. Бойлар, камбағаллар ва ўрта-ҳоллар. |
| 3. Бозор даромади.        | 10. Турмуш даражаси.                   |
| 4. Нобозор даромади.      | 11. Реал даромад.                      |
| 5. Тадбиркорлик даромади. | 12. Инсон камолоти индекси.            |
| 6. Меҳнат даромади.       |  |
| 7. Мулк даромади.         |  |

## II. Такрорлаш учун саволлар

1. Бозор иқтисодиётининг ижтимоий йўналиши деганда нимани тушуниш керак?
2. Бозор ва нобозор даромадлари нима билан фарқланади?

3. Мулкдан келган даромадга нималар киради?
4. Турмуш даражаси деганда нимани тушуниш лозим?
5. Реал даромадга нималар таъсир этади?
6. Даромадлардаги тенгсизликни нималар юзага келтиради?
7. Аҳоли даромадлари нималарга сарфланади?
8. Турмуш сифати нималарни ўз ичига олади?

### **III. Мустақил иш топшириқлари**

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларни топиб ўз ўрнига қўйинг:

а) Даромад — бу иқтисодиёт субъектининг... даги ҳиссасидир. б) Иш ҳақи меҳнатдан келган даромад сифатида 2 нарсага боғлиқ, булар ... ва ... дир. в) Бозор иқтисодиётига даромадларнинг... хосдир. г) Турмуш сифатини 2 нарса белгилайди, булар ... ва ... иборатдир.

2. Қуйидагиларни ҳисоблаб топинг:

а) Аҳоли даромадлари 30 миллиард доллар, шундан иш ҳақи 20,0 миллиард, иш ҳақига қўшилган мукофотлар 1,5 миллиард, ижара ҳақи — 2,5 миллиард; фониз — 2,5 миллиард, дивиденд — 2 миллиард, пенсия, нафақа ва стипендия 1,5 миллиард доллар. Меҳнатдан келган даромад ҳиссасини аниқланг. б) Фуқаронинг бир йилда топган пули 800000 сўм бўлади, у 16000 сўм солиқ тўлади, 1500 сўм бадал пули берди, 10000 сўмни хайрия учун ажратди. Фуқаронинг соф даромади қанча бўлганини ҳисоблаб чиқинг. в) Мамлакатда 5 йил ичида истеъмол товарларининг нархи 48 фоизга ошди, аҳолининг соф пул даромади 72 фоизга ошди. Шу даврда реал даромад қандай ўзгарганлигини ҳисоблаб чиқинг.



## ХII БОБ. ЖАҲОН ХЎЖАЛИГИ

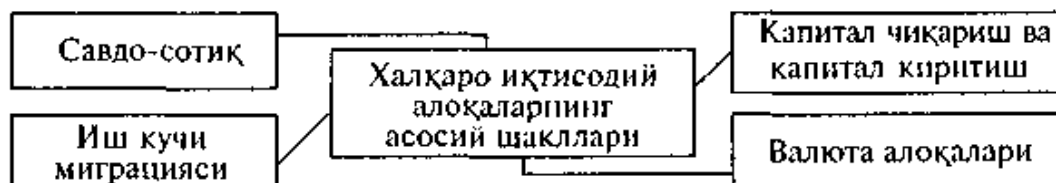
### 12.1. ХАЛҚАРО ИҚТИСОДИЙ АЛОҚАЛАР

Иқтисодий жиҳатдан қаралганда, бу дунё улкан гулдас-тага ўхшайди. Унда катта-кичик, тўла очилган ёки гунча шаклидаги, ҳар хил рангдаги гуллар мавжуд. Уларнинг ранги ва ҳиди бир-бирини тўлдириб, ажойиб гул тўпланини ҳосил этади. Дарҳақиқат, жаҳон иқтисодида катта-кичик, бой-камбағал мамлакатлар бор. Дунёнинг ажойиб-ғаройиб иқтисодида ҳар бир мамлакатнинг ўзига хос ўрни бор. 2001 йили дунёда 200 га яқин мамлакат бўлиб, у ерда 6 млрд киши истиқомат қилиб, жами 40 триллион доллар миқдорида маҳсулот ва хизматлар яратилди.

Дунё мамлакатлари иқтисодий қувватига қараб даромади кам, даромади ўртача ва даромади юқори мамлакатларга ажралади. Иқтисоди ривожланган мамлакатлар озчилик бўла туриб, дунё ялпи маҳсулотининг 60 фоизини ишлаб чиқарадилар, иқтисоди заиф мамлакатлар кўпчиликни ташкил этсалар-да, дунё маҳсулотининг фақат 3,6 фоизини яратадилар. Ўз салоҳиятига қараб мамлакатнинг миллий хўжалиги жаҳон хўжалигига қўшилади.

**Жаҳон хўжалиги дунё мамлакатларининг белгиланган қонун-қондаларига биноан ўзаро боғланган миллий хўжаликларининг мажмуаси, уларнинг яхлитлигидир.**

Бу хўжаликдаги мамлакатлараро иқтисодий алоқалар ғоят хилма-хил (12.1-расм).



12.1-расм. Халқаро иқтисодий алоқаларнинг шакллари.

## 12.2. ЖАҲОН БОЗОРИ

Мамлакатлар ўртасидаги савдо-сотиқ азалдан мавжуд бўлиб, бунга Буюк ипак йўлидаги савдо гувоҳлик беради. Аммо давлатлараро савдо-сотиқда ҳамма мамлакатлар иштирок этмаган, савдо-сотиқ ҳажми ҳам катта бўлмаган, лекин унинг ўзига хос аҳамияти сақланган. Шу сабабли соҳибқирон Амир Темур эл-юртлараро савдога катта эътибор берган.



Жаҳон тижорат аҳли бирлан ободдир.  
*А. Темур*

Ҳозирда савдо-сотиқ умумбашарий ва мунтазам тус олган, у жаҳон бозорида юз беради.

Жаҳон бозори ер юзидаги мамлакатларнинг умумий бозори бўлиб, улар ўртасидаги товар айирбошлашни билдиради.

Жаҳон бозори таркибан 4 хил бозордан иборат бўлади (12.2-расм).

Жаҳон бозорида мамлакатларнинг иштироки уларнинг иқтисодий салоҳиятига ва ишлаб чиқаришнинг ихтисослашувига боғлиқ. Бир гуруҳ мамлакатлар жаҳон бозорига хом ашё ва иш кучини кўпроқ таклиф этса, бошқа бир мамлакатлар кўплаб тайёр маҳсулотлар ва капитал чиқаради.



12.2-расм. Жаҳон бозорининг асосий турлари.

Жаҳон бозори айрим мамлакатнинг миллий бозоридан қуйидагилар билан фарқланади:

1. Жаҳон бозори мамлакатлараро бозор бўлганидан унинг ҳажми (сотиладиган товар суммаси) айрим миллий бозор ҳажмидан катта бўлади.

2. Жаҳон бозорига турли мамлакатларда яратилган товар ва хизматларнинг ҳаммаси эмас, фақат унинг экспорт қилинадиган қисми чиқарилади.

3. Жаҳон бозорида сотиладиган товарлар ва хизматлар турлари чекланган бўлади, чунки у ерда кўпчилик учун зарур товарлар мавжуд бўлади.

4. Жаҳон бозоридаги товар айирбошлаш жаҳон нархларига биноан ва дунё валюталари ҳисобланган қаттиқ валюталарда (АҚШ доллари, Япония иенаси ва Европа иттифоқининг еросида) олиб борилади.

5. Жаҳон бозорида чакана савдо эмас, балки улгуржи савдо юритилади ва бу ишни халқаро биржалар амалга оширадилар. Масалан, Лондон биржасида олтин, платина ва кумуш, Ливерпул биржасида пахта, Чикаго биржасида дон, Нью-Йорк биржасида дон ва кофе сотилади.

### 12.3. ХАЛҚАРО САВДО-СОТИҚНИНГ АФЗАЛЛИГИ

Жаҳон бозоридаги товар айирбошлашни мамлакатлараро меҳнат тақсимооти, яъни ишлаб чиқаришнинг ихтисослашуви юзага келтиради. Қайси бир мамлакатда қайси товарларни сифатли ва кам харажат билан яратиш учун имкон бўлса, шу ташқарига чиқарилади. Ниманики мамлакат ичида ишлаб чиқариш учун қулай шароит бўлмаса, унинг ўрнига товар ташқаридан келтирилади. Масалан, Кувайт учун нефтни, Япония учун машиналарни, АҚШ учун самолётларни, Ўзбекистон учун пахтани, Ҳиндистон учун чойни ишлаб чиқариш қулай бўлганидан уларни экспорт қилиш афзал кўрилади.

Ихтисослашув меҳнат унумдорлиги ва маҳсулот сифатини оширади. Масалан, бир мамлакатда бир донга телефон аппарати йиғиш учун 20 минут, бошқасида 30 минут сарфланади. Магнитофон яратиш учун эса бир ерда 5 соат вақт кетса, бошқа ерда 4 соат керак. Агар уларни ишлаб чиқаришга энг кам вақт сарфланадиган ерда кўплаб тайёрланса, уларга бўлган талаб тўла қондирилади.

Ҳозирда жаҳон хўжалигида ихтисослашув ғоят ривожланган. Ихтисослашув тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш доирасидан чиқиб, бутловчи қисмлар ва майда деталларни тайёрлашни ҳам ўз ичига олади. Масалан, техникавий мураккаб маҳсулотни, айтайлик телевизорни ишлаб чиқариш учун зарур бўлган бутловчи қисм ва деталларни ўнлаб мамлакатлардаги корхоналар етказиб беради. Их-

тисослашув у ёки бу товарни жаҳон бозорига чиқариб, керакли товарни ўша ердан олишни иқтисодий жиҳатдан маъқуллайди. Халқаро савдо-сотиқ иқтисодий наф кўриш мақсадида олиб борилади.

Наф кўриш савдо-сотиқнинг фойдали бўлишидир. Иқтисодиётда таққосий афзаллик қонуни бор:

**Таққосий афзаллик қонунига кўра арзонга тушган товар четга чиқарилади, қимматга тушган товар четдан келтирилади.**

Муайян товарнинг нисбатан арзонлиги бир мамлакатга афзаллик берса, бошқа товарнинг арзонлиги бошқа мамлакатларга афзаллик келтиради. Масалан, “А” мамлакат чиқарган “Х” товар 120 долларга тушган, унинг ташқи бозордаги нархи 140 доллар, натижада товар экспорт қилинади, чунки бундан 20 долларлик ( $140 - 120 = 20$ ) наф кўрилади. “Б” мамлакатда “У” товарни ишлаб чиқариш учун 150 доллар талаб қилинади, уни четдан келтириш эса 140 долларга тушади. Ушбу товар импорт қилинади, чунки бундан 10 долларлик ( $150 - 140 = 10$ ) наф кўрилади.

Иқтисодий афзаллик яхши фойда келтирганидан (паст харажат туфайли) ишлаб чиқаришнинг ўсиши рағбатлантирилади, натижада савдо-сотиқ ишлаб чиқаришнинг ўсишига қараб кенгайиб боради, аммо иқтисодиётда шундай қоида бор:

**Товарлар экспорти уларни ишлаб чиқаришга нисбатан, товарлар импорти эса уларни истеъмол этишга нисбатан тезроқ ўсиб боради.**

Бу қоидага асосан 1995—2000 йилларда жаҳон савдо-сининг ўсиши жаҳон маҳсулотининг кўпайишига нисбатан 3 марта тезроқ борди.

#### 12.4. ЭКСПОРТ ВА ИМПОРТ

Жаҳон бозоридаги товар айирбошлаш иккиёқлама бўлади, бир товар сотилса, бошқаси сотиб олинади. Шу боис жаҳон бозорида иштирок этиш экспорт-импорт тусини олади.

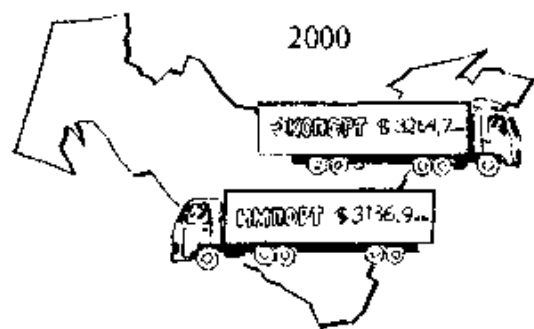
**Экспорт товарларни чет элга чиқариш бўлса, импорт уларни чет элдан киритишдир.**

Ҳар бир мамлакатнинг экспорти ва импорти унинг иқтисодий қувватига ва ихтисослашувига боғлиқ бўлади. Масалан, Голландия маҳсулотининг ҳажми АҚШникидан 22,5 марта кам, лекин унинг ишлаб чиқариши чуқур ихтисослашган ва экспортга йўналтирилган. Шу боис Голландия маҳсулотининг 2/3 қисми экспорт қилинади. Бу дунёдаги энг юқори кўрсаткичдир. Ваҳоланки, Голландия жон бошига маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича дунёда 12-ўринда туради.

Иқтисоди ривожланган мамлакатларнинг экспорти кўп ва у асосан тайёр саноат маҳсулотларидан иборат. Кам ривожланган мамлакатларда экспортнинг ўзи оз, агар катта бўлса ҳам барибир хом ашё ва бутловчи қисмлардан иборат бўлади. Улар импортида тайёр маҳсулот, ҳатто озиқ-овқатнинг ҳиссаси катта бўлади.

**Экспорт ва импортнинг миқдорий нисбати ташқи савдо баланси деб юритилади.**

Бу баланс 2 турда бўлади: **Актив баланс** — бунда экспорт миқдори импорт миқдоридан кўп бўлади. Масалан, Ўзбекистон экспорти 2000 йил 3264,7 млн доллар бўлса, импорти 2947,7 млн доллар бўлди. Демак, баланс натижаси +317,3 млн доллар бўлди, яъни баланс актив - мусбат бўлган.



12.3-расм. Ўзбекистон экспорти ва импорти.

**Пассив баланс** — бунда импорт экспортдан кўп бўлади, натижа манфий чиқади.

Баланс актив бўлганда, экспорт мамлакатга қўшимча пул (валюта) келтиради, у пассив бўлганда импорт учун валюта ташқарига кўпроқ чиқади ва мамлакат қарздор бўлиб қолади.

Мустақиллик туфайли Ўзбекистон ҳам жаҳон бозорининг тенг ҳуқуқли иштирокчисига айланиб, ўз манфаатидан келиб чиққан ҳолда экспорт-импортда фаол қатнашади (12.3-расм).

Ўзбекистонда импортнинг ўрнини босувчи ва экспортга қаратилган тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқаришга устуворлик берилди, натижада мамлакат жаҳон бозорига кўпроқ тайёр маҳсулотлар билан чиқиш имконига эга бўлди.

## 12.5. ВАЛЮТА МУНОСАБАТЛАРИ

Бир мамлакат товарини бошқа мамлакат харид этиши учун унинг пулига эга бўлиши керак. Бунга шу пулни сотиб олиш орқали эришилади. Масалан, Япония Бразилиядан кофе сотиб олиши учун ўз пулини унинг пулига алмаштириши зарур бўлади. Бир миллий валютани бошқасига айирбошлаш **валюта муносабати** дейилади ва буни маълум валюта курси асосида амалга оширилади.

**Бир мамлакат пул бирлигининг бошқа мамлакат пул бирлигида ифодаланган нархи валюта курси деб юритилади.**

Валюта курси айирбошлаш курси деб ҳам аталади. Агар валюта нархи ошса, курс юқорилашган бўлади ёки аксинча. Валюта нархини белгиловчи асос бўлиб валюталар “харид қобилиятининг паритети” хизмат қилади. Буни валюта бирлигининг қурби, яъни унинг харид қобилияти белгилайди. Масалан, бир доллар, бир евро, бир сўм, бир танга, бир юань, бир фунт стерлингга нима олиш мумкин бўлса, шунга қараб валюта курси шаклланади. Валюта харид қурби энг муҳим товарлар нархига қараб аниқланади.

Турли мамлакатларда 1100 дан 3100 тагача товарлар нархига қараб миллий валюта харид қобилияти аниқланади. Нарх нисбати — паритети валюталарни айирбошлаш учун асос бўлади. Аммо валюта ҳам товар сифатида талаб-таклиф таъсирига берилади. Шунга қараб у ўзгариб туради. Масалан, нарх паритетига биноан 1 доллар = 120 иена бўлса, долларга талаб ошса 1 доллар = 124 иена бўлади. Иенага талаб ошса, 1 доллар = 118 иена бўлади. Валюта курсига инфляция ҳам таъсир этади. Масалан, Австралия доллари инфляцияга учрамади, Ҳиндистон рупияси инфляцияга берилса, шунга қараб унинг доллардаги курси пасаяди.

Валюта курсининг ўзгариши экспорт ва импортга ҳар хил таъсир этади. Иқтисодиётда шундай қоида бор:

**Миллий валютанинг курси ошганда импорт, унинг курси пасайганда эса, экспорт қулай бўлади.**

Валюта курсининг ошиши четдан товар келтиришни арзонлаштиради, унинг пасайиши эса четга чиқариладиган товар нархини оширади. Масалан, Ўзбекистонда

эркаклар кўйлаги 3200 сўм туради. Бир доллар эса 800 сўм. Демак, кўйлак нархи 4 доллар. Доллар курси ошиб, сўм арзонлашади, яъни 1 доллар 850 сўм бўлди. Бунда кўйлак 3,76 доллар туради. Уни мамлакатда 3,76 долларга сотгандан кўра хорижда 4,0 долларга сотган маъқул.

Валюта курси ошганда товарлар импорти арзонлашади. Масалан, 1 доллар 800 сўм турганда, 1 кг шакар 0,4 долларга (320 сўмга) келтирилар эди. Сўм курси ошиб, доллар курси пасайди, 1 доллар 750 сўм бўлиб қолди, лекин шакар 0,4 долларга олинди. Аммо олдин шакар 320 сўм турса ( $800 \times 0,4 = 320$ ), энди у 300 сўм туради ( $750 \times 0,4 = 300$ ), яъни шакар 20 сўмга арзонлашди.

## 12.6. КАПИТАЛНИНГ ХАЛҚАРО ҲАРАКАТИ

Табиий ресурслар маълум маконда жойлашганидан уларни бир мамлакатдан бошқасига кўчириб бўлмайди. Аммо кўчиб юрадиган ресурслар ҳам борки, уларга капитал ва иш кучи киради.

**Жаҳон миқёсида капиталнинг мамлакатлараро кўчиб юриши, уни бир ердан чиқиб бошқа ерга кириб бориши капиталнинг халқаро ҳаракатининг ташкил этади.**

Капиталнинг халқаро миқёсдаги ҳаракати унинг экспорти ва импорти шаклида юз беради. Бир мамлакат капитал чиқарса, бошқаси уни қабул қилади. Аммо мамлакатлараро бир-бирига капитал чиқариш ҳам бор. Масалан, Германия Бельгияга, Бельгия ўз навбатида Германияга капитал чиқаради. Капитални одатда ривожланган мамлакатлар чиқаради. Четга чиқарилган хусусий капиталнинг деярли 80 фоизи уларнинг ҳиссасига тўғри келади.

Четга капитал чиқариш 2 шаклда юз беради:

1. Капитални тўғридан-тўғри чиқариб, уни чет элда жойлаштириш, яъни хорижда янги корхоналар қуриш, мавжуд корхоналарни ҳамда улар акциясининг бир қисмини сотиб олиш.

2. Капитални чет элга қарз-кредит қилиб бериш. Бунда капитал чиқарувчи мамлакат ҳукумати, банклари ва компаниялари капитални қабул қилувчи мамлакат ҳукумати, банклари ва фирмаларига қарз беради. Қарз беришни халқаро ташкилотлар, масалан, банклар ҳам уюштиради.

Хориж капиталини чиқариш уни бошқа мамлакатлар иқтисодиётига инвестициялаш тарзида юз беради. Инвес-

тиция — бу капитални фойда топиш мақсадида ўзга юртга ётқизиш бўлади.

Ўзбекистонга капиталнинг кириб келиши ҳам айтилган икки шаклда юз беради, аммо хориж кредитлари устуворликка эга. 2001 йили жами Ўзбекистонга кириб келган хориж инвестицияларининг 90 фоизи кредит бўлса, 10 фоизи тўғридан-тўғри қўйилган инвестициялар эди. Ўзбекистонга хориж капиталининг кириб келиши кўпинча чет эл капитали иштирокидаги қўшма корхоналар очиш орқали юз беради. Ҳозирчалик Ўзбекистон жаҳон хўжалигида капитал қабул қилувчи мамлакат ролини ўтайди.

Табийий ресурсга бой мамлакатлар ресурсларни сотишдан тушган пулни капитал сифатида четга қўядилар. Масалан, Кувайт ва Саудия Арабистони нефть сотишдан тушган пулни (уни нефте-доллар деб аташади) Европа мамлакатларига қўяди.

Кейинги йилларда хусусий капитални чиқариш кучайиб, бу ишда трансмилий (миллатлараро), яъни халқаро корпорациялар етакчилик қилади.

Мазкур корпорациялар турли миллий капитални ўзида бирлаштиради ёки уларнинг капитали бир мамлакатга қарашли бўлса-да, халқаро миқёсда иш юритади. 1999 йили дунё миқёсида хусусий секторга қўйилган (инвестицияланган) капитал 6 триллион доллар бўлса, шундан 2 триллиони трансмилий корпорациялар ҳиссасига тўғри келди. Янги трансмилий корпорациялар капитали Ўзбекистонга ҳам қўйилган. Шундай корпорациялардан бири ДЭУ корпорацияси бўлиб, у Корея Республикасига мансубдир.

Капитал киритган мамлакатлар иқтисоди юксалиб, улар ўз товарлари билан жаҳон бозорига чиқадилар. Бунга мисол қилиб ёш индустриал мамлакатларни, уларни “Осиё йўлбарслари” деб ҳам аташади, олиш мумкин. Булар жумласига Корея Республикаси, Малайзия, Тайван кабиларни киритиш мумкин. Масалан, Корея Республикасида 1993 йили аҳоли жон бошига яратилган маҳсулот ва хизматлар қиймати 7660 доллар бўлса, 1998 йилга келиб 12760 долларга чиқди.

Капитал ҳаракатини таъминлашда Халқаро фонд (қимматли қоғоз) биржаларидан иборат молия марказлари катта роль ўйнайди. Булар Токио, Нью-Йорк, Франкфурт, Гонконг биржалари бўлиб, улар йирик фирмалар акциясини сотиш орқали капитални мамлакатлар ўртасида тақсимлайди.

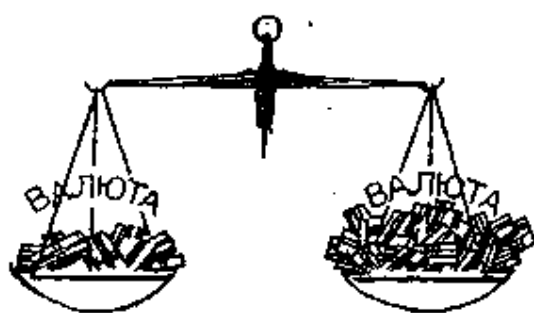


## 12.7. ТҮЛОВ БАЛАНСИ

Халқаро миқёсда давлатлар ўртасидаги товарларнинг экспорти ва импорти, қарз олиш ва қарз бериш, мулкни ижарага олиш ёки уни ижарага бериш кабилар юз беради. Буларнинг ҳаммаси пул бериш ва пул олишни юзага келтиради.

**Чет элга бериладиган ва чет элдан олинадиган валюта миқдорининг нисбати тўлов баланси дейилади.**

Тўлов балансини мамлакатнинг валюта бюджети деб ҳам юритадилар, чунки бунда четдан келадиган ва четга кетадиган валюта миқдори акс эттирилади. Баланс одатда бир йилга тузилади (12.4-расм).



12.4-расм. Тўлов баланси.

Тўлов баланси актив ёки пассив бўлади. Четга бериладиган пулдан четдан келадиган пул кўп бўлса, тўлов баланси **актив**, яъни мусбат бўлади. Борди-ю, четга пул кўп тўланган ҳолда у ердан пул оз келса, тўлов баланси **пассив**, яъни манфий бўлади.

Баланс актив бўлиши ижобий ҳодиса, чунки валюта ортиб қолади. Унинг пассивлиги салбий ҳодиса, чунки тўлов учун валюта етишмайди.

## 12.8. ИШ КУЧИ МИГРАЦИЯСИ

Иш кучи кўчиб турувчи ресурс бўлганидан, у мамлакатлараро тақсимланади, чунки бир ерда иш кучига талаб ошса, бошқа ерда унинг таклифи кўп бўлади. Одатда иш кучи иқтисоди яхши ривожланмаган, лекин меҳнат ресурслари тез ўсаётган мамлакатларда кўп бўлади. Булар жумласига Осиё, Африка ва Лотин Америкаси мамлакатлари киради. Даромади паст мамлакатларда аҳоли тез ўсгани ҳолда иш жойлари етишмайди, чунки уларни яратиш учун пул бўлмайди. Натижада ортиқча иш кучи мамлакат ташқарисига чиқа бошлайди. Аксинча, даромади юқори бой мамлакатларда аҳоли секин ўсади, иқтисоди эса тез ривожланади. Натижада иш кучига талаб ҳосил бўлади.

Иш кучининг кўчиб юриши икки шаклда кечади:

1. Иш кучининг тартибли равишда, белгиланган келишувларга биноан бир мамлакатдан бошқасига оқиб ўтиши. Бу иш воситачи фирмалар ва ташкилотлар ёрдамида амалга оширилади, миграция ҳақидаги қонунларга биноан юз беради.

2. Иш кучининг тартибсиз ва яширин бир мамлакатдан бошқасига ўтиши. Бунда иш кучи гайриқонуний йўл билан четга чиқарилади. Бу рухсат этилмаган фаолият ҳисобланади. Мазкур йўл билан бошқа мамлакатга ўтган ишчилар амалда ҳуқуқсиз, улар таҳқирланади, оғир ва оз ҳақ берадиган ишларда банд бўладилар. Улар меҳнати арзон бўлганидан, иш берувчилар уларни қабул қиладилар, чунки бу рискли бўлса-да, яхши фойда келтиради. Иш кучи миграцияси ўсишга мойил бўлади. 1998 йилда ер юзида 30 млн нафар мигрантлар бўлган.

## 12.9. ЖАҲОН ХЎЖАЛИГИДА ИНТЕГРАЦИЯ ВА ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Ҳозирда жаҳон хўжалиги ўз сафига янги мустақил мамлакатларнинг кириб келиши билан тавсифланади. Кейинги 10 йилда унга илгариги режали тизимдан чиқиб бозор йўлига ўтган 22 мамлакат, шулар жумласидан Ўзбекистон келиб кўшилди. Бу хўжаликка хос нарса иқтисодий алоқаларнинг чуқурлашуви ва мунтазам тус олиши бўлиб, бу интеграция жараёнларини юзага келтиради. **Интеграция** (инглизча *integration*) иқтисод иштирокчилари фаолиятининг бирлашиб кетишини англатади. Аввал мамлакатлар иқтисоди бир-биридан мустақил ривожланади, бу иқтисодий **дифференциация** (инглизча *difference*) ҳисобланади, сўнгра иқтисодий зарурат интеграциялашувга олиб келади. Интеграция икки ва ундан ортиқ чегарадош, тарихан алоқалари бор мамлакатлардан бошланади. Бир ҳудудда жойлашган озчилик мамлакатларнинг интеграцияси **минтақавий интеграция** дейилади. Кўшни мамлакатларнинг умумийлиги кўп бўлганидан дастлаб улар ўзаро яқинлашади. Шу сабабли дастлаб Франция ва Бельгия ўзаро интеграциялашган, Франция Мўғулистон билан, Бельгия эса Индонезия билан интеграцион алоқа ўрнатмаган.

Иқтисодиётнинг ривожланиш шароити ўз-ўзидан Марказий Осиё давлатларининг минтақавий интеграцияси-

ни муқаррар қилади, чунки бу давлатларнинг умумийлиги бор: уларнинг мақсади бир, ҳудуди чегаравий, ягона сув манбаларидан фойдаланишади, табиий ресурслари, халқнинг кўникмалари яқин, тили ва маданияти яқин, дини ислом, транспорти туташ (автомобиль ва темир йўллар), иқлими бир ва ҳ.к.

Минтақавий интеграция кенгайиб, унга янги мамлакатлар қўшилиши, улар иқтисодий иттифоқининг шаклланиши натижасида жаҳон ҳўжалигидаги интеграция пайдо бўлади.

**Халқаро иқтисодий интеграция турли мамлакатлар миллий ҳўжалигининг ўзаро яқинлашиб ва бирлашиб кетиши натижасида ягона, мамлакатлараро умумий ҳўжалигининг ташкил топишидир.**

**Интеграцион алоқаларнинг чуқурлашиб ва кенгайиб боришига қараб интеграция тўрт поғонали бўлади:**

1. **Эркин савдо зонасидаги интеграция.** Бу зонани ташкил этган давлатлар ўртасидаги савдо-сотиқ эркин бўлади, бож пули бекор қилинади, экспорт учун квота (меъёр) ўрнатилмайди.

2. **Эркин иқтисодий зоналар доирасидаги интеграция.** Бу зоналарда нафақат савдо-сотиқ, балки саноат фаолияти, банк ва суғурта иши ва технологик соҳада ҳам интеграцион алоқалар ўрнатилади. Бу зоналар очик ҳудудлар деб юритилади. Бу ердаги иқтисодий фаолият эркин бўлиб, унинг барча иштирокчиларига имтиёзлар берилади.

3. **Умумий бозор доирасидаги интеграция.** Умумий бозорга бирлашган мамлакатларнинг миллий бозори бири-бири учун очик бўлади. Миллий бозорлар бирлашиб, ҳамма учун ягона бўлган умумий бозор вужудга келади. Бундан бирлашма доирасида товарлар ва хизматлар, иш кучи ва капиталнинг эркин ҳаракати таъминланади (12.5-расм).

4. **“Иқтисодиёт ва валюта иттифоқи” доирасидаги интеграция.** Бу интеграциянинг олий шакли бўлиб, мазкур иттифоққа кирган мамлакатлар иқтисодиёт, валюта ва сиёсий соҳада ягона йўл тутадилар. Европа иттифоқида 15 та мамлакат бирлашиб, янги иқтисодий уюшмани ташкил этди. Бу ерда ягона тартибда бюджет, солиқ ва кредит тизими ўрнатилади. Улардан 12 тасига 2002 йил ягона пул — “евро” деган валюта киритилди. Албатта, бу иқтисодиётни юксак даражада бирлаштиради, аммо айрим мамлакатлар ўзи-



12.5-расм.  
Умумий бозор.

нинг иқтисодий мустақиллигидан қисман воз кечишига тўғри келади.

Иқтисодий бирлашувга мос равишда Европа давлатларининг баъзи бир ваколатлари Европа парламенти, Европа министрлар советига берилади, уларнинг миллий чегаралари бир-бири учун очиқ бўлади. Халқаро интеграция унда иштирок этувчи ҳар бир мамлакатнинг иқтисодий тараққиёти учун қулай шароит ҳозирлайди, чунки

умумий бозор бўлгани ҳолда ресурсларни мамлакатлараро оқилона тақсимланиши юз берали.

Ҳозирда жаҳон ҳўжалигига глобализация, яъни глобаллашув ҳам хос.

**Глобализация** — бу иқтисодиётнинг умумбашарий тус олиши, ҳар бир мамлакат миллий ҳўжалигининг жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар таъсирига берилишидир. Глобализация интеграция жараёнида ўзаро бирлашмаган мамлакатларда ҳам юз беради. Бунинг натижасида иш кучи, капитал, инвестиция, янги технология ва ниҳоят, янгича иқтисодий ғояларнинг дунё бўйича тезда тарқалиши, иқтисодиёт ривожланиб, фаровонликнинг ошиши, ер юзида камбағаллар сонининг қисқариши юз беради. Глобализация инвестицияларни энг юқори самара берадиган мамлакатларга оқиб боришига олиб келади. Натижада дунёдаги иқтисодий ўсиш тезлашади, аммо бу нотекис юз беради. Иқтисодиёт тез ўсаётган ерларда иш ўрни кўпайиб, ўша ерга иш кучи кўчиб ўтиши юз беради. Оқибатда кишилар иссиқ ўрнини тарк этиб, бошқа юртларга кўчиб боришга мажбур бўладилар. Глобализация мамлакатлар иқтисодини бир-бирига боғлаб қўйганидан иқтисодий танглик ва рисклар ҳам бир мамлакатдан бошқасига кўчиб ўтади. Аммо глобализация жаҳон иқтисодиёти учун катта наф келтиради.

## I. Таянч тушунчалар

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| 1. Жаҳон ҳўжалиги.       | 7. Валюта курси.        |
| 2. Жаҳон бозори таркиби. | 8. Капитал ҳаракати.    |
| 3. Таққосий афзаллик.    | 9. Тўлов баланси.       |
| 4. Экспорт.              | 10. Иш кучи миграцияси. |
| 5. Импорт.               | 11. Интеграция.         |
| 6. Ташқи савдо баланси.  | 12. Глобализация.       |

## II. Такрорлаш учун саволлар

- 1) Жаҳон хўжалиги нима?
- 2) Жаҳон бозорининг миллий бозордан қандай фарқи бор?
- 3) Қачон экспорт ёки импорт қулай бўлади?
- 4) Таққосий афзаллик нимани билдиради?
- 5) Актив ва пассив ташқи савдо баланси нима билан фарқланади?
- 6) Валюта курси нима асосида белгиланади?
- 7) Капитални кўпинча қайси мамлакатлар четга чиқаради?
- 8) Тўлов баланси деганда нимани тушунамиз?
- 9) Иш кучи миграцияси қандай шаклларда бўлади?
- 10) Интеграция ва глобализация деганда нимани тушунамиз?

## III. Мустақил иш топшириқлари

1. Қуйидаги жумлалардан тушириб қолдирилган сўзларни тўғри топиб ўрнига қўйинг:

а) Жаҳон хўжалиги — бу ўзаро боғланган ..... хўжаликлар яхлитлигидир. б) Жаҳон бозори мамлакатлараро ..... билдиради. в) Жаҳон савдосини ..... тақсимооти зарур қилади. г) Савдо баланси икки хил бўлади: ..... ва ..... д) Капитал қаерда кўп ..... бўлса, шу ерга ошиқади. е) Тўлов баланси ..... ва ..... бўлади. ж) Интеграция — бу ягона ..... хўжаликнинг юзага келишидир.

2. Қуйидаги саволларга жавоб топишга уришиб кўринг:

а) Нима учун жаҳон бозорига чиқарилган товарлар тури чекланган бўлади? б) Қачон мамлакатнинг ташқи савдо баланси актив ва пассив бўлади? в) Нима учун иқтисоди ривожланган мамлакат капитални кўпроқ чиқаради ва иш кучини кўпроқ киритади? г) Нима учун Марказий Осиёда интеграция заруриятга айланади?

3. Қуйидаги масалаларни ечиб кўринг:

а) “Оқтош” фирмаси биринчи марта мева консервасидан 5000 банка четга чиқариб, ҳар бирини 3 доллардан сотган эди. Бир банка консерва сотишдан 0,5 доллар фойда кўрилган эди. Иккинчи марта у консерва чиқарганда чет эл ҳукумати консервага унинг нархининг 20 фоизига тенг бож тўлови киритган экан. Агар фирма яна 5000 банка консерва сотса қанча фойда кўришини топинг. б) Фирма телевизор чиқаради, битта телевизорни мамлакат ичида 150 минг сўмга сотади, чет элда эса телевизорни 150 долларга олади. Мамлакатда сўмнинг доллардаги курси 10 фоиз пасайди, фирма 1000 та телевизор сотса, неча доллар ютади, бордию курс 15 фоиз ошса 1000 та телевизор сотишдан неча доллар ютқизади? Шунини ҳисоблаб чиқинг. в) 2000 йил Ўзбекистон экспорти 3264,7 млн доллар, импорти 2947,4 млн доллар эди, 2001 йили экспорти 3264,9 млн доллар, импорти 3136,9 млн долларни ташкил этди. Ҳар иккала йил учун савдо баланси сальдосини (натижасини) ҳисоблаб чиқинг. г) “А” мамлакат чет элга 5 млрд долларлик экспорт қилди, 0,5 млрд доллар қарз олди. Айни пайтда у 4,2 млрд долларлик импорт қилди. Чет элга 0,3 млрд доллар қарз берди, ўзининг қарзидан 0,3 млрд доллар тўлади ва 0,1 млрд қарз фоизини ҳам тўлади. Мамлакатда тўлов баланси сальдосини ҳисоблаб чиқинг.

## МУНДАРИЖА

КИРИШ .....	3
<b>I БОБ. БОЗОР ВА УНИНГ ҚОНУН-ҚОНДАЛАРИ .....</b>	<b>4</b>
1.1. Бозор тушунчаси .....	4
1.2. Талаб .....	6
1.3. Меъёрий нафлилик қонуни .....	7
1.4. Талаб қонуни .....	10
1.5. Талаб эластиклиги .....	11
1.6. Таклиф қонуни .....	13
1.7. Таклифнинг эластиклиги .....	16
1.8. Бозор мувозанати .....	17
<b>II БОБ. ТАДБИРКОРЛИК .....</b>	<b>20</b>
2.1. Бизнес ва унинг турлари .....	20
2.2. Бизнес билан кимлар шуғулланади? .....	22
2.3. Асосий ва ёрдамчи бизнес .....	23
2.4. Тадбиркорлик бизнеснинг асосий тури .....	24
2.5. Фирмалар .....	25
2.6. Фирма турлари .....	27
2.7. Тадбиркорлик rischi .....	29
2.8. Бизнеснинг ахлоқий қондалари .....	31
<b>III БОБ. ФИРМА ФАОЛИЯТИ ВА УНИ БАҲОЛАШ .....</b>	<b>34</b>
3.1. Фирманинг капитали .....	34
3.2. Фирма харажатлари .....	35
3.3. Даромад .....	38
3.4. Фойда .....	39
3.5. Рентабеллик .....	41
3.6. Фойдани максимумлаштириш .....	42
3.7. Фирма ривож .....	44
3.8. Фирманинг барқарорлиги .....	45
<b>IV БОБ. МЕНЕЖМЕНТ .....</b>	<b>48</b>
4.1. Менежмент ва менежерлар .....	48
4.2. Менежмент турлари ва усуллари .....	51

4.3. Менежмент ишининг босқичлари .....	53
4.4. Бошқарув қарорлари .....	55
4.5. Менежментда ахборот ва техниканинг аҳамияти .....	56
4.6. Корхонадаги низолар .....	57
<b>V БОБ. МАРКЕТИНГ .....</b>	<b>61</b>
5.1. Маркетинг тушунчаси .....	61
5.2. Бозорнинг танланиши .....	62
5.3. Бозор сегментлари .....	63
5.4. Маркетинг стратегияси .....	64
5.5. Нарх белгилаш .....	67
5.6. Товарларнинг сотилиши. Реклама .....	69
5.7. Рақобатлашув .....	71
<b>VI БОБ. ХОНАДОН ХЎЖАЛИГИ .....</b>	<b>75</b>
6.1. Хонадон хўжалиги тушунчаси .....	75
6.2. Хонадон хўжалигининг миллийлиги .....	76
6.3. Хонадон — иқтисодиёт иштирокчиси .....	77
6.4. Хонадоннинг бюджет чегараси .....	79
6.5. Хонадон истеъмолидаги танлов .....	80
6.6. Хонадоннинг ишлаб чиқариш фаолияти .....	81
6.7. Хонадон жамғармаси .....	83
6.8. Хонадоннинг инвестиция фаолияти .....	86
<b>VII БОБ. МЕҲНАТ .....</b>	<b>89</b>
7.1. Меҳнат ресурслари .....	89
7.2. Меҳнат бозори .....	90
7.3. Иш ҳақи .....	91
7.4. Меҳнатга талаб .....	92
7.5. Меҳнат таклифи .....	94
7.6. Ишсизлик .....	95
7.7. Ишсизлик шакллари .....	98
7.8. Ишсизлик меъёрининг даражаси .....	99
<b>VIII БОБ. ИҚТИСОДИЙ ҶСИШ .....</b>	<b>102</b>
8.1. Миллий иқтисодиёт тушунчаси .....	102
8.2. Миллий иқтисодиётнинг ўсиши .....	103
8.3. Иқтисодий ўсиш турлари .....	105
8.4. Иқтисодий ўсиш самарадорлиги .....	108
8.5. Иқтисодий ўсишнинг цикли бўлиши .....	110
8.6. Цикл турлари .....	111
8.7. Иқтисодий беқарорлик. ....	113
<b>IX БОБ. МОЛИЯ ВА КРЕДИТ .....</b>	<b>116</b>
9.1. Иқтисодиётнинг молия сектори .....	116
9.2. Корхона ва таъкилотлар молияси .....	118
9.3. Давлат молияси .....	119
9.4. Молиялаштириш усуллари .....	121

9.5. Банклар .....	122
9.6. Банк операциялари .....	124
9.7. Фондлар .....	126
9.8. Банк турлари .....	126
<b>X БОБ. ДАВЛАТ ВА ИҚТИСОДИЁТ .....</b>	<b>130</b>
10.1. Давлат — иқтисодиёт иштирокчиси .....	130
10.2. Давлатнинг иқтисодий вазифалари .....	131
10.3. Иқтисодиётнинг давлат томонидан тартибланиши .....	133
10.4. Давлатнинг иқтисодий сиёсатининг йўналишлари .....	134
10.5. Иқтисодиётни тартибга солиш воситалари .....	136
10.6. Иқтисодга таъсир этишнинг молиявий воситалари .....	137
10.7. Пул-кредит воситалари .....	140
10.8. Иқтисодиётнинг давлат сектори .....	141
<b>XI БОБ. АҲОЛИ ДАРОМАДЛАРИ .....</b>	<b>145</b>
11.1. Бозор иқтисодиётининг ижтимоий йўналиши .....	145
11.2. Даромад тушунчаси .....	146
11.3. Даромадларнинг турланиши .....	147
11.4. Даромадларнинг табақаланиши .....	151
11.5. Ҳар хил даромад соҳиблари .....	153
11.6. Турмуш даражаси .....	154
11.7. Аҳолининг пул харажатлари .....	156
11.8. Турмуш сифати .....	157
<b>XII БОБ. ЖАҲОН ХЎЖАЛИГИ. ....</b>	<b>160</b>
12.1. Халқаро иқтисодий алоқалар .....	160
12.2. Жаҳон бозори .....	161
12.3. Халқаро савдо-сотиқнинг афзаллиги .....	162
12.4. Экспорт ва импорт .....	163
12.5. Валюта муносабатлари .....	165
12.6. Капиталнинг халқаро ҳаракати .....	166
12.7. Тўлов баланси .....	168
12.8. Иш кучи миграцияси .....	168
12.9. Жаҳон хўжалигида интеграция ва глобализация .....	169



**Аҳмаджон Ўлмасов**  
**ИҚТИСОДИЙ БИЛИМ АСОСЛАРИ**  
(Коллежлар учун дарслик)

Муҳаррир *М. Йўлдошева*  
Бадий муҳаррир *Ю. Габзалилов*  
Техник муҳаррир *Т. Смирнова*  
Мусахҳиҳ *Ф. Ортиқова*

**ИБ 4119**

Босишга 09.10.2002 й. да рухсат этилди. Бичими  $84 \times 108^{1/32}$ . Таймс  
гарнитура. Офсет босма. 9,24 шартли босма тобоқ. 8,5 нашр босма  
тобоғи. Жами 7000 нусха. 362 рақамли буюртма.  
2-2002 рақамли шартнома. Баҳоси шартнома асосида.

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлигининг Фафур Фулом номидаги  
нашриёт-матбаа ижодий уйи. 700129, Тошкент. Навоий кўчаси, 30.  
700169, Тошкент. Усмон Юсупов кўчаси, 86.

2000-00

65.01  
Y 490



