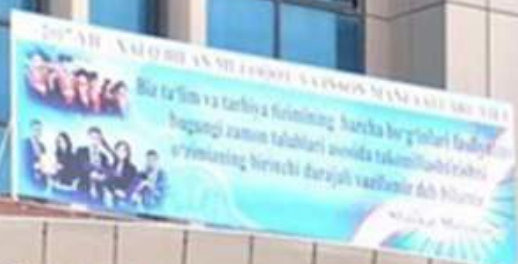


TDIU HUZURIDAGI
PEDAGOG KADRLARNI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING
MALAKASINI OSHIRISH
TARMOQ MARKAZI



TASHKENT DAVLAT
IQTISODIYOT UNIVERSITETI



TASHKENT DAVLAT
IQTISODIYOT UNIVERSITETI

O'QUV USLUBIY
MAJMUA



TOSHKENT- 2023

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLYI VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**OLYI TA'LIM TIZIMI PEDAGOG VA RAHBAR
KADRLARINI QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING
MALAKASINI OSHIRISHNI TASHKIL ETISH BOSH ILMIY-
METODIK MARKAZI**

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI PEDAGOG KADRLARNI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI OSHIRISH
TARMOQ MARKAZI**

“IQTISODIYOT”

YO'NALISHI

**“ZAMONAVIY BOZOR TUZILMALARI, HUSUSIYATLARI VA
TARTIBGA SOLISH MEKANIZMLARI”**

moduli bo'yicha

**O'QUV USLUBIY
MAJMUA**

TOSHKENT – 2023

Modulning o'quv-uslubiy majmuasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2020 yil "7" dekabrda 648-sonli buyrug'i bilan tasdiqlangan o'quv dasturiga muvofiq ishlab chiqilgan.

Tuzuvchi: Salimov B.T.- TDIU, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Taqrizchi: Ikramov M.A. – TDIU, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Modulning ishchi dasturi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti kengashining 2022 yil 23 dekabrda 5-sonli qarori bilan nashrga tavsiya qilingan.

MUNDARIJA

I. ISHCHI DASTUR	4
II. MODULNI O'QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA'LIM METODLARI.....	10
III. NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI.....	15
IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI.....	37
V. KEYSLAR BANKI.....	50
VI. GLOSSARIY	71
VII. ADABIYOTLAR RO'YXATI	80

I. ISHCHI DASTUR

KIRISH

Dastur O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentyabrdagi tasdiqlangan "Ta'lim to'g'risida"gi Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son, Farmonida ta'lim sifatini oshirish va 2026 yilga qadar 10 ta salohiyatli oliy ta'lim muassasini QS va THE xalqaro reytinglarga kirishga maqsadli tayyorlash masalalariga e'tibor qaratilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-son, 2019 yil 27 avgustdagi "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida"gi PF-5789-son, 2019 yil 8 oktyabrdagi "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish kontseptsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5847-son, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentyabrdagi "2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5544-sonli Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentyabrdagi "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 797-son, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrdagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 4 oktyabrdagi "2019 – 2030 yillar davrida O'zbekiston Respublikasining «yashil» iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-sonli Qarorlarida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo'lib, u oliy ta'lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda zamonaviy iqtisodiy fanlar, bozor turlari va innovatsion kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg'or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o'zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko'nikmalarini takomillashtirishni va pirovordida iqtisodiy oliy ta'lim muassasalarida ta'lim sifatini oshirishni maqsad qiladi

Dastur doirasida berilayotgan mavzular ta'lim sohasi bo'yicha pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish mazmuni, sifati va ularning tayyorgarligiga qo'yiladigan umumiy malaka talablari va o'quv rejalari asosida shakllantirilgan bo'lib, uning mazmuni kredit modul tizimi va o'quv jarayonini tashkil etish, ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish, pedagogning kasbiy professionalligini oshirish, ta'lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni joriy etish, maxsus maqsadlarga yo'naltirilgan ingliz tili, mutaxassislik fanlar negizida ilmiy va amaliy tadqiqotlar, o'quv jarayonini tashkil etishning zamonaviy uslublari bo'yicha so'nggi yutuqlar, pedagogning kreativ kompetentligini rivojlantirish, ta'lim jarayonlarini raqamli texnologiyalar asosida individuallashtirish, masofaviy ta'lim xizmatlarini rivojlantirish, vebinar, onlayn, «blended learning», «flipped classroom» texnologiyalarini amaliyotga keng

qo'llash bo'yicha tegishli bilim, ko'nikma, malaka va kompetentsiyalarni rivojlantirishga yo'naltirilgan.

Qayta tayyorlash va malaka oshirish yo'nalishining o'ziga xos xususiyatlari hamda dolzarb masalalaridan kelib chiqqan holda dasturda tinglovchilarning mutaxassislik fanlar doirasidagi bilim, ko'nikma, malaka hamda kompetentsiyalariga qo'yiladigan talablar takomillashtirilishi mumkin.

Modulning maqsadi va vazifalari

“Zamonaviy bozor tuzilmalari, hususiyatlari va tartibga solish mexanizmlari” **modulining maqsadi:** pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malaka oshirish kurs tinglovchilarini o'quv jarayonini tashkil etish va uning sifatini ta'minlash borasidagi ilg'or xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlar, zamonaviy ta'lim va innovatsion texnologiyalar sohasidagi ilg'or xorijiy tajribalar: modul-kredit tizimi, case study (keys stadi), masofali o'qitish, mahorat darslari, vebinar, evristik metodlarni o'zlashtirish, joriy etish, ta'lim amaliyotida qo'llash, ko'nikma va malakalarini tarkib toptirish asosida ularning kasbiy kompetentligi va pedagogik mahoratini doimiy rivojlanishini ta'minlashdan iborat.

“Zamonaviy bozor tuzilmalari, hususiyatlari va tartibga solish mexanizmlari” **modulining vazifalari:**

- “Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)” yo'nalishida pedagog kadrlarning kasbiy bilim, ko'nikma, malakalarini uzluksiz yangilash va rivojlantirish mexanizmini yaratish;

- zamonaviy talablarga mos holda oliy ta'limning sifatini ta'minlash uchun zarur bo'lgan pedagoglarning kasbiy kompetentlik darajasini oshirish;

- pedagog kadrlar tomonidan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va xorijiy tillarni samarali o'zlashtirilishini ta'minlash;

- mutaxassislik fanlar sohasidagi o'qitishning innovatsion texnologiyalari va ilg'or xorijiy tajribalarni o'zlashtirish;

- “Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)” yo'nalishida qayta tayyorlash va malaka oshirish jarayonlarining fan va ishlab chiqarish bilan integratsiyasini ta'minlash.

Modul bo'yicha tinglovchilarning bilimiga, ko'nikma, malakasi va kompetentsiyalariga qo'yiladigan talablar

Mutaxassislik fanlar bo'yicha tinglovchilar quyidagi yangi bilim, ko'nikma, malaka hamda kompetentsiyalarga ega bo'lishlari talab etiladi:

Tinglovchi:

- bozor iqtisodiyotini o'rganishda mikro va makroiqtisodiy vazifalarni tahlil qilishni, bozor iqtisodiyotining asosi bo'lgan pastulatlarni;

- iqtisodiy islohotlarning mazmuni, bosqichlari, ustuvor yo'nalishlari va bozor iqtisodiyotiga o'tish shartlari va xususiyatlarini;

- bozor tuzilmalari va ularning xususiyatlarini, bozor tuzilmalarida faoliyat yurituvchi firmalar tomonidan maxsulot hajmini va narxni belgilash masalalarini;

- barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashda zamonaviy bozor tuzilmalarni tartibga solish mexanizmlarini;

- firmalar narx strategiyasini tanlashda o'yinlar nazariyasidan foydalanishni;
- monopol hokimiyatni baholash va monopoliyaning jamiyat farovonligiga ta'sirini baholashni;

- mutaxassislik fanlarini o'qitishdagi ilg'or xorijiy tajribalarni;
- sof va tabiiy monopoliyalarni, ularni davlat tomonidan tartibga solish siyosatini, monopoliyani tartibga solish bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Qonunini;

- "bozor o'jizligi" masalalarini ***bilishi kerak.***;

Tinglovchi:

- mamlakatimiz mustaqillik yillarida va bozor iqtisodiyotiga o'tgan davrda milliy iqtisodiyotdagi o'zgarishlarni tahlil qilish;

- bozor tuzilmalarida faoliyat yurituvchi firmalarda maxsulot hajmini va narxni belgilash usullaridan foydalanish;

- bozor tuzilmasining hususiyatlarini tahlil qilish yordamida bozor turini aniqlash;

- bozor tuzilmalarining turiga mos holda tartibga solish mexanizmlarini aniqlash;

- bozorlarni monopollashganlik darajasini aniqlash usullaridan foydalanish;

- monopoliyani jamiyat farovonligiga ta'sirini baholash;

- eng yaxshi strategiyani tanlashda dominant strategiyadan va Nesh muvozanatidan foydalanish;

- mamlakatimizdagi ta'lim bozorini tahlil qilish va baholashga oid ***ko'nikmalarini egallashi lozim.***

Tinglovchi:

- zamonaviy va innovatsion ta'lim texnologiyalari asosida o'quv jarayonini "jonli", ijodiy tashkil etish;

- innovatsion faoliyatni tashkil etish;

- iqtisodiy jarayonlarni taxlil qilishda iqtisodiy qonunlar, ilmiy tushunchalarni (kategoriyalarni) echimlar qabul qilishda ishlata olish;

- iqtisodiy jarayonlarni mikroiqtisodiy tahlil qilish va prognozlash;

- innovatsion rivojlanish jarayonlarini tadqiq qilishda samaradorlik ko'rsatgichlaridan foydalanish;

- iqtisodiy ko'rsatkichlarni prognozlashda maxsus kompyuter dasturlaridan foydalanish;

- O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy siyosatining maqsadi, vazifalari, xususiyatlarini bilish va iqtisodiy qonuniyatlarga asoslanib fikrlash asosida ratsional qarorlar qabul qilish ***oid malakalarini egallashi kerak.***

Tinglovchi:

- innovator, tyutor, moderator va fasilitatorlik faoliyatini samarali amalga oshirish;

- jahondagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni chuqur tahlil etish va olingan xulosalarini keng jamoatchilikga tushuntirib berish hamda iqtisodiyot sohasida

tayyorlanayotgan mutaxassislarni o'qitish jarayoniga nazariya va amaliyotning uzviy bog'liqligini ta'minlash;

- mikroiqtisodiy indikatorlarni tizimli ravishda tahlil qilish va ularni keng jamoatchilikga tushuntira olish;

- mikroiqtisodiy tahlillar asosida tarmoqlar va korxonalar rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish;

- mikroiqtisodiy usullaridan foydalanib tarmoqlar va korxonalar faoliyatini baholash;

- milliy iqtisodiyotning tarmoq va sohalari faoliyatini tahlil qilish, ustuvor yo'nalishlarni aniqlash va ularni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bo'yicha maqsadli dasturlar ishlab chiqish, tarmoqlar, kompaniyalarni innovatsion va strategik rivojlantirish *kabi kompetentsiyalarni egallashi lozim.*

Modulni tashkil etish va o'tkazish bo'yicha tavsiyalar

“Zamonaviy bozor tuzilmalari, hususiyatlari va tartibga solish mexanizmlari” modulini o'qitish jarayonida quyidagi innovatsion ta'lim shakllari va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari qo'llanilishi nazarda tutilgan:

- zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida interfaol ma'ruzalarni tashkil etish;

- virtual amaliy mashg'ulotlar jarayonida keys, loyiha va assisment texnologiyalarini qo'llash nazarda tutiladi.

Modulning o'quv rejadagi boshqa modullar bilan bog'liqligi va uzviyligi

“Zamonaviy bozor tuzilmalari, hususiyatlari va tartibga solish mexanizmlari” moduli o'quv rejadagi “Ekonometrika va ilmiy tadqiqot usullari”, “Makroiqtisodiy siyosat va milliy iqtisodiyotni barqarorlashuvi muammolari”, “Milliy iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi” hamda “Raqamli iqtisodiyot” kabi o'quv modullari bilan uzviy aloqadorlikda olib boriladi.

Modulning oliy ta'limdagi o'rni

Modulni o'zlashtirish orqali tinglovchilar mikroiqtisodiy siyosat va milliy iqtisodiyotni barqarorlashuvi muammolarini tahlil etish va baholashga doir kasbiy kompetentlikka ega bo'ladilar.

Modul bo'yicha soatlar taqsimoti

№	Modul mavzulari	Tinglovchining o'quv yuklamasi, soat			
		Auditoriya o'quv yuklamasi			
		jami	jumladan		
Nazariy mashg'ulot	Amaliy mashg'ulot		Ko'chma mashg'ulot		
1	Raqobatlashgan bozor, monopsonik va sof monopoliya bozorlari va ularni davlat tomonidan tartibga solish.	4	2	2	
2	Monopolistik raqobat bozori uning hususiyatlari. Oligipoliya va Kurno modeli.	4	2	2	
3	O'yinlar nazariyasi.	4	2	2	
	Jami:	12	6	6	

NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu: raqobatlashgan bozor, monopsoniya, sof monopoliya, monopolistik raqobat bozori va ularni davlat tomonidan tartibga solish.

Raqobatlashgan bozor, hususiyatlari va shartlari, uni davlat tomonidan tartibga solish oqibatlari. raqobatlashgan bozor samaradorligi va Pareto samaradorlik, sof monopolist, ishlab chiqarish hajmi bo'yicha qaror qabul qilish. Narx belgilashda katta barmoq qoidasi. Monopol hokimiyat manba'lari. Monopol xokimiyat va ijtimoiy yo'qotish. Narxni tartibga solish. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi qonuni.

2-mavzu. Oligipoliya va Kurno modeli.

Monopolistik raqobat bozori, xususiyatlari, qisqa va uzoq muddatli muvozanat. Monopolistik raqobat bozor samaradorligi. Oligipoliya. oligipolik bozor hususiyatlari va olegopolik bozor muvozanati. Kurno modeli. Kurno muvozanati, firmalar kelishib va raqobatlashgan holda harakat qilgandagi muvozanatlar. Shtakelberg modeli, Bertran modeli. Narx bo'yicha liderlik. Dominant firma modeli.

3-mavzu. O'yinlar nazariyasi.

O'yinlar nazariyasi. Strategik qarorlar. Nokorporativ va korporativ o'yinlar. Dominant strategiya, Nesh muvozanati, aralash strategiya. "Qasdma –qasd" stategiyasi. Qaytariladigan o'yinlar. Ishonch va majburiyat. Tarmoqqa kirishdan himoya. "Qamalgan shaxs muammosi" va narx belgilash.

AMALIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-amaliy mashg'ulot:

Raqobatlashgan bozor, sof monopoliya va davlat tomonidan tartibga solish.

Raqobatlashgan bozor, raqobatlashgan bozor samaradorligi va Pareto samaradorlik, Mamlakatimizdagi sof monopoliyalar va tabiiy monopoliyalar, ularning hususiyatlari, iqtisodiyotdagi o'рни va ularni davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari. Monopolistning ishlab chiqarish hajmini, monopol narxni, monopol foydani aniqlash bo'yicha aniq misollar ishlash va natijalarni tahlil qilish. Monopol hokimiyat, monopol xokimiyat va ijtimoiy yo'qotish bo'yicha ham misollar ishlash va olingan natijalarni tahlil qilish. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi qonun muhokamasi. Pandemiya sharoitida korxonalarni qo'llab-quvatlash chora-tadbirlari. Misollar echish va tahlil qilish.

2-amaliy mashg'ulot.

Oligipoliya va Kurno modeli.

Monopolistik raqobat bozori, O'zbekistonda monopol raqobat bozori va uning hususiyatlari. Oligipoliya. Mamlakatimizdagi olegopolik bozorlar va ularning hususiyatlari. Olegopoliyada "narxlar jangi" Oligipolik bozor muvozanati. Kurno modeli, Kurno muvozanati. Kurno modeli, Shtakelberg modeli, Bertran modeli va ular bo'yicha aniq misollar echish va tahlil qilish. Dominant firma modeli bo'yicha misol echish va iqtisodiy tahlil. Misollar echish va tahlil qilish.

3-amaliy mashg'ulot.

O'yinlar nazariyasi.

O'yinlar nazariyasi. Strategik qarorlar. Nokorporativ va korporativ o'yinlar. Dominant strategiya, Nesh muvozanati. Plyajda joylashuv bo'yicha o'yin. Qamalgan shaxs muammosiyu Qamalgan shaxs muammosidan olegopoliyada narx belgilashda foydalanish. Pandemiya sharoitida iqtisodiyotni qo'llab-quvatlash.

KO'CHMA MASHG'ULOT

"Zamonaviy bozor tuzilmalari, hususiyatlari va tartibga solish mexanizmlari" moduli bo'yicha o'quv dasturida ko'chma mashg'ulot rejalashtirilmagan.

O'QITISH SHAKLLARI

Ushbu modul bo'yicha quyidagi o'qitish shakllaridan foydalaniladi:

- ma'ruzalar, amaliy mashg'ulotlar (ma'lumotlar va texnologiyalarni anglab olish, aqliy qiziqishni rivojlantirish, nazariy bilimlarni mustahkamlash);
- davra suhbatlari (ko'rilayotgan loyiha echimlari bo'yicha taklif berish qobiliyatini oshirish, eshitish, idrok qilish va mantiqiy xulosalar chiqarish);
- bahs va munozaralar (loyihalar echimi bo'yicha dalillar va asosli argumentlarni taqdim qilish, eshitish va muammolar echimini topish qobiliyatini rivojlantirish).

II. MODULNI O'QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA'LIM METODLARI

«Blum kubigi» metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va biliimlarni o'zlashtirilishini engillashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun "Ochiq" savollar tuzish va ularga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

1. Ushbu metodni ko'llash uchun, oddiy kub kerak bo'ladi. Kubning har bir tomonida ko'yidagi so'zlar yoziladi:
 - **Sanab bering, ta'rif bering (oddiy savol)**
 - **Nima uchun (sabab-oqibatni aniqlashtirovchi savol)**
 - **Tushintirib bering (muammoni har tomonlama qarash savoli)**
 - **Taklif bering (amaliyot bilan bog'liq savol)**
 - **Misol keltiring (ijodkorlikni rivojlantirovchi savol)**
 - **Fikr bering (tahlil qilish va baxolash savoli)**
2. O'qituvchi mavzuni belgilab beradi.
3. O'qituvchi kubikni stolga tashaydi. Qaysi so'z chiqsa, unga tegishli savolni beradi.

“KWHL” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va biliimlarni tizimlashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo'yicha qo'yidagi jadvalda berilgan savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Izoh. KWHL:

Know – nimalarni bilaman?

Want – nimani bilishni xohlayman?

How - qanday bilib olsam bo'ladi?

Learn - nimani o'rganib oldim?.

“KWHL” metodi	
1. Nimalarni bilaman: -	2. Nimalarni bilishni xohlayman, nimalarni bilishim kerak:
3. Qanday qilib bilib va topib olaman:-	4. Nimalarni bilib oldim:

“W1H” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va bilimlarni tizimlashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo'yicha qo'yidagi jadvalda berilgan oltita savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

What?	Nima? (ta'rifi, mazmuni, nima uchun ishlatiladi)	
Where?	Qaerda (joylashgan, qaerdan olish mumkin)?	
What kind?	Qanday? (parametrlari, turlari mavjud)	
When?	Qachon? (ishlatiladi)	
Why?	Nima uchun? (ishlatiladi)	
How?	Qanday qilib? (yaratiladi, saqlanadi, to'ldiriladi, tahrirlash mumkin)	

“SWOT-tahlil” metodi.

Metodning maqsadi: mavjud nazariy bilimlar va amaliy tajribalarni tahlil qilish, taqqoslash orqali muammoni hal etish yo'llarni topishga, bilimlarni mustahkamlash, takrorlash, baholashga, mustaqil, tanqidiy fikrlashni, nostandart tafakkurni shakllantirishga xizmat qiladi.

S – (strength)	• кучли томонлари
W – (weakness)	• заиф, кучсиз томонлари
O – (opportunity)	• имкониятлари
T – (threat)	• хавфлар

“VEER” metodi

Metodning maqsadi: Bu metod murakkab, ko'ptarmoqli, mumkin qadar, muammoli xarakteridagi mavzularni o'rganishga qaratilgan. Metodning mohiyati shundan iboratki, bunda mavzuning turli tarmoqlari bo'yicha bir xil axborot beriladi va ayni paytda, ularning har biri alohida aspektlarda muhokama etiladi. Masalan, muammo ijobiy va salbiy tomonlari, afzallik, fazilat va kamchiliklari, foyda va zararlari bo'yicha o'rganiladi. Bu interfaol metod tanqidiy, tahliliy, aniq mantiqiy fikrlashni muvaffaqiyatli

rivojlantirishga hamda o'quvchilarning mustaqil g'oyalari, fikrlarini yozma va og'zaki shaklda tizimli bayon etish, himoya qilishga imkoniyat yaratadi. "Veer" metodidan ma'ruza mashg'ulotlarida individual va juftliklardagi ish shaklida, amaliy va seminar mashg'ulotlarida kichik guruhlardagi ish shaklida mavzu yuzasidan bilimlarni mustahkamlash, tahlili qilish va taqqoslash maqsadida foydalanish mumkin.

Metodni amalga oshirish tartibi:



trener-o'qituvchi ishtirokchilarni 5-6 kishidan iborat kichik guruhlariga ajratadi;



trening maqsadi, shartlari va tartibi bilan ishtirokchilarni tanishtirgach, har bir guruhga umumiy muammoni tahlil qilinishi zarur bo'lgan qismlari tushirilgan tarqatma materiallarni tarqatadi;



har bir guruh o'ziga berilgan muammoni atroflicha tahlil qilib, o'z mulohazalarini tavsiya etilayotgan sxema bo'yicha tarqatmaga yozma bayon qiladi;



navbatdagi bosqichda barcha guruhlar o'z taqdimotlarini o'tkazadilar. Shundan so'ng, trener tomonidan tahlillar umumlashtiriladi, zaruriy axborotlr bilan to'ldiriladi va mavzu yakunlanadi.

Muammoli savol					
1-usul		2-usul		3-usul	
afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi
Xulosa:					

«Keys-stadi» metodi

«**Keys-stadi**» - inglizcha so'z bo'lib, («case» – aniq vaziyat, hodisa, «stadi» – o'rganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni o'rganish, tahlil qilish asosida o'qitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini o'rganishda foydalanish tartibida qo'llanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin.

“Keys metodi” ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot ta'minoti bilan tanishtirish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish(matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va o'quv topshirig'ni belgilash	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali o'quv topshirig'ining echimini izlash, hal etish yo'llarini ishlab chiqish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil echim yo'llarini ishlab chiqish; ✓ har bir echimning imkoniyatlari va to'siqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil echimlarni tanlash
4-bosqich: Keys echimini echimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qo'llash imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat echimining amaliy aspektlarini yoritish

“Assesment” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod ta'lim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, o'zlashtirish ko'rsatkichi va amaliy ko'nikmalarini tekshirishga yo'naltirilgan. Mazkur texnika orqali ta'lim oluvchilarning bilish faoliyati turli yo'nalishlar (test, amaliy ko'nikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) bo'yicha tashhis qilinadi va baholanadi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment”lardan ma'ruza mashg'ulotlarida talabalarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini o'rganishda, yangi ma'lumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashg'ulotlarda esa mavzu yoki ma'lumotlarni o'zlashtirish darajasini baholash, shuningdek, o'z-o'zini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, o'qituvchining ijodiy yondashuvi hamda o'quv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qo'shimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.

Har bir katakdagi to'g'ri javob 5 ball yoki 1-5 balgacha baholanishi mumkin.



Test

-

Muammoli vaziyat

Tushuncha tahlili (simptom)

Amaliy vazifa

“Insert” metodi

Metodni amalga oshirish tartibi:

- o'qituvchi mashg'ulotga qadar mavzuning asosiy tushunchalari mazmuni yoritilgan matnni tarqatma yoki taqdimot ko'rinishida tayyorlaydi;
- yangi mavzu mohiyatini yorituvchi matn ta'lim oluvchilarga tarqatiladi yoki taqdimot ko'rinishida namoyish etiladi;
- ta'lim oluvchilar individual tarzda matn bilan tanishib chiqib, o'z shaxsiy qarashlarini maxsus belgilar orqali ifodalaydilar. Matn bilan ishlashda talabalar yoki qatnashchilarga quyidagi maxsus belgilardan foydalanish tavsiya etiladi:

Belgilar	Matn
“V” – tanish ma'lumot.	
“?” – mazkur ma'lumotni tushunmadim, izoh kerak.	
“+” bu ma'lumot men uchun yangilik.	
“– ” bu fikr yoki mazkur ma'lumotga qarshiman?	

Belgilangan vaqt yakunlangach, ta'lim oluvchilar uchun notanish va tushunarsiz bo'lgan ma'lumotlar o'qituvchi tomonidan tahlil qilinib, izohlanadi, ularning mohiyati to'liq yoritiladi. Savollarga javob beriladi va mashg'ulot yakunlanadi.

III. NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu: Monopoliya, sof monopoliya va tartibga solish

Reja:

- 1. Raqobatlashgan bozor, sof monopoliya va bozor hokimiyati.**
- 2. Monopoliyada narx belgilash.**
- 3. Monopoliya va jamiyat yo'qotishi.**
- 4. Narxlarni muvofiqlashtirish va monopoliyaga qarshi qonun.**

1. Sof monopoliya va bozor hokimiyati.

Raqobatlashgan bozorda juda ko'p sotuvchilar va xaridorlar qatnashadi, shu sababli ulardan birortasi ham tovar narxiga ta'sir qila olmaydi, narxni bozorning o'zi talab va taklifga ko'ra shakllantiradi. Sotuvchilar va xaridorlar bu narxni qabul qiladilar va shu narxga ko'ra qancha mahsulot sotish kerak yoki qancha mahsulot sotib olish kerakligi bo'yicha qaror qabul qiladilar. Sof monopoliya raqobatlashgan bozorning aksi bo'lib, bu erda bitta sotuvchi va ko'plab xaridorlar qatnashadi. Sof monopolistning raqobatchisi yo'q.

Sof monopoliya mahsulot o'rnini bosadigan boshqa mahsulot bo'lmagan hududlarda vujudga keladi. Umuman olganda jahon va milliy bozorlarda bitta mahsulotni bitta sotuvchi tomonidan sotilishi kamdan-kam uchraydi. Sof monopoliya ko'proq mahalliy bozorlarga xos bo'ladi. Masalan, tumandagi yagona kitob magazini, yagona telefon stantsiyasi, yagona tish doktori, yagona jarrox yoki bo'lmasa mahalliy kommunal xo'jaligi xizmati. Yuqorida keltirilgan sub'ektlar bozor sharoitida narxga ta'sir qilish uchun real hokimiyatga ega.

Sof monopoliyaning vujudga kelishiga ta'sir qiluvchi yana bir omil bu - tarmoqqa kirish to'siqlarining kuchliligidir. Biror mahsulotni sotishdan tushadigan iqtisodiy foyda yuqori bo'lsa, bu raqobatlashgan bozor sharoitida boshqa firmalarni ham shu bozorga kirib kelishi uchun signal bo'lar edi. Agar monopol firma iqtisodiy foyda ola boshlasa, bu boshqa firmalarni ham ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishga undaydi. Demak sof monopoliyani saqlab qolish uchun, boshqa raqobatlashmoqchi bo'lgan firmalar uchun maxsus to'siqlar bo'lishini taqazo qiladi. Tarmoqqa kirish to'siqlari - bu monopol firma bozoriga boshqa sotuvchilarni kirib kelishini to'xtatuvchi cheklanishlar.

Tarmoqqa kirish to'siqlaridan quyidagilarni ko'rsatish mumkin.

1. Davlat tomonidan berilgan maxsus huquq. Masalan mahalliy hokimiyatlarda aholiga transport xizmati ko'rsatish, pochta xizmati ko'rsatish, kommunal xizmati ko'rsatish va aloqa xizmati ko'rsatish bo'yicha monopol huquqlar berib, rasmiy to'siqlar yaratadi.

2. Patentlar va mualliflik huquqi, yangi texnologiya yaratganlar uchun patent va mualliflik huquqi berilishi, ularga ushbu yangilikni sotishda, undan foydalanish uchun litsenziya berishda monopol huquq beriladi. Lekin bunday huquq ma'lum muddatgacha kuchga ega bo'ladi. AQSh da patent qonuniga ko'ra ixtirochi o'z ixtirosiga 17 yil egalik qiladi.

3. Biror bir ishlab chiqarish resursi taklifiga egalik qilish. Masalan, Amerikaning «De Birs» kompaniyasi jahonda sotiladigan, qayta ishlanmagan olmosning 85 foizini nazorat qilgani uchun, olmos bozorida monopol hokimiyatga ega. Yuqoridagilardan tashqari insonning noyob qobiliyati va bilimi ham monopoliyani vujudga keltiradi.

Ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi ham tarmoqqa kirish uchun to'siq bo'lishi mumkin. Masalan, avtomobil zavodi ma'lum miqdorda avtomobil ishlab chiqarishga erishgandagina, uning umumiy xarajatlari minimal bo'ladi.

Monopol raqobat bozori ikkita asosiy xususiyati bilan ajralib turadi: birinchidan, monopol bozordagi firmalar soni ko'p va ular o'rtasida raqobat mavjud; ikkinchidan firmalarning bozorga o'z maxsulotlari bilan kirishi cheklanmagan, xuddi shunday firmaning bozordan chiqishi ham erkin. Monopol raqobat bozorida maxsulot differentsiyalashgan, ya'ni har bir firma o'ziga xos maxsulot turini yoki variantini sotadi, firma tovarlari bir-biridan sifati, bezagi va markasi bilan ajralib turadi. Monopol raqobat bozoridagi raqobat tovarlar bir-birini o'rnini bosadigan tovarlar bo'lib, ularning birini-biriga almashtirish normasi yuqori, lekin bir-birini o'rnini to'liq bosa olmaydi. (boshqacha qilib aytganda bunday tovarlar uchun talabning narxga ko'ra elastikligi yuqori lekin cheksiz emas.)

Monopolistik raqobat bozoriga misol tariqasida iste'mol tovarlari bozorini keltirish mumkin. Tish yuvish pastasi bozori, sovun, shampun, dori-darmonlar, kiyim-kechak bozori va xokazolar. Xizmat ko'rsatish soxasida xam monopol raqobat mavjud: teatr, kontsertlar, kiyim tozalash korxonalar va xokazo. Istemolchining u yoki bu firmaning (masalan tish yuvish pastasini) maxsulotni tanlashga sabab uning sifati yaxshi qadoqlanganligi, bezash, uning sotilishidagi ko'rsatiladigan xizmat, magazinning iste'molchi uchun o'ng'ay vaqitda ishlashi. Xuddi shunday chakana savdo korxonlarida sotiladigan tovarlar xam bir-biri bilan raqobatda bo'lishi. Bu erda raqobat sotishda xizmat ko'rsatishning xar xilligi sotuvchilar tajribasi tovarlar sotib olishning osonligi, kreditga sotish shartlari va xokazo.

Monopol bozor muvozanati. Qisqa muddatli oraliqda muvozanat narx va muvozanat maxsulot xajmi. Raqobatlashgan bozorda talab chizig'i D abstsissa (tovar ishlab chiqarish xajmi) o'qiga parallel bo'lsa, monopol raqobat bozorida u

pastga (manfiy) yotiqrorq bo'ladi. Bu monopol raqobat bozorining talab chizig'i raqobatlashgan bo'zor talab chizig'iga ko'ra kamroq elastik bo'lib sof raqobatdagi talabga ko'ra elastikroq ekologini bildiradi. Quyidagi rasmda monopol raqobat bozorining qisqa muddatli oraliqdagi muvozanat xolati keltirilgan. Monopol raqobat bozori raqobatlashgan bozorga o'xshash bo'ladi, ya'ni bozorga yangi firmalarning raqobatlashuvchi tovar markalari bilan erkin kirishi firmalar oladigan iqtisodiy foydani nulgacha tushiradi.

Qisqa muddatli oraliqdagi muvozanat xolat va bu xolatni aniqlaydigan muvozanat narx R_m va muvozanat maxsulot miqdori Q_m ifodalangan. Monopol raqobat bozorida a'loxida firmaning maxsuloti boshqa raqobatlashuvchi firmalarning maxsulotidan farq qilgani uchun bu firmaning maxsulotiga bo'lgan talab chizig'i D_s tikligi pastga tomon yotiqroq bo'ladi. (bu talab chizig'i bozor talab chizig'i emas balki firmaning talab chizig'idir, bozor talab chizig'i maxsulotga firma chizig'iga nisbatan yotiqroq ko'rinishga ega). Eslatib o'tish kerakki agar monopol raqobatdagi firmalar maxsulotlari bir-biridan umuman farq qilmaganda edi monopol raqobat bozori mukammal raqobatlashgan bozorga aylangan bo'lar edi. Faqat firmalar maxsulotlardagi farq ularga oz bo'lsada monopol xokimiyat beradi. Rasmda grafikda firma foydasini maksimallashtiradigan ishlab chiqarish xajmi Q_m chekli daromad MR chizig'i bilan cheklangan xarajat MC chizig'i kesishgan nuqtaga to'g'ri keladi. Bu ishlab chiqarish xajmiga to'g'ri keladigan narx P_m o'rtachi xarajat AS dan kattaroq bo'lgani uchun firma shtrixlangan soxaga teng foyda oldai. Demak qisqa muddatli oraliqda monopol raqobatdagi firmaning muvozanat xolatini ifodalovchi shart

$$MR = MC$$

tengligi bo'lib, bu tenglikni ta'minlovchi maxsulot miqdori Q_m va narx P_m mos xolda muvozanat ishlab chiqarish xajmi va muvozanat narxini boradi. Firma muvozanat xolatiga erishganda maksimal foyda oladi.

Uzoq muddatli oraliqda muvozanat narx va muvozanat ishlab chiqarish xajmi. Qisqa muddatli oraliqda foyda olib ishlayotgan firmaning xolati uzoq muddatli oraliqda o'zgaradi. Qisqa muddatli oraliqdagi foyda bozorga boshqa firmalarni kirib kelishga undaydi va ular kirib kela boshlaydi. Ikkinchidan, bozordagi firmalar xam maxsulot ishlab chiqarishni kengaytiradi. Bozorga yangi firmaning kirishi foyda bilan ishlayotgan firmaning bozoridagi ulushini kamaytiradi, natijada uning talab chizig'i pastga siljiydi.

Uzoq muddatli oraliqda firmaning chekli va o'rtacha xarajatlari ham o'zgaradi. Taxlilni soddalashtirish uchun MS va AS larni o'zgarimas deb qaraymiz.

Monopol hokimiyat. Firma monopol hokimiyatga ega bo'ladi, qachonki u o'zining sotadigan tovari narxiga ta'sir qilaolsa, ya'ni o'zgartiraolsa. Monopol hokimiyat darajasi ushbu tovar o'rnini bosuvchi tovarning mavjudligi va tovarning

bozordagi ulushi bilan belgilanadi. Monopol hokimiyatga ega bo'lish uchun firmaning sof monopolist bo'lishi shart emas. Firma mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i raqobatlashgan bozordagiday garizontal bo'lmasdan, pastga yotiq bo'lishi kifoyadir. Agar talab chizig'i pastga yotiq bo'lsa, firma taklif hajmini oshirib yoki kamaytirib, mahsulot narxini o'zgartirishi mumkin.

Umumun olganda monopolist narxni nazorat qilishidan yutuqqa ega bo'ladi. Monopolistning taklifi raqobatlashgan bozor taklifiga ko'ra kam bo'ladi, tovar narxi esa, raqobatlashgan narxga nisbatan yuqori bo'ladi (monopol narx chekli xarajatdan yuqori).

Tovarlarni monopol narxda sotilishi jamiyat xarajatini ko'paytiradi, aholining turmush darajasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Nima uchun deganda, ushbu tovarni sotib oluvchilar ko'proq pul sarflaydi, shu tovarni sotib oluvchilar soni ham kamayadi. Shuning uchun ham monopoliyaga qarshi qonun, bozorlarni monopoliyaga aylantirishga yo'l qo'ymaydi.

Monopolist mahsulotiga talab. Raqobatlashgan bozorda firma maksimal foyda oladi, agar u chekli daromad chekli xarajatga teng holatni ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsa,

$$MR = MC.$$

Bunday mahsulot hajmi optimal bo'ladi. Monopolist ham shu optimal ishlab chiqarish shartiga amal qilishi kerak bo'ladi. Sof monopolist tovariga bo'lgan talab ham bozor talabi hisoblanadi. Monopolist o'z tovari narxini oshirsa unga talab kamayadi va aksincha, monopolist tovar narxini tushirsa unga talab ortadi.

Xuddi shunday sof monopolist taklifi ham bozor taklifi hisoblanadi. Masalan tovar ishlab chiqarishning o'zgaruvchan xarajatlari oshsa, monopolist maksimal foyda olish uchun tovar hajmini qisqartiradi. Taklif hajmining qisqarishi va xaridorlar o'rtasida raqobatning mavjudligi tovar narxini oshiradi.

Raqobatlashgan bozorda firmaning chekli daromadi mahsulot narxiga teng $MR = P$ va talab chizig'i gorizontal bo'lsa, monopol bozorda monopolist mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i pastga yotiqroq va monopolistning chekli daromadi har doim narxdan kichik bo'ladi.

$$MR < P.$$

Monopol firmaning mahsulotiga talab bilan uning chekli va umumiy daromadi o'rtasidagi bog'liqliklarni quyidagi rasmda ko'rish mumkin.

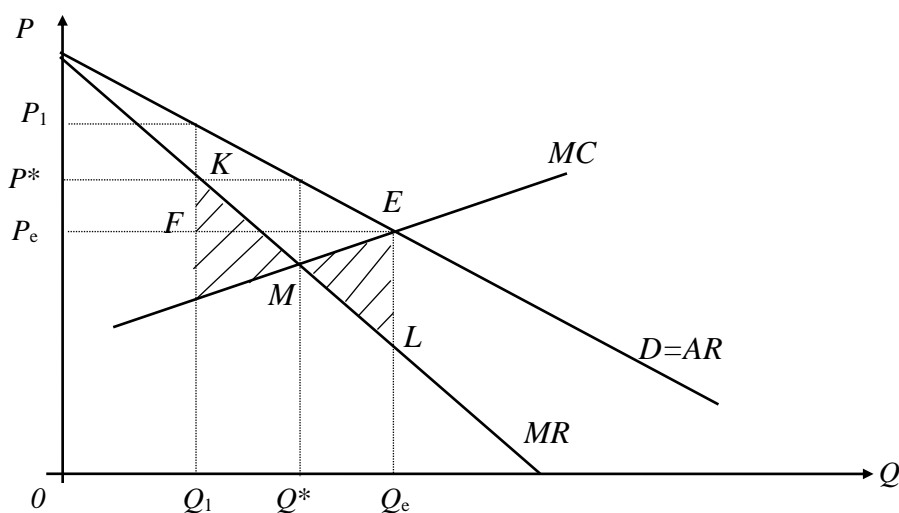
Talab chizig'ining elastik qismida chekli daromad $MR > 0$ bo'lgani uchun monopolist mahsulot hajmini noldan, Q^* miqdorgacha oshirganda uning umumiy daromadi TR oshadi. Talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida chekli daromad manfiy, ya'ni $MR < 0$ bo'lgani uchun, talab chizig'ining ushbu qismida ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy daromadni kamaytiradi. Shuning uchun ham monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismidan qochishga harakat qiladi.

Agar monopolistning talab chizig'i raqobatlashgan bozordagiday gorizontaal bo'lganda edi, u tovar hajmini o'zgartirishi bilan narxga ta'sir qila olmas edi. Monopollashgan bozorda taklif chizig'i ma'noga ega emas. Nima uchun deganda, ishlab chiqariladigan mahsulot (taklif) miqdori bilan narx o'rtasida proportsional bog'liqlik yo'q. Monopolistning qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarishi nafaqat chekli xarajatga bog'liq, balki talab chizig'ining shakliga ham bog'liq bo'ladi.

Monopol bozorda talabning o'zgarishi narxning va taklifning raqobatlashgan bozordagiday proportsional o'zgarishiga olib kelmaydi. Monopolist, talab o'zgariganda mahsulot hajmini o'zgartirmasdan narxni o'zgartirishi yoki narxni o'zgartirmasdan mahsulot hajmini o'zgartirishi yoki bir vaqtning o'zida narxni hamda mahsulot miqdorini o'zgartirish mumkin.

Monopolistning maqsadi maksimal foyda olish bo'lsa, u tovar narxini xohlagancha oshira olmaydi. Narx oshishi bilan mahsulotga talab kamayib boradi, narx oshishi ma'lum darajaga etganda umumiy daromad umumiy xarajatni qoplamaydi. Monopolist qanday narx strategiyasini tutishini bilish uchun daromadning narxga ko'ra talab elastikligi bilan qanday bog'liqligini eslash zarur bo'ladi. Talab chizig'ining elastik bo'lgan qismida ($E_p > 1$) narxning pasayishi umumiy daromadni o'sishiga olib keladi ($MR > 0$), elastiklik birga teng bo'lganda ($E_p = 1$) umumiy daromad maksimumga erishadi ($MR=0$), elastik bo'lmagan qismida narxning pasayishi umumiy daromadni pasayishiga olib keladi ($MR < 0$). Shuni tushungan monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida harakat qilmaydi.

Biz ko'rsatamiz monopolist ham raqobatlashgan bozordagi firma kabi chekli harakat bilan chekli daromadni tengligini ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsagina maksimal foyda olishi mumkin (1-rasm). Rasmda monopolistning o'rtacha daromad chizig'i bipor talabi chizig'ini beradi. Mahsulot narxi shu mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq funktsiya.



1- rasm. $MC = MR$ bo'lganda foydani maksimallashtirish grafigi.

Grafikdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish hajmi Q^* ga teng bo'lganda chekli xarajat chekli daromadga teng bo'ladi. Talab chizig'idan foydalanib mahsulot hajmi Q^* ga mos bo'lgan bir birlik mahsulotning monopol narxi P^* ni aniqlaymiz. Ushbu Q^* ga teng bo'lgan mahsulot hajmida foyda maksimal bo'lishini ko'rsatamiz. Ma'lumki, raqobatlashgan bozorda muvozanatlik E nuqtada erishiladi. Grafikda E nuqta muvozanat nuqta va unga mos keladigan ishlab chiqarish hajmi Q_e va narx P_e .

Faraz qilaylik, monopolist ishlab chiqargan mahsulot miqdori Q_1 bo'lsin va u Q^* dan kichik $Q_1 < Q^*$, bu holatga mos keladigan narx P_1 ham P^* dan yuqori va chekli daromad chekli xarajatlardan katta $MR > MC$.

Monopolist mahsulot hajmini Q_1 dan oshirsa, u har bir birlik qo'shimcha ishlab chiqargan mahsuloti uchun $MR - MC$ ga teng bo'lgan qo'shimcha foyda olishi mumkin, ya'ni u o'zining umumiy daromadini oshirishi mumkin. Monopolist mahsulot hajmini oshirib, umumiy foydani oshirishi mumkin to mahsulot hajmi Q^* ga teng bo'lgunga qadar, mahsulot hajmi Q^* ga teng bo'lganda, keyingi qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotdan tushadigan daromad nolga teng, nima uchun deganda $MR = MC$ bo'ladi. Shuning uchun ham ishlab chiqarish hajmi Q_1 ga teng bo'lganda monopolistning umumiy foydasi rasmdagi shtrixlangan FKM sohaga teng bo'lgan miqdorga kamayadi. Monopolist uchun Q_2 miqdorda mahsulot ishlab chiqarish ham uning umumiy foydasini kamaytiradi. Q_2 hajmda chekli xarajatlardan chekli daromadlardan yuqori ($MC > MR$). Agar monopolist ishlab chiqarish hajmini Q_2 ga nisbatan kamaytirsa, u o'zining umumiy foydasini ($MC - MR$) miqdorga oshirgan bo'lardi. Monopolist mahsulot hajmini Q_2 dan Q^* ga qadar qisqartirishi natijasida umumiy foydani MEL shtrixlangan soha miqdorida oshirishi mumkin. Q^* hajmdan keyin mahsulot hajmini qo'shimcha birlikka qisqartirilishi umumiy foydani oshirmaydi ($MC = MR$ bo'ladi). Rasmda $Q = 0$ bilan Q^* va MC hamda MR chiziqlar oralig'idagi soha monopolistik tomonidan kam miqdorda mahsulot ishlab chiqarib o'ta yuqori narxda sotish munosabati bilan yo'qotiladigan foydani ifodalasa, mahsulot hajmi Q^* dan katta bo'lgandagi va MC bilan MR oralig'idagi soha nihoyatda ko'p mahsulot ishlab chiqarib ($Q > Q^*$), past narxlarda sotilishi natijasida yo'qotiladigan foydani ifodalaydi.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmi Q^* foydani maksimal qiladigan hajm ekanligini matematik nuqtai nazardan ham ko'rsatish mumkin. Umumiy foydani π bilan belgilasak

$$\pi(Q) = R(Q) - C(Q),$$

va bu munosabatdan Q bo'yicha hosila olib, uni nolga tenglashtirib echamiz:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0.$$

Bu erda $\frac{dR}{dQ} = MR$ va $\frac{dC}{dQ} = MC$ bo'lgani uchun ham foydani maksimalashtirish sharti $MR - MC = 0$ yoki $MR = MC$ bo'ladi.

Misol 1. Quyidagi ko'rinishdagi xarajatlar funksiyasi berilgan bo'lsin

$$C(Q) = 80 + Q^2,$$

o'zgarmas xarajat $FC = 80$ so'm, o'rtacha xarajat $AC = \frac{80}{Q} + Q$ bo'ladi.

Talab funksiyasi quyidagicha berilgan bo'lsin:

$$Q = 60 - P(Q) \text{ yoki } P(Q) = 60 - Q.$$

U holda daromad $R(Q)$: $R(Q) = Q \cdot P(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$ ko'rinishda aniqlanadi.

Chekli daromad

$$MR = \frac{dR}{dQ} = 60 - 2 \cdot Q.$$

Chekli xarajat

$$\frac{dC}{dQ} = MC = 2 \cdot Q.$$

Maksimallik shartiga ko'ra $MC = MR$ dan $2 \cdot Q = 60 - 2 \cdot Q$ bu tenglikdan aniqlash mumkinki, $Q^* = 15$ bo'lganda foyda maksimal miqdorga ega bo'ladi. Mahsulot narxi $Q^* = 15$ da $P = 45$ so'mga teng. Umumiy foyda

$$\pi(Q^*) = R(Q^*) - C(Q^*) = P \cdot Q^* - C(Q^*) = 45 \cdot 15 - 305 = 370 \text{ so'm.}$$

Faraz qilaylik, monopolist $Q^* = 15$ birlik mahsulot o'rniga $Q = 16$ birlik ishlab chiqardi deylik. Hisob-kitoblar natijasida quyidagilarni aniqlaymiz.

$$C = 80 + Q^2 = 80 + 256 = 336,$$

$$P = 44,$$

$$R = 44 \cdot 16 = 704,$$

$$\text{Foyda } \pi(16) = 704 - 336 = 368 \text{ so'm.}$$

Demak, monopolist mahsulot hajmini maksimal foyda beradigan hajm 15 birlikdan oshirsa, ya'ni 16 birlik ishlab chiqarsa uning foydasi 2 so'mga kamayadi.

Xuddi shunday monopolist ishlab chiqarish hajmini 15 birlikdan 14 birlikka kamaytirsa, narx ko'tarilib 46 so'm bo'ladi va umumiy foyda 370 so'mdan 368 so'mga kamayadi. Demak, bunday holni tushungan monopolist mahsulot ishlab chiqarishda bu qoidaga amal qiladi.

2. Monopol sharoitda narx belgilash va monopol hokimiyati ko'rsatkichi.

Biz ko'rdikki, monopol bozorda narx chekli daromaddan yuqori bo'ladi ($P > MR$).

Chekli daromad MR ni quyidagicha o'zgartirib yozamiz:

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}. \quad (1)$$

$\frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}$ - bu qo'shimcha bir birlik mahsulot ishlab chiqarish natijasida olingan qo'shimcha daromad bo'lib, u ikki xususiyatga ega. (1)- tenglikni quyidagicha yozish mumkin:

$$MR = \frac{\Delta P \cdot Q}{\Delta Q} + \frac{P \cdot \Delta Q}{\Delta Q} = Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} + P. \quad (2)$$

1) Bir birlik qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarib ($\Delta Q = 1$), uni P narxda sotganimizda $P \cdot (1) = P$ narxga teng bo'lgan daromad olamiz ($Q > 0$);

2) Monopol firma mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i pastga yotiq bo'lgani uchun qo'shimcha bir birlik mahsulot ishlab chiqarib, uni sotilishi, narxni kichik miqdorga kamaytiradi ($\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - qo'shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarib sotish natijasida narx qancha miqdorga kamayishini ko'rsatadi) va bu barcha sotilgan mahsulotdan tushgan daromadni kamaytiradi (ya'ni $Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - daromadning o'zgarishi).

Demak,

$$MR = P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \quad (3)$$

va bu erda $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ talab chizig'i manfiy yotqlikka ega bo'lgani uchun chekli daromad narx P dan kichik bo'lishi kerak (nima uchun deganda $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ manfiy).

Endi chekli daromad bilan talab chizig'i yotiqligi o'rtasidagi bog'liqlikni chekli daromad bilan narxga ko'ra talab elastikligi koeffitsienti o'rtasidagi bog'liqlikka aylantiramiz. Ma'lumki, talabning narxga ko'ra elastiklik koeffitsienti

$$E_p^D = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

bundan

$$\frac{\Delta P}{\Delta Q} = \frac{P}{Q \cdot E_p^D},$$

bu munosabatni chekli daromad tenglamasi (3) ga qo'ysak quyidagini olamiz

$$MR = P + Q \cdot \frac{P}{Q \cdot E_p^D} = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D},$$

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D}. \quad (4)$$

(4)- tenglama chekli daromadni har qanday ishlab chiqarish hajmida tovar narxidan va talabning narxga ko'ra elastikligidan bog'liq ekanligini ko'rsatadi. Ikkinchidan, $MR < P$ ekanligini ham ko'rsatadi.

Firmaning maqsadi foydani maksimallashtirish bo'lgani uchun biz chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirib yozamiz:

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D} = MC,$$

yoki

$$\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_p^D}. \quad (5)$$

Ushbu formula monopol narx belgilashda «Bosh barmoq» qoidasi nomi bilan yuritiladi (esdan chiqarmaslik kerak $E < 0$, demak (5)-ifodaning o'ng tomoni har doim musbat). (5)-tenglamaning chap tomonidagi ifoda $\frac{P - MC}{P}$ narxning chekli xarajattan qanchalik yuqori ekanligini, narxga nisbatan foiz hisobida ko'rsatadi va bu farq teskari olingan manfiy elastiklik koeffitsientiga teng.

(5) tenglikni narxga bog'liq holda ham yozish mumkin:

$$P = \frac{MC}{1 + \left(\frac{1}{E_p^D} \right)}.$$

Masalan elastiklik $E_p^D = -5$ bo'lganda va chekli xarajat $MC = 30$ bo'lganda, mahsulot narxi

$$P = \frac{30}{1 + \left(\frac{1}{-5} \right)} = 37,5 \text{ so'm bo'ladi.}$$

Raqobatlashgan bozorda $P = MC$ bo'lganini ko'rgan edik. Monopolist narxni chekli xarajattan yuqori belgilaydi ($P > MC$) va bu farq miqdor bo'yicha talab elastikligiga teskari proporsional bo'ladi (5). (5)-tenglamadan shunday xulosa kelib chiqadiki, agar talabning narx bo'yicha elastikligi qancha yuqori bo'lsa, mahsulot narxi shuncha chekli xarajatga (MC ga) yaqinlashadi. Narx qanchalik chekli xarajatga yaqin bo'lsa, monopol bozor raqobatlashgan bozorga shunchalik yaqin bo'ladi. Demak, talab yuqori darajada elastik bo'lsa, monopolist oladigan qo'shimcha foyda shuncha kichik bo'ladi.

Monopol hokimiyat ko'rsatkichi. Raqobatlashgan bozorda narx chekli xarajatga teng bo'lishi, maksimal foyda olishning zaruriy sharti edi. Monopol bozorda narx chekli xarajattan yuqori belgilanadi ($P > MC$). Ana shu farq ($MC - P$), ya'ni foydani maksimallashtiradigan narx bilan chekli xarajat o'rtasidagi farq monopol hokimiyatni o'lchash usuli bo'lishi mumkin. Monopol hokimiyatni xuddi ushbu usulda aniqlashni 1934 yilda iqtisodchi olim Abba Lerner tomonidan taklif qilinganligi uchun, bu ko'rsatkich Lernerning monopol ko'rsatkichi degan nomni olgan

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = -\frac{1}{E_p^D},$$

bu erda:

L - monopol hokimiyatning Lerner indeksi;

P_m - monopol narx;

MC - chekli xarajat;

E_p^D - talabning narxga ko'ra elastikligi.

Masalan, benzina talabning narx bo'yicha elastikligi -5 bo'lsa,

$$-\frac{1}{E_p^D} = -\frac{1}{-5} = 0,2.$$

Benzin sotuvchi firmaning monopol hokimiyati 0,2 ga teng.

Shuni ta'kidlash kerakki, yuqori monopol hokimiyat yuqori foyda olishni kafolatlamaydi. Foyda o'rtacha xarajatning narxga bo'lgan nisbatiga bog'liq. Agar ikki firmadan birinchisining monopol hokimiyati, ikkinchi firmanikiga ko'ra yuqori bo'lsa va birinchi firmaning o'rtacha xarajati juda yuqori bo'lsa, uning oladigan foydasi ikkinchi firma foydasidan kichik bo'ladi. Yuqoridagi tenglama ko'rsatadiki, talab qanchalik elastik bo'lmasa, shunchalik monopol hokimiyat yuqori. Demak, monopol hokimiyatning kelib chiqish sababi, talab elastikligidir.

Amaliyotda chekli xarajatni hisoblash qiyin bo'lgani uchun, uni o'rtacha xarajat bilan almashtiradi. Bu holda formula quyidagi ko'rinishni oladi:

$$L = \frac{P - AC}{P}.$$

Agar biz ifodaning surat va maxrajini Q ga ko'paytirsak, maxrajda umumiy daromadni, suratda foydani olamiz:

$$L = \frac{(P - AC) \cdot Q}{P \cdot Q} = \frac{\pi}{TR}.$$

Shunday qilib, Lerner ko'rsatkichi yuqori foyda olishni monopoliyaning dalolati ekanligini ko'rsatadi.

Monopol hokimiyatni xarakterlash uchun bozorni markazlashuv darajasi ko'rsatkichidan ham foydalaniladi. Bu ko'rsatkich birinchi bo'lib Xerfindal-

Xirshman tomonidan tavsiya etilgani uchun, u Xerfindal-Xirshman indeksi deb yuritiladi.

Bu indeks korxonalarining bozordagi ulushlari yig'indisi sifatida qaraladi va qaysi firmaning bozordagi ulushi yuqori bo'lsa, u firma bozorda monopol hokimiyatiga ega bo'lishi mumkin yoki shunday imkoniyat mavjud deb qaraladi. Firmalar bozordagi ulushiga ko'ra tartiblashtiriladi.

$$I = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

bu erda: I - Xerfindal-Xirshman indeksi;

S_1^2 - bozorda eng katta ulushga ega bo'lgan firma;

S_2^2 - undan keyingi kattalikdagi ulushga ega firma va hokazo;

S_n^2 -eng kichik ulushga ega bo'lgan firma.

Agar tarmoqda yagona firma bo'lib, uning mahsuloti tarmoq mahsulotini tashkil qilsa, S_1^2 q100% bo'ladi va bunday hol sof monopoliya bo'ladi, ya'ni Xerfindal-Xirshman indeksi $I = 10000$ ga tengdir.

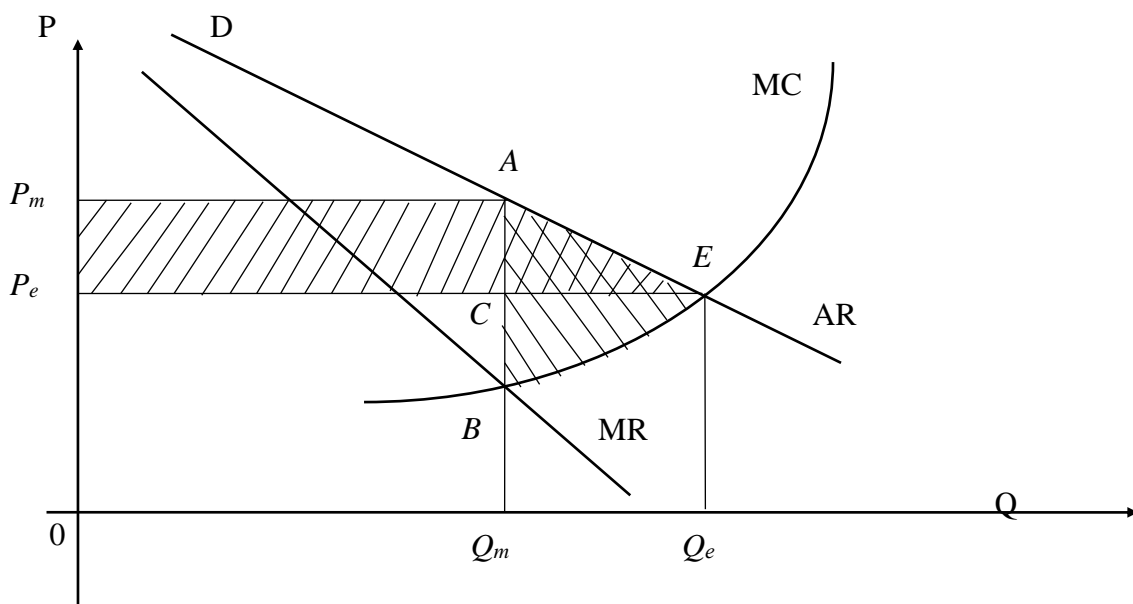
Masalan, AQShda Xerfindal-Xirshman indeksi $I = 1800$ dan oshgan tarmoqlar, monopol tarmoqlarga kiradi. Yuqoridagi indeksdan monopoliyaga qarshi olib boriladigan faoliyatda foydalaniladi. Bozorning katta qismini bir necha firmalar tomonidan egallab olinish holatiga **bozorning markazlashuvi** deyiladi.

3.Monopol hokimiyat va jamiyat farovonligi.

Monopol hokimiyatda narx chekli xarajatdan yuqori bo'ladi. Monopol hokimiyatda narx oshadi, ishlab chiqarish hajmi kamayadi, natijada bu firmaning daromadini oshishiga va iste'molchilar turmush darajasining pasayishiga olib kelishi mumkin.

Iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar ortiqchalarini monopol va raqobatlashgan bozor sharoitlarida qaraymiz (2-rasm).

Raqobatlashgan bozordagi ishlab chiqaruvchilar va monopol ishlab chiqarishning chekli xarajatlari (MC) bir xil deb faraz qilaylik. 2-rasmda monopolistning o'rtacha va chekli daromadlar chiziqlari AR , MR va chekli xarajatlari chizig'i ko'rsatilgan.



4-rasm. Monopol hokimiyatidan olinadigan zararni ifodalovchi grafik.

Ma'lumki, monopolist o'z foydasini $MC = MR$ bo'lishini (V nuqta) ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmida maksimallashtiradi. Monopolistning optimal ishlab chiqarish hajmi Q_m ga va u belgilaydigan narx P_m ga teng. Raqobatlashgan bozorda $P = MC$ bo'lgandagi ishlab chiqarish hajmi maksimal foydani ta'minlaydi va talab chizig'i (2-rasmda bu o'rtacha daromad AR chizig'i) bilan taklif chizig'i (2-rasmda MC chizig'i) kesishgan nuqta E da muvozanat narx P_e va muvozanat ishlab chiqarish hajmi Q_e aniqlanadi.

Monopol narxda iste'molchilar kamroq mahsulot sotib oladilar. Mahsulotni monopol narxda sotib olgan xaridorlar o'zlarining iste'mol ortiqchasining ma'lum qismini yo'qotadi, bu yo'qotish 2-rasmda $P_e P_m AC$ to'g'ri to'rtburchak yuzasiga teng. Mahsulotni P_e narxda sotib olishni xohlagan, lekin P_m narxda sotib olaolmagan iste'molchilar ham, iste'mol ortiqchasining qismini yo'qotadi, 2-rasmda bu yo'qotish AEC uchburchak yuzasiga teng. Iste'molchilarning iste'mol ortiqchasining umumiy yo'qotishi $P_e P_m AC$ to'rtburchak yuzi bilan AEB uchburchak yuzi yig'indisiga teng. Ishlab chiqaruvchi esa mahsulotni yuqori P_m narxda sotib $P_e P_m AC$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalangan foydani oladi, ammo, shu bilan birga u ishlab chiqarish ortiqchasining BCE uchburchak yuzasiga teng bo'lgan qismini yo'qotadi, ya'ni u qo'shimcha $(Q_e - Q_m)$ birlik mahsulot ishlab

chiqarib, uni P_e narxda sotib olish mumkin bo'lgan qo'shimcha foydasini yo'qotadi.

Shunday qilib, ishlab chiqaruvchining umumiy foydasi $P_e P_m AC$ to'rt to'rtburchak yuzidan, BCE uchburchak yuzasini ayirmasiga teng. Endi ishlab chiqaruvchining umumiy foydasidan iste'molchi yo'qotgan iste'mol ortiqchasini ayirsak ($ABE = AEC + BCE$), ABE uchburchak yuzasiga teng bo'lgan sof yo'qotishni olamiz. Bu sof yo'qotish, monopol hokimiyatidan kelib chiqadi.

ABE uchburchak yuzasiga teng sof yo'qotish monopoliyaning «o'lik yuki» bo'lib, u jamiyatning yo'qotishi yoki jamiyatning monopoliyadan ko'radigan zararini ifodalaydi.

Monopol firma o'z monopoliyasini saqlab qolish uchun, boshqa firmalarni tarmoqga kirishga to'siqlar yaratish uchun yana xarajatlar qilsa, u bu bilan jamiyat yo'qotishlarini yanada oshirishi mumkin.

4. Narxlarni muvofiqlashtirish va monopoliyaga qarshi qonun.

Bu erda biz monopol hokimiyatga ega bo'lgan monopolistlar to'g'risida gap yuritamiz. Lekin, hozirgi vaqtda monopoliyaning ijobiy tomonlari borligini hech kim inkor qila olmaydi.

Yiriklashgan korxonalarda ilmiy-texnik rivojlanish imkoniyati katta bo'ladi, nima uchun deganda, bunday korxonalarining moliyaviy imkoniyatlari ham katta bo'lganligi uchun, ular ilmiy izlanishlarga ko'proq mablag' ajratishlari mumkin.

Yiriklashgan korxonalariga masshtab samarasidan yaxshiroq foydalana oladilar, chunki ularda ilmiy-tadqiqot ishlarini, tajriba-konstruktorlik ishlab chiqishlarni keng masshtabda yo'lga qo'yish mumkin bo'ladi. Bu o'z navbatida mahsulot tannarxini pasaytirishga va uning sifatini oshirishga imkon yaratadi. Lekin, hozirgi bozor munosabatlarining rivojlanganligi, jahon bozorining shakllanganligi, xalqaro iqtisodiy aloqalarning kengayib borishi sharoitida kuchli bozor hokimiyatiga ega monopolistni topish qiyin.

Monopolistlarning jamiyatga ta'sir qiluvchi salbiy tomonlari borligini ham esdan chiqarmaslik lozim. Yiriklashgan firmalar o'z mahsuloti sifatini oshirishga va uni tez-tez yangilashga alohida e'tibor beradi, deb bo'lmaydi. Ushbu firmalarda yaratilgan yangiliklarni ishlab chiqarishga joriy qilishni ko'p hollarda to'xtab qolishini ham ko'rish mumkin.

Monopolist narxni chekli xarajatdan yuqori qilib belgilaydi, ya'ni $P > MC$. Natijada resurslarning taqsimlanishi samarali bo'lmaydi. Monopol narxning o'rnatilishi jamiyatda yo'qotishlarga olib keladi. Narx qanchalik yuqori bo'lsa, jamiyatning yo'qotishi ham shunchalik ko'p bo'ladi. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda monopoliyaga qarshi qonunlar ishlab chiqarilgan.

Monopoliyaga qarshi qonun firmalarda jamiyat uchun xavfli bo'lgan monopolistik hokimiyatni to'planishini cheklashga qaratilgan. Monopolistik hokimiyat yuqorida aytganimizdek, monopolistning bozor narxiga ta'sir qilish

kuchini bildiradi. Qaysi firma bozor narxiga ko'proq ta'sir qila olsa, u ko'proq monopolistik hokimiyatga ega bo'ladi.

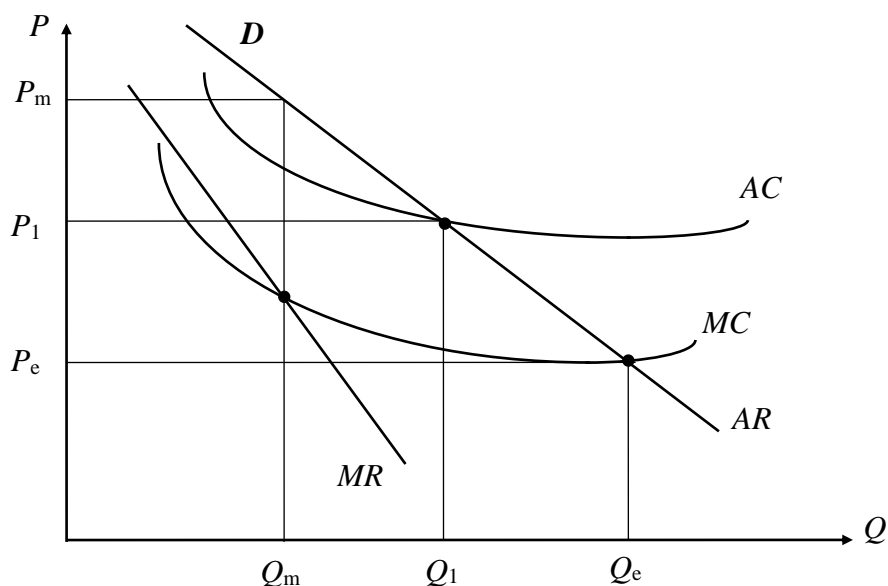
Ko'pchilik adabiyotlarda monopoliyaga qarshi qonunga klassik misol sifatida AQShning trestlarga qarshi qonuni keltiriladi. 1890 yilda birinchi bo'lib Sherman qonuni deb ataluvchi qonun qabul qilingan bo'lib, u asosan savdoni va tijoratni monopollashtirishga qarshi qaratilgan edi. Ushbu qonun savdo erkinligini cheklovchi har qanday kelishuvni taqiqlar edi va raqobatchilarni adolatsiz yo'l bilan yo'qotishni jinoyat deb qarar edi. Ushbu qonunni buzganlar jarima to'lashdan tortib, firmani tarqatib yuborishgacha va hatto jinoiy javobgarlikka tortishgacha jazolanishni nazarda tutar edi.

1914 yilda Kleyton va federal savdo komissiyasi qonuni qabul qilindi. Ushbu qonun Sherman qonuniga qaraganda ancha mukammallashtirilgan qonun bo'lib, u qonunni bajarilishini nazorat qilishni federal savdo komissiyasi zimmasiga yuklagan edi. Bundan tashqari ushbu qonunda monopoliyani vujudga kelishini oldini olish bo'yicha qilinadigan chora-tadbirlar belgilandi.

1938 yildagi Uiler qonuni iste'molchilar huquqini himoya qilishga qaratildi (tovar to'g'risida noto'g'ri axborot berish va noto'g'ri reklama berishga qarshi).

Keyingi yillarda ham trestlarga qarshi qonunchilik AQShda rivojlandi. AQShning trestlarga qarshi qonuni boshqa davlatlarda monopoliyaga qarshi qonunlarni ishlab chiqishda va rivojlantirishda muhim rol o'ynadi.

Narxlarni nazorat qilish va ularni muvofiqlashtirish ko'proq tabiiy monopoliyalarga qo'llaniladi. Eslasak, raqobatlashgan bozorda narx chekli xarajatga teng bo'lar edi ($P_e = MC$) (3-rasm). Lekin, bunday narxni tabiiy monopoliyalarga qo'llab bo'lmaydi, chunki bu narxda bir qator ishlab chiqaruvchilar zarar bilan ishlab ishdan chiqadilar. Nima uchun deganda, ishlab chiqaruvchilarning xarajatlari har xil bo'lgani uchun narxlar ham har xil bo'ladi.



3-rasm. Tabiiy monopoliyada narxni muvofiqlashtirish.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, P_e narx raqobatlashgan bozor narxiga to'g'ri keladi va u chekli xarajat bilan o'rtacha daromad chiziqlari kesishgan nuqta bilan aniqlanadi. Narx davlat tomonidan muvofiqlashtirilmasa, monopolist narxni P_m darajada belgilab, Q_m miqdorda mahsulot ishlab chiqaradi. Davlat esa narxni barcha uchun o'rtacha xarajat darajasida (o'rtacha xarajat chizig'i bilan daromad chizig'i kesishgan nuqta) belgilaydi, ya'ni P_1 . Bu narxga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish hajmi Q_1 ga teng. $P_1 = AC$ bo'lishi tabiiy monopolistlarga (uzoq muddatli raqobatlashgan bozordagi firmalar kabi) normal foyda olish imkonini beradi.

P_1 narxda ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori optimal hajmdan kichik ($Q_1 < Q_e$) bo'lsa ham iste'molchilar monopolist narxi tartiblashtirilmagandagiga qaraganda ($Q_m < Q_1$) ko'proq mahsulot sotib olish imkoniyatiga ega bo'ladi. O'rtacha xarajat darajasida o'rnatiladigan narx P_1 ni «**adolatli foyda olishni ta'minlaydigan narx**» deb ataydilar. AQShda «adolatli» narxni ta'minlanishini juda ko'p federal komissiyalar kuzatib boradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. **Salimov B.T. va boshqalar. Mikroiqtsodiyot. Darslik. –T.: TDIU, 2005. 10 b.t.**
2. **Nuriev N. Kurs mikroekonomiki. –M.: YuNITI-DANA, 2008.**
3. **Pindayk R., Rubinfeld. Mikroekonomika. -M.: YuNITI, 2006.**
4. **Makkonel R., Bryu S. Ekonomiks. –M.: Respublika, 2012.**
5. **O'zbekiston Respublikasining “Raqobat to'g'risida” gi Qonuni. 2011 yil 5-dekabr.**
6. **O'zbekiston Respublikasining “Tabiiy monopoliyalar to'g'risida” gi Qonuni. 2001 yil 24-may.**

2-MAVZU. OLIGOPOLIYA VA KURNO MODEL.

Oligopoliya - bu shunday bozor turiki, undagi tovar taklifining hammasi, yoki deyarli hammasi bir necha ishlab chiqaruvchi firmalar tomonidan bo'lib olingan va bu bozorga yangi firmalarning kirishi katta to'siq orqali cheklangan bo'ladi.

Oligopoliya so'zi grekcha bo'lib (*oligos* - bir necha, *poleo* - sotaman) sotuvchilarning kamligini bildiradi. Oligopol tarmoqlarga misol sifatida AQShning avtomobil sanoati, po'lat, alyumin, elektruskunalar va kompyuter tarmoqlarini keltirish mumkin. Bu tarmoqlarda ishlab chiqariladigan umumiy mahsulot hajmi bir necha firmalar hissasiga to'g'ri keladi.

Oligopolik bozorni uning quyidagi uchta xususiyati ajratib turadi:

- birinchidan, tarmoqda faoliyat ko'rsatayotgan firmalarning kamligi;
- ikkinchidan, tarmoqga kiruvchi firmalar uchun kuchli to'siqlarning mavjudligi;
- uchinchidan, oligopolik bozordagi firmalarning harakati bir-biriga bog'liqligi.

Oligopolik bozorning uchinchi xususiyatiga ko'ra, firmalarning iqtisodiy harakatlari bir-biriga bog'liq, ya'ni har bir firma biror iqtisodiy strategiyani tanlaganda, boshqa firmalarning ushbu strategiyaga bo'lgan munosabatini e'tiborga olish kerak bo'ladi.

Masalan, bir firma o'z mahsulotiga talabni rag'batlantirish uchun mahsulotining narxini 10 foizga kamaytirsa, u asosan raqobatlashuvchi firmalar hisobidan o'z mahsulotini sotish hajmini anchaga oshirishi mumkin va ular hisobidan iz foydasini oshirishi mumkin.

Lekin firmaning bu narx siyosatiga javoban boshqa raqobatlashuvchi firmalar har xil iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin:

- birinchidan, boshqa firmalar e'tibor bermasligi mumkin;
- ikkinchidan, ular ham narxni 10 foizga tushirishi mumkin, natijada firmalar oladigan foyda miqdori kamayadi, hatto nolga teng bo'lishi ham mumkin;
- uchinchidan, boshqa firma bu firmani sindirish maqsadida mahsulotiga bo'lgan narxni 10 foizdan yuqoriroqqa pasaytirishi mumkin, lekin bunday holatni davom etishi narxlar jangiga olib kelishi mumkin.

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

Umuman olganda, oligopolik bozorda firma tomonidan qabul qilingan har qanday iqtisodiy siyosat - narxlarni o'zgartirish, ishlab chiqarish hajmini o'zgartirish, reklamani kuchaytirish - raqobotlashuvchi firmalarning ushbu siyosatga bo'lgan munosabatini bilishni va uni prognoz qilishni talab qiladi.

Narxlar jangi narx o'rtacha xarajatga teng bo'lgunga qadar davom etadi, ya'ni $P = AC = MC$. Bu tenglik oligopolik bozor muvozanatini beradi. Muvozanat holatda hech bir firma narxini kamaytirishdan qo'shimcha foyda ola olmaydi. Muvozanat holatda firmalarning iqtisodiy foydasi nolga teng.

Shtakelberg modeli – ishlab chiqarish hajmini birinchi belgilagandagi ustunlik

Kurno modelida ikkita duopolist ishlab chiqarish hajmini bir vaqtda belgilaydi. Endi faraz qilaylik, birinchi firma ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilaydi. Bu holda qaysi firma ko'proq yutib chiqadi va ishlab chiqarish hajmi qanday o'zgaradi?

Kurno modeliga misolni qaraymiz. Ikkala firmaning chekli xarajatlari bir-biriga teng: $MS_1 = MS_2 = 4$.

Bozor talabi chizig'i $Q = 40 - R$, teskari talab chizig'i $R = 40 - Q$ formulalar orqali berilgan.

Faraz qilaylik, 1-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilasin. Birinchi firmaning ishlab chiqarish hajmidan kelib chiqib, 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini ikkinchi bo'lib belgilasin. Bu holda 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini belgilangan deb hisoblaydi, chunki 1-firmaning ishlab chiqarish hajmini ma'lum deb qaraydi. Unda 2-firmaning foydasini

maksimallashtiruvchi mahsulot hajmini ifodalovchi tenglama, ya'ni Kurno reaksiya formulasi quyidagicha:

Shtakelberg modeli – ishlab chiqarish hajmini birinchi belgilagandagi ustunlik

Kurno modelida ikkita duopolist ishlab chiqarish hajmini bir vaqtda belgilaydi. Endi faraz qilaylik, birinchi firma ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilaydi. Bu holda qaysi firma ko'proq yutib chiqadi va ishlab chiqarish hajmi qanday o'zgaradi?

Kurno modeliga misolni qaraymiz. Ikkala firmaning chekli xarajatlari bir-biriga teng: $MS_1 = MS_2 = 4$.

Bozor talabi chizig'i $Q = 40 - R$, teskari talab chizig'i $R = 40 - Q$ formulalar orqali berilgan.

Faraz qilaylik, 1-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilasin. Birinchi firmaning ishlab chiqarish hajmidan kelib chiqib, 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini ikkinchi bo'lib belgilasin. Bu holda 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini belgilangan deb hisoblaydi, chunki 1-firmaning ishlab chiqarish hajmini ma'lum deb qaraydi. Unda 2-firmaning foydasini maksimallashtiruvchi mahsulot hajmini ifodalovchi tenglama, ya'ni Kurno reaksiya formulasi quyidagicha:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot Q_1 \quad (12.1)$$

1-firma foydasini maksimallashtiruvchi mahsulot hajmi Q_1 ni chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirib aniqlaydi.

Ma'lumki, 1-firma daromadi teng:

$$R_1 = P \cdot Q_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - Q_2 \cdot Q_1 \quad (12.2)$$

1-firma 2-firmaning reaksiya formulasidan foydalanib, (12.2)ga (12.1)ni qo'yib, daromad funksiyasini aniqlaydi.

$$R_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - 18 \cdot Q_1 + 0,5 \cdot Q_1^2 = 22 \cdot Q_1 - 0,5 \cdot Q_1^2$$

Chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirib,

$$MR = 22 - Q_1 = 4$$

tenglamani echib, 1-firmaning optimal ishlab chiqarish hajmi $Q_1 = 18$ ga tengligini ko'ramiz. 2-firmaning ishlab chiqarish hajmini (12.1) reaksiya formulasidan foydalanib aniqlaymiz:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot 18 = 9$$

1-firma 2-firmaga nisbatan ikki barobar ko'p mahsulot ishlab chiqaradi va ikki barobar ko'p foyda oladi. Ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilash 1-firmaga ustunlik beradi. Buning sababi shundaki, ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilaganda, 2-firma shu belgilagan hajmdan kelib chiqib, mahsulot hajmini belgilaydi. Chunki

2-firmaning ko'p mahsulot ishlab chiqarishi noratsional hisoblanadi, uning daromadi kamayib ketadi.

Kurno yoki Shtakelberg modelidan foydalanish tarmoqdagi holatga bog'liq. Tarmoqda bir xil hajmdagi firmalar faoliyat yuritayotgan bo'lsa, lider firma bo'lmasa, unda Kurno modeli ko'proq mos keladi. Tarmoqda lider firma bo'ladigan bo'lsa, bunday holatda Shtakelberg modeli yaxshi natija berishi mumkin.

Narx bo'yicha raqobat – Bertran modeli

Biz ko'rdikki, oligopolistik firmalar ishlab chiqarish hajmini belgilash orqali raqobatlashadi. Lekin amalda oligopolistik firmalar narx belgilash orqali raqobatlashishi mumkin. Yirik kompaniyalar uchun narx strategik ko'rsatkich hisoblanadi va har bir firma tovariga narxni raqobatchilar harakatidan kelib chiqib belgilaydi. (Oligopolik bozorda narx raqobati modeli 1883 yilda frantsuz iqtisodchisi Djozef Bertran tomonidan ishlab chiqilgan.)

Faraz qilaylik, endi firmalar bir vaqtda narxlarni belgilab raqobatlashadi. Bu holda firmalar qanday narx belgilashini va qancha foyda olishini ko'rib chiqamiz. Dupolik bozorda bir xil turdagi mahsulot ishlab chiqarilgani uchun iste'molchilar qaysi firmaning narxi past bo'lsa, o'sha firmaning tovarini sotib oladi. Demak, firmalar har xil narx belgilaganda, past narx belgilagan firma butun bozorni egallab oladi. Agar firmalar bir xil narx belgilashsa, iste'molchilar uchun qaysi firma tovarini sotib olishda farqi qolmaydi. Firmalar bir xil hajmda mahsulot sotadi va bir xil foyda oladi, deb aytish mumkin. Firmalar qanday narx belgilashini Nesh muvozanati bo'yicha qaraydigan bo'lsak, ular narxni chekli xarajatga teng qilib belgilaydi, ya'ni $R_1 = R_2 = 4$ doll.

Tovarlar differentsiallashtirilgan bo'lganda, narx bo'yicha raqobat modeli

Oligopolik bozorda bir turdagi tovarlar ishlab chiqarilsa ham, bu tovarlar differentsiallashtirilgan bo'lishi mumkin. Masalan, benzin bir turdagi tovar bo'lishi bilan birga u differentsiallashtirilgan, markasi bo'yicha yoqilg'i quyish shoxobchasining joylashishi va xizmat ko'rsatishi bo'yicha bir-biridan farq qiladi.

Faraz qilaylik, duopolislar differentsiallashtirilgan bir turdagi tovar ishlab chiqaradi. Har bir firmaning o'zgarmas xarajati 40 doll. bo'lsin, o'zgaruvchan xarajati nolga teng. Ikkala firmaning talab chiziqlari quyidagi funktsiyalar orqali berilgan bo'lsin:

$$Q_1 = 36 - 2R_1 - R_2 \quad (1)$$

$$Q_2 = 36 - 2R_2 + R_1 \quad (2)$$

Bu erda: R_1 – birinchi firma belgilagan narx, R_2 – ikkinchi firma tovari narxi, Q_1 – birinchi firma tovari hajmi, Q_2 – ikkinchi firma tovari hajmi.

Firmalar bir vaqtda narxni belgilasa, muvozanat holatni Kurno modelidagiday aniqlash mumkin. Har bir firma narxni belgilaganda, raqib firmaning narxi belgilangan va o'zgarmas deb hisoblaydi. Birinchi firmaning foydasi P_1 ni aniqlaymiz, ya'ni daromaddan xarajatni ayiramiz:

$$P_1 = R_1 Q_1 - 40 \quad (3)$$

Q_1 ning o'rniga birinchi firmaning talab funksiyasini qo'yib, foyda funksiyasini aniqlaymiz:

$$P_1 = 36 \cdot R_1 - 2R_1^2 + R_2 R_1 - 40 \quad (4)$$

R_2 – o'zgarmas deydingan bo'lsak, R_1 ning qaysi qiymatida 1-firma maksimal foyda olishini aniqlash uchun foyda funksiyasidan R_1 bo'yicha hosila olib, natijani nolga tenglashtirib, R_1 ni aniqlaymiz:

$$\frac{\Delta \Pi_1}{\Delta P_1} = 36 - 4R_1 + R_2 = 0 \quad (5)$$

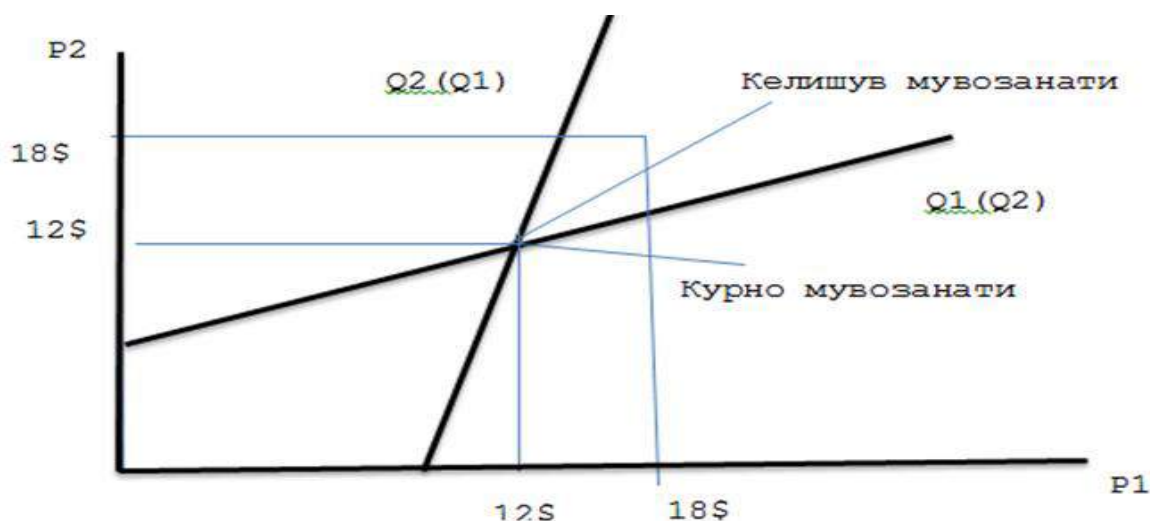
$$P_1 = 9 + \frac{1}{4} P_2$$

(5) tenglamadan 1-firmaning reaksiya chizig'ini aniqlaymiz

Xuddi shu yo'l bilan 2-firmaning reaksiya chizig'ini aniqlaymiz:

$$R_2 = 9 + \frac{1}{4} R_1$$

Bu reaksiya chizig'i 1-firma narxni o'rnatganda, 2-firma qanday narx belgilashini bildiradi. Reaksiya chiziqlari quyidagi 1-rasmda keltirilgan:



1-расм. Курно мувозанати

Rasmdan ko'rish mumkin, firmalarning reaksiya chiziqlari kesishgan nuqta Nesh muvozanatini bildiradi. Har bir firma 12 doll. narx belgilab, 24 birlik tovar sotadi va 248 dollardan foyda oladi. Nesh muvozanatining qoidasiga ko'ra, ikkala firma ham narxni o'zgartirishdan manfaatdor emas, ularning har biri uchun muvozanat narx 12 doll. bo'lganda, eng yaxshi holat bo'ladi. Faraz qilaylik, endi firmalar kelishib, bir xil narx belgilaydi va bu narx ikkala firmaning ham foydasini maksimalashtiruvchi narx

3-Mavzu. O'yinlar nazariyasi

1. Asosiy tushunchalar
2. Tovarni tanlash muammosi
3. Dominant strategiya va Nesh muvozanati
4. Aralash strategiya
4. Qamalgan shaxs muammosi
5. Takrorlanadigan o'yinlar va "Qasdma-qasd strategiyasi"

O'yin – bu har qanday vaziyat bo'lib, unda o'yinchilar strategik qaror qabul qiladi, ya'ni qolgan har bir o'yinchining harakatini va reaksiyasini hisobga olib qaror qabul qiladi. O'yinlarga misol sifatida bir-biri bilan raqobatda bo'lgan firmalarning narx belgilashi, auksionda noyob san'at asari uchun narx belgilovchi sotib oluvchilar guruhi.

Strategik qaror qabul qilish o'yinchilarning yutug'ida o'z ifodasini topadi. Firmalarning narx belgilashdagi yutug'i bo'lib foyda hisoblanadi.

O'yinlar nazariyasining bosh masalasi, har bir o'yinchi uchun optimal strategiyani tanlash. Strategiya – o'yinni o'tkazishdagi reja yoki harakatlar qoidasi. Narx belgilashda firmalarning strategiyasi quyidagicha bo'lishi mumkin, "Men belgilangan narximni yuqori ushlab turaman, to mening mening raqiblarim ham shunday qilgunicha, agar raqiblarimdan biri narxni pasaytirsam, men narxni undan ko'proq pasaytiraman".

O'yinchi uchun optimal strategiya – shunday strategiyaki u o'yinchining kutiladigan yutug'ini maksimallashtiradi.

A va V kompaniyalar raqobatlashgan tovar sotadi va reklama kompaniyasini amalga oshirishga qaror qiladi. Har bir firmaning strategiyasi raqib firmaning strategiyasidan bog'liq. O'yinning natijasi to'lov matritsasida yoki yutuq matritsasida berilgan. 13.1 jadval. Har bir kletkadagi 1- raqam A firmaning yutug'i, 2-raqam V firmaning yutug'i. Ikkala firma ham reklama qiladigan bo'lsa A firma 10 birlik foyda oladi, V firma - 5 birlik. Agar A reklama bersa, V reklama bermasa A ning yutug'i 15 birlikni tashkil etadi, V niki – nul. Jadvaldan ko'rish mumkin, A firma uchun reklama qilish **dominant** strategiya hisoblanadi, chunki A reklama qilganda V qaysi strategiyani tanlamasin A firmaning yutug'i maksimal bo'ladi, yani V reklamani tanlasa A ning yutug'i $10 > 6$, V reklama qilmasa A ning yutug'i $15 > 10$ bo'ladi. Xuddi shunday V uchun ham reklama berish dominant strategi bo'ladi.

Таблица 13.1
Матрица выигрышей для рекламной игры

		ФИРМА В	
		Рекламирывать	Не рекламирывать
ФИРМА А	Рекламирывать	10,5	15,0
	Не рекламирывать	6,8	10,2

Ikkala firma ham ratsional harakat qiladi deb faraz qilsak, o'yinning eng yaxshi natijasi ikkala firmaning reklama qilishi hisoblanadi. Har bir o'yinchi dominant strategiyaga ega bo'lsa o'yin natijasini **dominant strategiya muvozanati** deyiladi.

O'yinda har bir o'yinchi uchun har doyim ham dominant strategiya bo'lavermaydi. 13.1 jadvaldagi o'yinning o'ng tomondagi pastki kletkaga o'zgartirish kiritamiz 13.2 jadval. Bu o'yinda A firmaning dominant strategiyasi yo'q. Lekin V niki bor – reklama berish. V dominant strategiyani tanlaydi, A ham reklamani tanlasa muvozanat holat sodir bo'ladi. Bu muvozanatga Nesh muvozanati deyiladi. Bu o'yinda A firma V ning qaroriga ko'ra mumkin bo'lgan eng yaxshi strategiyani tanlaydi. V ham A ning qaroriga ko'ra eng yaxshi strategiyani tanloydi.

Таблица 13,2
Модифицированная рекламная игра

		ФИРМА В	
		Рекламирывать	Не рекламирывать
ФИРМА А	Рекламирывать	10,5	15,0
	Не рекламирывать	6,8	20,2

Tovarni tanlash muammosi

Bozorda ikki variantdagi yangi suxari noni sotilishi mumkin. Bittasi shirin, ikkinchisi gijirlagan (xrustyashchiy). Faraz qilaylik, firmalarning resurs imkoniyatlari faqat bir turdagi maxsulotni ishlab chiqarish uchun etarli. Firmalar uchun yutuq matritsasi 13.3 jadvalda keltirilgan. Agar ikkala firma bir xil maxsulot ishlab chiqarsa ikkalasi ham zarar ko'radi. Firmalar koalitsiyaga bormasdan harakat qilsin deylik. Faraz qilaylik 1-firma nashriyot orqali shirin suxari nonini ishlab chiqarishini bildirdi. 2-firma bu axborotga ishonib xrusyashchiy suxarini bozorga chiqarish bo'yicha qaror qabul qiladi. Agar 1-firma e'lon qilgan maxsulotini bozorga chiqarsa uning yutug'i 10 ga teng bo'ladi. Agar u boshqa variantni tanlasa va 2-firma oldingi strategiyada qolsa 1-firmaning yutug'i -5 ga teng bo'ladi. Demak chapdagi past kletkadagi strategiyalar barqaror bo'lib, Nesh

muvozanatini beradi. O'ngdagi yuqori kletkadagi strategiyalar ham Nesh muvozanatini beradi.

Таблица 13.3
Проблема выбора товара

		ФИРМА 2	
		Хрустящий	Сладкий
ФИРМА 1	Хрустящий	-5, -5	10, 10
	Сладкий	10, 10	-5, -5

Har bir Nesh muvozanati barqaror, chunki har bir o'yinchi bir tomonlama muvozanat holatdan chetlanishni xoxlamaydi.

Aytish kerakki, bu o'yinda qo'shimcha axborotsiz qaysi muvozanat «xrustyashchiy-shirin» yoki «shirin-xrustyashchiy» sodir bo'lishini aniqlash usuli yo'q, umuman shu muvozanatlardan biri sodir bo'lishi mumkinmi bu ham noma'lum. Odatda bunday holatlarda firmalar qaysi tarmoqda harakat qilishi to'g'risida bir – biriga signal beradi.

Dominant strategiya shunday strategiyaki, raqib tomon qanday strategiyani tanlashdan qat'i nazar men optimal strategiyani tanlayman. O'yinchining dominant strategiyasi, uning raqibi qanday strategiyani tanlamasin, 1-o'yinchi optimal strategiyani tanlaydi.

Nesh muvozanati o'yinchilarning shunday strategiyalar to'plamiki (yoki o'yinchilarning shunday harakat strategiyalariki), bunda har bir o'yinchi, raqibining tanlagan strategiyasidan kelib chiqib, mumkin bo'lgan eng yaxshi strategiyani tanlaydi. Endi **Nesh muvozanati** tushunchasi bilan **dominant strategiya** tushunchasini taqqoslaymiz.

Dominant strategiya: raqibim qanday strategiyani tanlashidan qat'i nazar men eng yaxshi strategiyani tanlayman. Men qanday strategiyani tanlashimdan qat'i nazar siz eng yaxshi strategiyani tanlaysiz.

Nesh muvozanati: siz tanlagan strategiyani hisobga olib, men eng yaxshi strategiyani tanlayman. Men tanlagan strategiyadan kelib chiqib, siz eng yaxshi strategiyani tanlaysiz.

Nesh muvozanati nokorporativ strategiya hisoblanadi: raqib firmaning harakatidan kelib chiqib, har bir firma mumkin bo'lgan maksimal foyda keltiruvchi qarorni qabul qiladi.

IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI

1 amaliyot. Monopoliya, sof monopoliya va davlat tomonidan tartibga solish.

Sof monopoliya

Shaharda bolalar velosipedini ishlab chiqaradigan yagona firma faoliyat yuritadi.

Bolalar velosipediga talab funksiyasi quyidagicha:

$$Q = 60 - P, \quad Q - 1 \text{ yilda ishlab chiqarilgan velosiped soni.}$$

Teskari talab funksiyasi:

$$P = 60 - Q, \quad P - \text{velosiped narxi.}$$

Yalpi xarajat funksiyasi:

$$TC = Q^2 + 180, \quad TC - \text{yalpi xarajat.}$$

O'lchov birligi:

Q – ming dona, TC, P – ming so'm.

Aniqlansin:

1. Optimal monopol mahsulot hajmi, monopol narx, monopol foyda, rentabellik.

2. Raqobatlashgan bozor parametrlari, raqobatlashgan va monopol bozorlarni taqqoslama tahlili.

3. Monopol mahsulotga talab elastikligi, monopol hokimyat.

4. O'ng qol qoidasi bo'yicha optimal monopol narx.

5. Monopolist mahsulotiga yaqin mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarining rentabelligi 30% bo'lsa, monopolist uchun "Adolatli" foyda keltiruvchi narx aniqlansin.

a) optimallik shartidan foydalanamiz:

$$MR = MC$$

$$MR = R'(Q) = (P * Q)' = [(60 - Q) * Q] =$$

$$(60 * Q - Q^2)' = 60 - 2Q$$

$$MC = (Q^2 + 180)' = 2Q$$

$$60 - 2Q = 2Q$$

$$Q = \frac{60}{4} = 15 \text{ ming dona velosiped bir yilda ishlab chiqaradi.}$$

Narxni topamiz:

$$P = 60 - Q = 60 - 15 = 45 \text{ ming so'm.}$$

Monopol foydani aniqlaymiz:

$$F = P * Q - [TC = Q^2 + 180] =$$

$$= 45 * 15 - [152 + 180] =$$

$$= 675 - 405 = 270 \text{ mln. so'm.}$$

$$\text{Rentabellik} = 270/405 * 100 = 0.67$$

Monopolistning 1 so'm sarfi 67 tiyin foyda keltiradi, 1 mln. sarfi esa 670 ming so'm foyda keltiradi.

2. Raqobatlashgan bozor parametrlarni aniqlaymiz:

Rasm 1. Monopol foyda, monopol narx.

E – raqobatlashgan bozorning muvozanat nuqtasi

B – monopolistning muvozanati

S = MC – taklif chizig'i

D = AR – talab chizig'i

$$MC = TC' (Q) = [Q^2 + 180] = 2Q$$

$$R = P * Q = (60 - Q) * Q = 60 * Q - Q^2$$

$$AR = \frac{R}{Q} = 60 - Q = D$$

$$S = D$$

$$2Q = 60 - Q \rightarrow 3Q = 60$$

$$Q^* = 20 \text{ ming velosiped}$$

$$P^* = 60 - 20 = 40 \text{ ming so'm}$$

2. Raqobatlashgan bozor bo'lganida 20 ming dona velosiped ishlab-chiqarilardi va u 40 ming so'mdan sotilardi.

Monopolist istemolchilar hisobidan olgan monopol foyda teng.

$$\text{Monopol foyda} = 5000 * 15000 = 75 \text{ mln. so'm.}$$

Boshqa korxonalar 75 mln. so'mlik mahsulotni sotaolmaydi.

3. Monopol mahsulotga talab elastikligini topamiz:

$$E_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q} = [D = 60 - Q]' * \frac{P}{Q} = -1 * \frac{45}{15} = -3$$

Monopol hokimyatni aniqlaymiz, Lerner indeksi.

$$L = \frac{P-MC}{P} = -\frac{1}{E} = \frac{45-30}{45} = -\frac{1}{-3} = \frac{1}{3}$$

$$\text{Yoki: } L = \frac{(P-AC)Q}{P*Q} = \frac{(45-27)*15}{45*15} = 0.4$$

4. O'ng qo'l qoidasiga ko'ra monopol narxni topamiz:

$$\frac{P-MC}{P} = -\frac{1}{E} \quad \text{Bundan}$$

$$P = \frac{MC}{(1+\frac{1}{E})} = \frac{2Q}{1-\frac{1}{3}} = \frac{30*3}{2} = 45 \text{ ming so'm}$$

5. Monopolist "Adolatli" foyda keltiruvchi narxni topamiz:

$$P_A = 35.1 \text{ ming so'm}$$

Siz bu narxni aniqlang.

2 amaliyot. Oligipoliya va Kurno modeli.

Shtakelberg modeli – ishlab chiqarish hajmini birinchi belgilagandagi ustunlik

Kurno modelida ikkita duopolist ishlab chiqarish hajmini bir vaqtda belgilaydi. Endi faraz qilaylik, birinchi firma ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilaydi. Bu holda qaysi firma ko'proq yutib chiqadi va ishlab chiqarish hajmi qanday o'zgaradi?

Oldingi Kurno modeliga misolni qaraymiz. Ikkala firmaning chekli xarajatlari bir-biriga teng: $MS_1 = MS_2 = 4$.

Bozor talabi chizig'i $Q = 40 - R$, teskari talab chizig'i $R = 40 - Q$ formulalar orqali berilgan.

Faraz qilaylik, 1-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilasin. Birinchi firmaning ishlab chiqarish hajmidan kelib chiqib, 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini ikkinchi bo'lib belgilasin. Bu holda 2-firma o'zining ishlab chiqarish hajmini belgilangan deb hisoblaydi, chunki 1-firmaning ishlab chiqarish hajmini ma'lum deb qaraydi. Unda 2-firmaning foydasini maksimalashtiruvchi mahsulot hajmini ifodalovchi tenglama, ya'ni Kurno reaksiya formulasi quyidagicha:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot Q_1 \quad (12.1)$$

1-firma foydasini maksimallashtiruvchi mahsulot hajmi Q_1 ni chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirib aniqlaydi.

Ma'lumki, 1-firma daromadi teng:

$$R_1 = P \cdot Q_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - Q_2 Q_1 \quad (12.2)$$

1-firma 2-firmaning reaksiya formulasidan foydalanib, (12.2)ga (12.1)ni qo'yib, daromad funksiyasini aniqlaydi.

$$R_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - 18 \cdot Q_1 + 0,5 \cdot Q_1^2 = 22 \cdot Q_1 - 0,5 \cdot Q_1^2$$

Chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirib,

$$MR = 22 - Q_1 = 4$$

tenglamani echib, 1-firmaning optimal ishlab chiqarish hajmi $Q_1 = 18$ ga tengligini ko'ramiz. 2-firmaning ishlab chiqarish hajmini (12.1) reaksiya formulasidan foydalanib aniqlaymiz:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot 18 = 9$$

1-firma 2-firmaga nisbatan ikki barobar ko'p mahsulot ishlab chiqaradi va ikki barobar ko'p foyda oladi. Ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilash 1-firmaga ustunlik beradi. Buning sababi shundaki, ishlab chiqarish hajmini birinchi bo'lib belgilaganda, 2-firma shu belgilagan hajmdan kelib chiqib, mahsulot hajmini belgilaydi. Chunki 2-firmaning ko'p mahsulot ishlab chiqarishi noratsional hisoblanadi, uning daromadi kamayib ketadi.

Kurno yoki Shtakelberg modelidan foydalanish tarmoqdagi holatga bog'liq. Tarmoqda bir xil razmerdagi firmalar faoliyat yuritayotgan bo'lsa, lider firma bo'lmasa, unda Kurno modeli ko'proq mos keladi. Tarmoqda lider firma bo'ladigan bo'lsa, bunday holatda Shtakelberg modeli yaxshi natija berishi mumkin.

Narx bo'yicha raqobat – Bertran modeli

Biz ko'rdikki, oligopolistik firmalar ishlab chiqarish hajmini belgilash orqali raqobatlashadi. Lekin amalda oligopolistik firmalar narx belgilash orqali raqobatlashishi mumkin. Yirik kompaniyalar uchun narx strategik ko'rsatkich hisoblanadi va har bir firma tovariga narxni raqobatchilar harakatidan kelib chiqib belgilaydi.

Oligopolik bozorda narx raqobati modeli 1883 yilda frantsuz iqtisodchisi Djozef Bertran tomonidan ishlab chiqilgan.

Kurno modeli misolini qaraymiz. Unda chekli xarajatlar bir-biriga teng bo'lib, 4 ga teng: $MS_1 = MS_2 = 4$.

Kurno muvozanatida firmalar bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqaradi va ishlab chiqarish hajmini bir vaqtda belgilaydi: $Q_1 = Q_2 = 12$. Muvozanat narx 16 ga teng bo'lib, har bir firma 44 AQSh dollari miqdorida foyda oladi.

Faraz qilaylik, endi firmalar bir vaqtda narxlarni belgilab raqobatlashadi. Bu holda firmalar qanday narx belgilashini va qancha foyda olishini ko'rib chiqamiz. Dupolik bozorda bir xil turdagi mahsulot ishlab chiqarilgani uchun iste'molchilar qaysi firmaning narxi past bo'lsa, o'sha firmaning tovarini sotib oladi. Demak, firmalar har xil narx belgilaganda, past narx belgilagan firma butun bozorni egallab oladi. Agar firmalar bir xil narx belgilashsa, iste'molchilar uchun qaysi firma tovarini sotib olishda farqi qolmaydi. Firmalar bir xil hajmda mahsulot sotadi va bir xil foyda oladi, deb aytish mumkin. Firmalar qanday narx belgilashini Nesh muvozanati bo'yicha qaraydigan bo'lsak, ular narxni chekli xarajatga teng qilib belgilaydi, ya'ni $R_1 = R_2 = 4$ doll.

Bu holda jami 24 birlik tovar ishlab chiqariladi, har bir firma 12 birlikda tovar ishlab chiqaradi. Narxlar chekli xarajatga teng bo'lgani uchun ikkala

firmaning foydasi nolga teng bo'ladi. E'tibor beradigan bo'lsak, bu holat Nesh muvozanatini ifodalaydi. Chunki 1-firma narxni 4 dollardan yuqori belgilasa, u birorta ham tovar sota olmaydi, 2-firma esa butun bozorni egallaydi. Agar 1-firma narxni pasaytirsa, butun bozorni egallaydi, lekin zarar ko'radi. Shu sababli 1-firma ham, 2-firma ham narxni o'zgartirmaslikka harakat qiladi va bu Nesh muvozanatidir.

Firmalar narxni yuqori belgilab, masalan, 20 dollar qilib, ikkalasi ham foyda olishi mumkin. Lekin bu holda firmalardan biri narxni biroz pasaytirib, bozorni egallab, yuqori foyda olishi mumkin. Natijada har bir firma narxni biroz pasaytirib, yuqori foyda olishga harakat qiladi va oqibatda narx 4 dollarga tushadi.

Demak, bir vaqtda narx belgilash strategiyasi bir vaqtda hajm belgilash strategiyasidan keskin farq qilib, butunlay boshqa natijaga olib kelar ekan.

Tovarlar differentsiallashtirilgan bo'lganda, narx bo'yicha raqobat modeli Oligopolik bozorda bir turdagi tovarlar ishlab chiqarilsa ham, bu tovarlar differentsiallashtirilgan bo'lishi mumkin. Masalan, benzin bir turdagi tovar bo'lishi bilan birga u differentsiallashtirilgan, markasi bo'yicha yoqilg'i quyish shoxobchasining joylashishi va xizmat ko'rsatishi bo'yicha bir-biridan farq qiladi.

Faraz qilaylik, duopolislar differentsiallashtirilgan bir turdagi tovar ishlab chiqaradi. Har bir firmaning o'zgarimas xarajati 40 doll. bo'lsin, o'zgaruvchan xarajati nolga teng. Ikkala firmaning talab chiziqlari quyidagi funktsiyalar orqali berilgan bo'lsin:

$$Q_1 = 36 - 2R_1 - R_2 \quad (1)$$

$$Q_2 = 36 - 2R_2 + R_1 \quad (2)$$

Bu erda: R_1 – birinchi firma belgilagan narx, R_2 – ikkinchi firma tovari narxi, Q_1 – birinchi firma tovari hajmi, Q_2 – ikkinchi firma tovari hajmi.

Firmalar tovar narxini oshirsa, tovarga talab kamayadi, kamaytirsa talab oshadi, ya'ni sotiladigan tovar hajmi oshadi.

Firmalar bir vaqtda narxni belgilasa, muvozanat holatni Kurno modelidagiday aniqlash mumkin. Har bir firma narxni belgilaganda, raqib

firmaning narxi belgilangan va o'zgarmas deb hisoblaydi. Birinchi firmaning foydasi P_1 ni aniqlaymiz, ya'ni daromaddan xarajatni ayiramiz:

$$P_1 = R_1 Q_1 - 40 \quad (3)$$

Q_1 ning o'rniga birinchi firmaning talab funksiyasini qo'yib, foyda funksiyasini aniqlaymiz:

$$P_1 = 36 \cdot R_1 - 2R_1^2 + R_2 R_1 - 40 \quad (4)$$

R_2 – o'zgarmas deydi bo'lsak, R_1 ning qaysi qiymatida 1-firma maksimal foyda olishini aniqlash uchun foyda funksiyasidan R_1 bo'yicha hosila olib, natijani nolga tenglashtirib, R_1 ni aniqlaymiz:

$$\frac{\Delta \Pi_1}{\Delta P_1} = 36 - 4R_1 + R_2 = 0 \quad (5)$$

(5) tenglamadan 1-firmaning reaksiya chizig'ini aniqlaymiz:

$$R_1 = 9 + \frac{1}{4} R_2$$

1-firmaning reaksiya chizig'i 2-firma narx belgilagandan keyin narx belgilash qoidasini beradi. Xuddi shu yo'l bilan 2-firmaning reaksiya chizig'ini aniqlaymiz:

$$R_2 = 9 + \frac{1}{4} R_1$$

Bu reaksiya chizig'i 1-firma narxni o'rnatganda, 2-firma qanday narx belgilashini bildiradi.

Firmalarning reaksiya chiziqlari kesishgan nuqta Nesh muvozanatini bildiradi. Har bir firma 12 doll. narx belgilab, 24 birlik tovar sotadi va 248 dollardan foyda oladi. Nesh muvozanatining qoidasiga ko'ra, ikkala firma ham narxni o'zgartirishdan manfaatdor emas, ularning har biri uchun muvozanat narx 12 doll. bo'lganda, eng yaxshi holat bo'ladi.

Faraz qilaylik, endi firmalar kelishib, bir xil narx belgilaydi va bu narx ikkala firmaning ham foydasini maksimallashtiruvchi narx bo'ladi.

$$Q = 36 - R$$

$$P = 36 \cdot R - R^2$$

$$\frac{\Delta \Pi}{\Delta P} = 36 - 2R = 0$$

$$R = 18 \text{ doll.}$$

Ikkala firma ham 18 dollardan narx belgilaydi va 284 dollardan teng foyda oladi. Natijada ikkala firma ham yuqori foyda oladi.

3 amaliyot. O'yinlar nazariyasi.

Misol 1

12.6-rasmdan ko'rish mumkinki, har bir o'yinchining oldida qaror qabul qilishning ikki varianti bor: narxni 4 so'm qilib belgilash yoki narxni 6 so'm qilib belgilash. Ushbu qaror qabul qilish variantlariga qaror qabul qilish strategiyalari deyiladi. Tomonlarning yutuqlarini ifodalovchi matritsaga yutuqlar matritsasi yoki to'lov matritsasi deyiladi. Matritsaning har bir kletkasidagi chap tomondagi raqam 1-o'yinchi yutug'ini, o'ng tomondagi raqam 2-o'yinchi yutug'ini ifodalaydi.

		Firma-2	
		4 sum	7 sum
Firma-1	4 sum	12000 12000	18000 6000
	7 sum	6000 18000	15000 15000

1-rasm

Dominant strategiya shunday strategiyaki, raqib tomon qanday strategiyani tanlashdan qat'i nazar men optimal strategiyani tanlayman. O'yinchining dominant strategiyasi, uning raqibi qanday strategiyani tanlamasin, 1-o'yinchi optimal strategiyani tanlaydi. 1-rasmda narxni 4 so'm qilib belgilash 1-firma uchun dominant strategiya hisoblanadi. Chunki 2-firma narxni 4 so'm qilib belgilasa, 1-firma maksimal yutuqqa – 12 000 so'm yutuqqa erishadi (2-firma narxni 7 so'm qilib belgilaganda edi, u 6 000 so'm yutuqqa erishardi), agar 2-firma narxni 7 so'm qilib belgilasa, u 18 000 so'mlik yutuqqa erishadi (1-firma narxni 7 so'm qilib belgilaganda edi, 15 000 so'm yutuqqa erishardi).

Xuddi shunday, 2-firma uchun ham narxni 4 so'm qilib belgilash dominant strategiya hisoblanadi. Chunki 1-firma qaysi strategiyani tanlamasin, 2-firmaning yutug'i maksimal darajada ($12\ 000 > 6\ 000$, $18\ 000 > 15\ 000$) bo'ladi.

Nesh muvozanati o'yinchilarning shunday strategiyalar to'plamiki (yoki o'yinchilarning shunday harakat strategiyalariki), bunda har bir o'yinchi, raqibining tanlagan strategiyasidan kelib chiqib, mumkin bo'lgan eng yaxshi strategiyani tanlaydi.

Endi Nesh muvozanati tushunchasi bilan dominant strategiya tushunchasini taqqoslaymiz.

Dominant strategiya: raqibim qanday strategiyani tanlashidan qat'i nazar men eng yaxshi strategiyani tanlayman. Men qanday strategiyani tanlashimdan qat'i nazar siz eng yaxshi strategiyani tanlaysiz.

Nesh muvozanati: siz tanlagan strategiyani hisobga olib, men eng yaxshi strategiyani tanlayman. Men tanlagan strategiyadan kelib chiqib, siz eng yaxshi strategiyani tanlaysiz.

Endi 1-rasmdagi o'yinni tahlil qilsangiz, narxni 4 so'm qilib belgilash strategiyasi ikkala firma uchun ham dominant strategiya, ham Nesh muvozanati hisoblanadi.

Nesh muvozanati nokorporativ strategiya hisoblanadi: raqib firmaning harakatidan kelib chiqib, har bir firma mumkin bo'lgan maksimal foyda keltiruvchi qarorni qabul qiladi.

Yana shuni ta'kidlash kerakki, Nesh muvozanati "barqaror va "o'zini o'zi ushlab turuvchi" holat bo'lib hisoblanadi. Nesh muvozanatida hech qaysi firma ushbu holatning buzilishidan manfaatdor emas. Masalan, Kurno modelida har bir firma o'zining ishlab chiqarish hajmini, raqobat firmaning ishlab chiqarish hajmi ma'lum va o'zgarmas, deb belgilaydi. Ya'ni raqib firmaning qaroridan kelib chiqib, eng yaxshi ishlab chiqarish hajmini belgilaydi va ular o'zlarining ishlab chiqarish hajmini bir tomonlama o'zgartirishdan manfaatdor emas. O'zgartiradigan bo'lsa, foyda pasayadi. Demak, Kurno muvozanati Nesh muvozanati degani.

Nesh muvozanati tushunchasi har bir o'yinchining ratsional harakat qilishiga asoslanadi. Strategiyani tanlash nafaqat o'yinchining ratsional harakat qilishiga bog'liq, balki raqibining ham ratsional harakat qilishiga bog'liq.

Qamalgan shaxs muammosida ikkala tomonning jinoyatni bo'yniga olishi Nesh muvozanati hisoblanadi.

MISOL 2

Takrorlanadigan o'yin

Biz ko'rdikki, oligopolik bozorlarda firmalar qamalgan shaxs muammosi holatiga tushadi. Qamalgan shaxs muammosi statik holatni ifodalaydi, ya'ni qamaladigan shaxslar bir marta bo'yniga olish kerakmi yoki yo'qmi degan imkoniyatga ega bo'ladi. Shu sababli ham uni amalda qo'llash cheklangan. Firmalar real hayotiy davrida ishlab chiqarish hajmini va narxni qayta-qayta belgilashi mumkin. Firmalar real hayotda takrorlanadigan o'yin o'ynaydi.

Faraz qilaylik, ikkita firma qamalgan shaxs muammosi holatida bo'lsin, to'lov matritsasi 1-jadvalda keltirilgan. Agar siz va raqibingiz birgalikda yuqori narxni belgilasangiz, ikkalangiz ham past narx belgilagandagiga qaraganda, yuqori foyda olasiz, ya'ni har bir firma 100 ming dollardan.

Narx belgilash masalasi

		2-firma	
		Past narx	Yuqori narx
1-firma	Past narx	20; 20	200; -100
	Yuqori narx	-100; 200	100; 100

Takrorlanadigan o'yinlar uchun eng yaxshi strategiya – “qasdma-qasd” strategiyasi¹. “Men yuqori narxni belgilayman va uni siz men bilan kooperatsiyada bo'lib, yuqori narx belgilab turganingizgacha saqlab turaman. Lekin siz narxni tushirsangiz, men ham narxni tushiraman”. O'yin takrorlanadigan o'yin bo'lsin.

Faraz qilaylik, o'yin oyma-oy cheksiz takrorlanib tursin. Kooperatsiyada bo'lish degani – “qasdma-qasd” strategiyasiga ratsional javob degani. Faraz qilaylik, o'yinchilar “qasdma-qasd” strategiyasidan xabardor. Oylarning birida men yuqori narx belgiladim, raqib past narx belgilab, yuqori foyda oldi, lekin u biladiki, keyingi oyda men ham narxni tushiraman, natijada ikkalamizning ham foydamiz past bo'ladi va past narxni belgilash qancha davom etsa, past foyda olish ham shuncha saqlanib qoladi. Bunday holatning saqlanib qolishi yo'qotilgan foyda hajmining to'planib borishiga olib keladi. Shunday qilib, narxni past belgilash noratsional ekanligiga ishonch hosil qilish mumkin.

Agar raqib mening “qasdma-qasd” strategiyasini qo'llashimga ma'lum ehtimol bilan ishonsa, uning uchun yuqori narx belgilashdan boshlash va uni men narxni pasaytirganimgacha ushlab turishi ratsional hisoblansa, takrorlanadigan o'yinda kooperatsiyadan kutiladigan yutuq ma'lum vaqt oralig'ida past narx belgilagandagidan yuqori bo'ladi.

Endi o'yinning takrorlanishi chekli miqdorda bo'lsin. Faraz qilaylik, o'yin N marta, ya'ni N oy takrorlanadi. Agar 1-firma ratsional bo'lsa va u 2-firmani ham

¹ Robert Axelord. The Evolution of Cooperation (New York: Basic Books, 1984).

ratsional harakat qiladi, deb o'ylaydigan bo'lsa, 1-firma quyidagi fikrga keladi: "1-firma "qasdma-qasd" strategiyasini qo'llaydigan bo'lsa, men (2-firma) narxni oxirgi oygacha past belgilay olmayman. Lekin oxirgi oyda narxni pasaytirsam, ko'p foyda olaman, chunki o'yin tugaydi, 1-firma mendan qasdini ololmaydi, deb o'ylaydi 2-firma.

Shunday qilib, 2-firma ham o'zicha quyidagi qarorga keladi: oxirgi oygacha yuqori narx belgilayman va oxirgi oyda past narx belgilayman". Lekin 1-firma ham ratsional bo'lgani uchun u ham shu fikrga keladi, ya'ni oxirgi oyda narxni pasaytirishni rejalashtiradi. Buni tushungan 2-firma narxni oxirgi oydan oldingi oyda pasaytirishni rejalashtiradi, chunki oxirgi oyda kooperatsiyani bo'lmasligini aniq biladi. Xuddi shunday fikrga 1-firma ham keladi va oxirgi oydan oldingi oyda past narxni belgilashni rejalashtiradi. Firmalar har bir oldingi oyda ham shunday fikrga keladi va natijada ikkala firma uchun ham har oyda past narx belgilashi oqilona natija hisoblanadi.

Ko'rinib turibdiki, "qasdma-qasd" strategiyasi bu erda ham qamalgan shaxs muammosiga olib keladi. "Qasdma-qasd" strategiyasi foydani oshirishga olib keladimi, degan savol tug'ilishi tabiiy. Agar raqib firmada sizning (1-firmaning) ratsional harakat qilishingizga ma'lum darajada ishonchsizlik uyg'otsa, foydaning ortishiga olib kelishi mumkin ekan. Ya'ni u (2-firma) sizning (1-firmaning) ratsional harakat qilishingiz cheklangan deb o'ylasa, shu ma'nodakim, siz yuqorida ko'rilgan takrorlanishi cheklangan o'yindagi vaziyatni mantiqiy tahlil qilish qobiliyatingiz yo'q deb o'ylaydigan bo'lsa (ma'lum ehtimol bilan). Bunday holatda raqib firma o'ylaydiki, 1-firma o'zi bilmasdan "qasdma-qasd" strategiyasini o'ynab, yuqori narxni belgilaydi va uni men (2-firma) yuqori narxni belgilab turguninga qadar ushlab turadi. Unda raqib firma uchun narxni oxirgi oygacha yuqori darajada ushlab turishi ratsional hisoblanadi (agar o'yin vaqti ma'lum darajada uzoq bo'lsa). Raqib firmaning mening (1-firmaning) "qasdma-qasd" o'yinda ratsional harakat qilishimga ma'lum darajada ishonchsizligi (to'liq ishonmasligi) kooperativ harakatning yaxshi strategiya bo'lishiga (ikkala

firmaning yuqori foyda olishiga) olib kelishi mumkin (oxirgi oydan tashqari va o'yin vaqti ma'lum darajada uzoq bo'lsa).

Uzoq vaqt oralig'ida va raqib firmaning, raqib firma birinchi bo'lib narxni pasaytirganda ham meni (1-firmani) xato o'ynashim to'g'ri bo'lgandagi ehtimoli bilan o'lchangan joriy va kelajakda olinadigan foydalar yig'indisi narxlar jangi bo'yicha olinadigan foyda yig'indisidan katta bo'ladi².

Shunday qilib, qamalgan shaxs muammosi takrorlanib o'ynalganda, kooperatsiyaga olib kelishi mumkin. Ko'pgina bozorlarda uzoq muddat davomida takrorlanadigan o'yinlar sodir bo'lganda, firmalarning menejerlari va ularning raqiblari noratsional harakat qilishi mumkin. Talab va xarajatlar barqaror bo'lgan tarmoqlarda raqobatlashuvchi firmalar o'rtasida kooperatsiya sodir bo'ladi (ular kelishib harakat qilmaganda ham). Talab va xarajatlar tez-tez o'zgarib turadigan tarmoqlarda kooperatsiya kamroq uchraydi va u umuman bo'lmasligi mumkin.

² Такроланувчи қамалган шахс муаммоси учун бу хулоса биринчи бўлиб қуйидаги ишда қилинган: David Kreps, Paul Milgrom, John Roberts, Robert Wilson. Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoners' Dilemma.

V. KEYSLAR BANKI

«Korxonada ishlab chiqarishining iqtisodiy barqarorligi va rentabelligi ko'rsatkichlari tahlili» bo'yicha

KEYS

I. PEDAGOGIK ANNOTATSIYA

1. *O'quv kursining nomlanishi:* “Makroiqtisodiy siyosat” (Malaka oshirishdagi tinglovchilar uchun)

Mavzuning nomi: “Korxonada ishlab chiqarishining iqtisodiy barqarorligi va rentabelligi ko'rsatkichlari tahlili”

2. *Yaratilgan keysning maqsadi:* korxonada iqtisodiy barqarorlik ko'rsatkichlarini yaxshilashdagi asosiy vaziyatlarni tahlil qilishni o'rganish.

Keys muvaffaqiyatli o'z echimini topganda talabalar quyidagi *natijalarga* erishadilar:

- korxonada iqtisodiy barqarorlik ko'rsatkichlarini tahlil qilishni;
- korxonada rentabellikni oshirish va undan samarali foydalanish yo'llarini o'rganadilar.

3. Mazkur keys “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” **xususiy korxonasi ma'lumotlari** asosida ishlab chiqilgan.

4. *Keysda foydalanilgan ma'lumotlar manbai:* “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” **xususiy korxonasi**ning 2018-2020 yillardagi yillik hisobotlar, moliyaviy xisobotlari, xarajatlar kalkulyatsiyasi, boshqaruv tuzilmasi hamda jamiyatning 2019 yil uchun tuzilgan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi aks etgan Biznes rejasi asos qilib olingan.

5. Yaratilgan ushbu keys *dala tadqiqotlari* turiga kirib, unda qo'yilayotgan savol va topshiriqlar syujetli tarzda tuzilgan. *Keysning ob'ekti* sifatida yuqorida zikr etganimizdek, “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” **xususiy korxonasi** olingan. Ma'lumotlar aniqligi va ishonchligiga to'liq kafolat beriladi. Keys tuzilishi jixatidan *o'rta* xajmdagi keys-stadilar turiga kiradi.

6. *Didaktik maqsadlarga ko'ra-sintez* va taxlillar qilish jarayonlarin o'rgatish va baholash hisoblanadi. Masalaning qo'yilishi izchillik asosida ketma-

ket tarzda tahliliy jarayonlar asosida ishlab chiqilgan. Muammoli vaziyatlarga javob izlash va echish maqsadida nazariy bilimlar turli xildagi ko'rsatmalar, qo'llanmalar, eslatmalar tarzida berilgan amaliy mashg'ulot darsi keys-texnologiyasi asosida tashkil etilganda talabalarning xar bir xatti xarakati, ularning qo'yilgan muammoga bo'lgan qarashlari, sababiy bog'liqlikdagi taxlillari hamda xulosalar yasashlarini kuzatish va baholash oson kechadi. Baholash uchun "Vaziyatli taxlil varaqasi"ning mavjudligi ishni engillashtiradi, bu esa o'z navbatida keysning *afzal jixatlarini* namoyon etadi.

7. Ishlab chiqilgan mazkur keysdan "Sanoat iqtisodiyoti", "Korxonalar iqtisodiyoti", "Biznes rejalashtirish", "Tadbirkorlik asoslari", "Sanoat korxonalari faoliyatini tashkil etish" fanlarining amaliy mashg'ulotlarida keng *foydalanish* mumkin.

Kirish

Keysning dolzarbligi. Bugungi kunda aylanma mablag'larda, ayniqsa, korxonalarining moddiy-tovar boyliklarida band bo'lgan yirik miqdordagi pul mablag'lari ularning to'liq saqlanishiga e'tibor qaratish, ulardan maqsadlarga muvofiq va samarali foydalanish, shuningdek, ularning aylanishini tezlashtirishni talab qiladi. Bozor munosabatlari va deyarli barcha resurslar taqchilligi sharoitlarida aylanma mablag'lar, birinchi o'rinda moddiy resurslardan ratsional foydalanish va ularni shakllantirish zahiralari izlab topish har bir korxonada oldida turgan muhim vazifa hisoblanadi.

Keysning maqsadi korxonada aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini oshirish ta'minlash omillarini tadqiq etish va ulardan samarali foydalanish bo'yicha talabalar bilimini chuqurlashtirib ilmiy-amaliy echimlarni ishlab chiqishdan iborat.

Keysni echimi orqali erishiladigan o'quv natijalari. Muammoli vaziyatni qamrab olgan ushbu keysni echish davomida talabalar quyidagilarga:

- o'tilgan mavzularni mustaxkamlashga;
- tasavvurlaringizni tushuncha darajasiga keltirish imkoniyatiga;
- mahsulot ishlab chiqarish rejasining bajarilishi va dinamikasining tahlil

qilishga;

- mahsulotlar nomenklaturasi va assortimentining tahlilini olib borishga;
- korxonada mahsulotlar sotish rejasining bajarilishi va dinamikasining tahlilini amalga oshirishga erishadilar.

1. «MUHAMMAD QODIR SHOH» xususiy korxonasi dagi vaziyat bilan tanishish

“MUHAMMAD QODIR SHOH” xususiy korxonasi Toshkent viloyati Zangiota tumani Xokimligining 30.12.2000 yildagi 518 sonli karoriga asosan davlat ruyxatidan utgan. Ustav jamgarmasi 102740 ming soʻm miqdorida tashkil kilindi. Asosiy faoliyat trikotaj mahsulotlari, kattalar va bolalar ich kiyimlari, futbolka, mayka mahsulotlari ishlab chikarish. Xozirda korxonada ustav fondining miqdori 155 mln. soʻm.

Xususiy korxonada mulkdori korxonani rahbar sifatida yakka boshqaradi, korxonada nomidan ishonchnomasiz ish koʻradi, uning manfaatlarini ifodalaydi, xususiy korxonaning pul mablagʻlarini hamda boshqa mol-mulkini tasarruf etadi, shartnomalar, shu jumladan mehnat shartnomalari tuzadi, ishonchnomalar beradi, banklarda hisobvaraqlar ochadi, shtatlarni tasdiqlaydi, korxonaning barcha xodimlari uchun majburiy boʻlgan buyruqlar chiqaradi va koʻrsatmalar beradi.

2. Talabalar uchun metodik koʻrsatmalar

Muammo. Korxonada iqtisodiy barqarorligi asosiy kursatkichlari dinamikasini tahlil qilish. Tahlil natijalari asosida korxonani iqtisodiy-moliyaviy holatiga baho berish.

Vazifalar

- Korxonaning iqtisodiy natijalarini omilli tahlil qilish asosida ushbu koʻrsatkichlar boʻyicha uning moliyaviy holatiga baho berish.
- Korxonada **iqtisodiy barqarorligini** ifodalovchi koʻrsatkichlar tizimini aniqlash va ularning “Korxonada yillik hisoboti”da ifodalanishini oʻrganish.
- “Korxonada yillik hisoboti” 1-2-3-shakl maʼlumotlari asosida tavsiya qilingan jadvallarni toʻldirish hamda jadval maʼlumotlari asosida korxonaning asosiy

vositalarining xolatini ifodalovchi ko'rsatkichlarni o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks va sistemali tarzda omilli tahlil qilish.

Echish ketma-ketligi

1.Korxonada yuz bergan vaziyat tahlil qilinadi, muammo va uni echish ketma-ketligi, asosiy vazifalari bilan tanishiladi.

2.Keysdagi holatlarni oydinlashtirish: Korxonada faoliyati natijasi qanday bo'lgan va qanday bo'lishi mumkin?

3.Kompleks va sistemali tarzda tahlil qilish yordamida vaziyatning asosiy muammosi echiladi, baholanadi, yaxshilash chora-tadbirlari tavsiya qilinadi.

Amaliy vaziyatni tahlil qilish uchun metodik ko'rsatma

Tahlil bosqichlari	Tavsiya va maslahatlar
1. Keys bilan tanishish	1.Keysni o'qish jarayonida vaziyatni tahlil qilishga shoshilmang. 2.Berilgan vaziyat bilan tanishing. Vaziyatga ta'rif berishga harakat qiling. 3.Vaziyatni tahlili uchun axborot manbalari bilan ta'minlanganlikni aniqlang.
2. Vaziyatning tashhisi va tahlili	1.Korxonada faoliyatida yuzaga kelgan holatni oydinlashtiring. Vaziyatning muhim xususiyatlarini, miqdor va sifat tomonlarini belgilang. Ularga asosan korxonaning haqiqatda bo'lgan va bo'lishi mumkin bo'lgan holatini aniqlang hamda ularni taqqoslang. 2.Vaziyatni tahlil qilish jarayonida muammo qanday darajada echilishini belgilang. Uni echish mumkinmi?, Qanday natijaga erishish mumkin? 3.Muammoni echish jarayonida bo'ladigan yoki bo'lishi mumkin bo'lgan qiyin holatlarni ko'rsating.
3.Muammoli vaziyatning echimi bo'yicha tahlil variantlarini tanlash va baho berish	1.Vaziyatning echimini hal qiling. Berilgan xulosalarni salbiy va ijobiy tomonlarini ko'rsating va baholang. Eng yaxshi variantni tanlang.

“Korxonalarining moliyaviy-iqtisodiy ahvoli monitoringi va tahlilini o'tkazish mezonlarini aniqlash tartibi to'g'risida»gi Nizomga ko'ra korxonalar quyidagi guruxlarga bo'linadi: iqtisodiy barqaror korxonada, iqtisodiy xatarli korxonada, iqtisodiy nochor korxonada: o'z to'lov qobiliyatini tiklash imkoniyatiga ega; o'z to'lov qobiliyatini tiklash imkoniyatiga ega bo'lmagan korxonalar.

Yuqorida keltirilgan xo'jalik samaradorligini baholash usullari va ko'rsatkichlaridan tashqari bugungi kunda amaliyotda Iqtisodiy nochorlik qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan korxonalarining iqtisodiy nochorlik

belgilarini aniqlash uchun mezonlar tizimi ham qo'llaniladi. Ularning qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- to'lov qobiliyati koeffitsienti (K_{tq});
- xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti (K_{xm});
- Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix}),
- Aktivlar rentabelligi. (R_a):
- xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti (K_{xq});
- Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti:
- Eskirish koeffitsienti (K_{esk})
- moliyaviy mustaqillik koeffitsienti (K_{fn});

Bu ko'rsatkichlar bir qarashda mahsulot ishlab chiqarish sohasiga, demak, ishlab chiqarish samaradorligiga aloqasi yo'qday tuyuladi. Aslida esa aynan ular orqali korxonaning samarali faoliyatini anglatuvchi iqtisodiy va moliyaviy barqarorlik aks ettiriladi. Bundan tashqari, mahsulotning material sig'imi, fond qaytimi, mehnat unumdorligi va rentabellik ko'rsatkichlari, ishlab chiqarishni rejalashtirish va tahlil qilishda qo'llansa, mezonlar tizimi yordamida esa korxonalar o'zlarining faoliyat yuritish qobiliyatini ko'rsatadi hamda turli xil muammoli vaziyatlarda xo'jalik sudlarida o'z manfaatlarini himoya qiladi.

1. To'lov qobiliyati koeffitsienti (K_{tq}) korxonaning debitorlar bilan o'z vaqtida hisob-kitob qilish hamda tayyor mahsulot va boshqa moddiy vositalarini sotishning qulay sharoitlarda sotish orqali baholanadigan to'liq imkoniyatlarini ko'rsatadi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{tq} = \frac{\text{Joriy (aylanma) aktivlar}}{\text{Joriy majburiyatlar}} \cdot \frac{A2}{P2 - DO}$$

Bu erda: $A2$ – aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zahiralari, tayyor mahsulot, pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va hokazolar);
 $P2$ – majburiyatlar (qisqa muddatli qarzlari, qisqa muddatli kreditlar, byudjet oldidagi qarzlari, kreditorlik qarzlari va hokazo), buxgalteriya balansining 770 satri;

DO– uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 490 satri

Agar **to'lov qobiliyati koeffitsienti** hisobot yilining oxirida 1.25 dan kichik bo'lsa korxonaga to'lov qobiliyatini yo'qotgan hisoblanadi

2. Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti (K_{xm}) korxonaning barqaror ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatini yuritish uchun zarur bo'lgan aylanma vositalar mavjudligini tavsiflaydi. Shuningdek u, korxonaga egalari va kreditorlar manfaatlaridagi munosabatlarni ham aks ettiradi. Mazkur koeffitsient quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xm} = \frac{(P_1 + D_{zk2}) - A_1}{A_2}$$

P_1 – xususiy mablag'lar manbalari (Nizom jamg'armasi, qo'shilgan kapital, taqsimlanmagan foyda va hokazo).

A_1 – uzoq muddatli aktivlar (asosiy vositalar, kapital qo'yilmalar, nomoddiy aktivlar va hokazo). D_{zk2} – uzoq muddatli aktivlarni sotib olish uchun yo'naltirilgan uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 570 va 580 satrlaridan hisoblanadi.

Ushbu koeffitsientning minimal qiymati - 0,2.

3. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix}),

$$P_{ux} = \frac{C\Phi}{MIT}$$

4. Aktivlar rentabelligi. (R_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{\mathcal{ЖА\ddot{u}k}}$$

Agar 0.05 dan kichik bo'lsa past rentabellik deb hisoblanadi.

5. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti (K_{xq}) (joriy moliyaviy mustaqillik koeffitsienti) ularning shakllanish manbalarini inobatga olgan holda, pul mablag'lari bilan ta'minlanganlik darajasini aniqlaydi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xq} = \frac{P1}{P2 - DO}$$

6. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti:

Q haqiqiy

$$K_{qf} = \frac{Q}{Q_{loyiha.} - (Q_{ijara.} + Q_{konserv.})}$$

7. Eskirish koeffitsenti (K_{esk}) eskirish summasining asosiy vositalar boshlang'ich qiymatiga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$K_{esk} = \frac{A_{v.es}}{A_{v.bq}}$$

Rentabellik ko'rsatkichlari barcha korxonalar faoliyatining eng asosiy va yakuniy ko'rsatkichidir.

Korxonalar faoliyatini tahlil qilishda foydaning umumiy summasi bilan birga, u qanday xarajatlar evaziga olinayotganini, mablag'lar qanday darajada aylanayotganligini bilish mulkdorlar, sheriklar va kreditorlar uchun o'ta ahamiyatli hisoblanadi. Shuning uchun korxonaning moliyaviy hisobotida foydalilik darajasi va mablag'lar aylanishini ifoda etuvchi quyidagi ko'rsatkichlar aks ettiriladi:

1. Aktivlar rentabelligi (R_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{\mathcal{K}A_{\dot{y}k}}$$

bu erda: SF – sof foyda;

J_{Ayk} – korxonalar jami aktivlarining o'rtacha yillik qiymati.

2. Sotilgan mahsulot rentabelligi (R_{SM}):

$$P_{cm} = \frac{C\Phi}{CCT}$$

Bu erda: R_{SM} – sotilgan mahsulot rentabelligi;

YaF – yalpi foyda;

SF – sof foyda;

SST – mahsulot sotishdan sof tushum.

3. Xususiy kapital rentabelligi (R_{xk}):

$$P_{xk} = \frac{C\Phi}{XK}$$

Bu erda: SF – sof foyda; XK – xususiy kapital o'rtacha yillik qiymati.

4. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (Rix),

$$P_{ux} = \frac{C\Phi}{MIT}$$

Bu erda: SF – sof foyda; MIT – mahsulot ishlab chiqarish tannarxi.

5. Asosiy vositalar rentabelligi.

$R = \text{Cof foyda} * 100\% / \text{Asosiy vositalarning o'rtacha yillik qiymati}$

6. Aylanma (*oborot*) aktivlar rentabelligi.

$R = \text{Cof foyda} * 100\% / \text{Oborot aktivlar o'rtacha yillik qiymati}$

7. Qarz mablag'lari rentabelligi. Ushbu ko'rsatkich korxonada sof foydasini qarzga olingan mablag'lariga nisbati asosida aniqlanadi. Bu ko'rsatkich har bir so'mlik qarz mablag'iga to'g'ri keladigan foyda summasini ifodalaydi.

$\text{Cof foyda} * 100\% / \text{Qarz mablag'lari jami}$

3. To'ldirish uchun tavsiya qilingan jadvallar

9-jadval

Korxonada ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari dinamikasi

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	2017 y.	2018y.	2019y.	2019 y. 2017 y.ga nisbatan o'zgarish, %
1. Maxsulot xajmi	Ming so'm	1340528	1921424	2054768	
1. Sotuv xajmi	Ming sum	1340528	1921424	2054768	
2. Ishlab chiqarish xarajatlari	Ming sum	841913	1116421	1251824	
3. Sotishdan olingan yalpi foyda (daromad)	Ming sum	498615	805003	802944	
4. Xodimlar soni	Kishi	65	71	76	
5. Asosiy fondlarning boshlang'ich qiymati	Ming so'm	374506	381618	694427	
6. Asosiy vositalarning eskirish summasi	Ming sum	273094	298834	556298	
7. Asosiy fondlarning qoldiq qiymati	Ming sum	101412	82784	138129	

8. Ish xaki fondi	Ming Sum	230490	298370,4	373920	
9. Mehnat unumdorligi	Ming so'm	20623	27062	27036	
10. O'rtacha ish haqi	So'm	295500	350200	410000	
11. Soliq to'laguncha foyda	Ming sum	53699	226730	76252	
12. Sof foyda	Ming sum	7762	120500	1374	
13. Ishlab chiqarish rentabelligi	%	0,9	10,8	0,1	
14. Korxonaning umumiy mablag'lari (barcha aktivlar)	Ming sum	502347	696200	819485	
15. Aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qiymati, ming so'm	Ming sum	278532	610937	500401	
16. Korxonaning o'z mablag'lari	Ming sum	165250	199250	310657	
17. Asosiy vositalarning faol qismi	Ming sum	181458	184732	218965	
18. Ishlab chiqarish uskunalari summasi	Ming sum	159549	140921	165233	

10- j a d v a l

Iqtisodiy va moliyaviy barqarorlikni hisoblash uchun ma'lumotlar

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	2017 y.	2018 y.	2019 y.
1. Aktivlarning umumiy o'rtacha qiymati	ming so'm	502347	696200	819485
2. Uzoq muddatli aktivlar	ming so'm	374506	381618	694427
3. Joriy aktivlar	ming so'm	278532	610937	819485
4. Korxonaning o'z mablag'lari	Ming sum	165250	199250	310657
5. majburiyatlar (P2)	Ming sum	251300	265800	301205
6. uzoq muddatli qarz va kreditlar (DO)	Ming sum	-	-	-
7. uzoq muddatli aktivlarni sotib olish uchun yo'naltirilgan uzoq muddatli qarz va kreditlar	Ming sum	301500	320600	475800

(Dzk2)				
8. Qloyiha.- maksimal, loyihaviy ishlab chiqarish quvvati	Ming sum	1450210	2025100	2105700
9. Qijara. –ijaraga berib yuborilgan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot xajmi	Ming sum	-	-	-
10. Q konserv. – konservatsiya qilingan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot xajmi	Ming sum	-	-	-

11- j a d v a l

Iqtisodiy barqarorlik ko'rsatkichlari tahlili

Qo'rsatkichlar	2017 yilga	2018 yilga	2019 yilga	O'zgarishi (+,-)
1		2	3	4=3-2
1. To'lov qobiliyati koeffitsienti				
2. Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti				
3. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi				
4. Aktivlar rentabelligi				
5. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti				
6. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti				
7. Asosiy vositalarni eskirish koeffitsienti				

Korxonaning rentabellik ko'rsatkichlari tahlili

Ko'rsatkichlar	Hisobot ma'lumotlari			2019 y.da 2017 y.ga nisbatan farqi,(+,-)
	2017y.	2018y.	2019y.	
1.Aktivlar rentabelligi				
2. Sotish rentabelligi				
3.Xususiy kapital rentabelligi				
4. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi				
5. Asosiy vositalar rentabelligi.				
6. Oborot aktivlar rentabelligi.				
7. Qarz mablag'lari rentabelligi.				

1. Keysologning javob varianti

Korxonada ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatining asosiy kursatkichlari dinamikasi

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	2017y.	2018y.	2019y.	2019y. 2017 y.ga Nisbatan o'zgarish, %
2. Maxsulot xajmi	Ming so'm	1340528	1921424	2054768	153
19.Sotuv xajmi	Ming sum	1340528	1921424	2054768	153
20. Ishlab chiqarish xarajatlari	Ming sum	841913	1116421	1251824	148
21.Sotishdan olingan yalpi foyda (daromad)	Ming sum	498615	805003	802944	161
22.Xodimlar soni	Kishi	65	71	76	116

23. Asosiy fondlarning boshlang'ich qiymati	Ming so'm	374506	381618	694427	185
24. Asosiy vositalarning eskirish summasi	Ming sum	273094	298834	556298	203
25. Asosiy fondlarning qoldiq qiymati	Ming sum	101412	82784	138129	136
26. Ish xaki fondi	Ming Sum	230490	298370,4	373920	162
27. Mehnat unumdorligi	Ming so'm	20623	27062	27036	131
28. O'rtacha ish haqi	So'm	295500	350200	410000	305
29. Soliq to'laguncha foyda	Ming sum	53699	226730	76252	141
30. Sof foyda	Ming sum	7762	120500	1374	17
31. Ishlab chiqarish rentabelligi	%	0,9	10,8	0,1	-
32. Korxonaning umumiy mablag'lari (barcha aktivlar)	Ming sum	502347	696200	819485	163
33. Aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qiymati, ming so'm	Ming sum	278532	610937	500401	179
34. Korxonaning o'z mablag'lari	Ming sum	165250	199250	310657	187
35. Asosiy vositalarning faol qismi	Ming sum	181458	184732	218965	120
36. Ishlab chiqarish uskunalari summasi	Ming sum	159549	140921	165233	103

Korxonada oxirgi uch yillik faoliyati davomida (13-jadval) mahsulot ishlab chiqarish o'sish tendentsiyasiga ega bo'lib, 2019 yilga kelib 153% ga ortgan. Ishlab chiqarish harajatlari mahsulot xajmi ga mos ravishda ortib borgan va tahlil davrining oxirida 2017 yilga nisbatan 148% ga ortgan. Korxonaning xodimlari soni ham ortib borgan tahlil davrining boshida 65 kishidan 2013 yili 76 kishigacha ortgan. Korxonaning asosiy vositalari ham tahlil davri davomida oshib borgan va

2019 yili 2017 yiliga nisbatan 185%ni tashkil etgan. Lekin asosiy vositalarning eskirishi ham tez sur'atlarda o'sib borgan va uch yil davomida ikki barobarni tashkil etgan.

Korxonaning ish haqi fondi va o'rtacha ish haqi qiymati oshib borgan, bu korxonada kuchli ijtimoiy siyosat olib borilayotganligiga ishoradir.

Korxonada sof foydasi 2017 yilda 7762 ming so'mni tashkil etgan, bunda kichik summa bo'lishiga sabab asosiy faoliyatning boshqa jarayonlari bo'yicha xarajatlar va soliq hamda boshqa to'lovlar bo'yicha ajratmalar ko'p bo'lgan. 2018 yilga kelib mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmining ortishi, ortiqcha xarajatlarning kamaytirilishi oqibatida foyda 120500 ming so'mga chiqqan, shunga ko'ra rentabellik ham keskin ortib 10.8% ni tashkil etgan. 2019 yilda sof foyda kreditlarni qaytarish hisobiga kamayib 1374 ming so'mga tushib qolgan, rentabellik esa 0.1%ni tashkil etgan.

3.1. “MUHAMMAD QODIR SHOH” xususiy korxonasi iqtisodiy barqarorligi ko'rsatkichlari va uni yaxshilash yo'nalishlari

14- j a d v a l

Iqtisodiy va moliyaviy barqarorlikni hisoblash uchun ma'lumotlar

Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	2017 y.	2018 y.	2019 y.
1. Aktivlarning umumiy o'rtacha qiymati	ming so'm	502347	696200	819485
2. Uzoq muddatli aktivlar	ming so'm	374506	381618	694427
3. Joriy aktivlar	ming so'm	278532	610937	819485
4. Korxonaning o'z mablag'lari	Ming sum	165250	199250	310657
5. majburiyatlar (P2)	Ming sum	251300	265800	301205
6. uzoq muddatli qarz va kreditlar (DO)	Ming sum	-	-	-
7. uzoq muddatli	Ming sum	301500	320600	475800

aktivlarni sotib olish uchun yo'naltirilgan uzoq muddatli qarz va kreditlar (Dzk2)				
8. Qloyiha.- maksimal, loyihaviy ishlab chiqarish quvvati	Ming sum	1450210	2025100	2105700
9. Qijara. –ijaraga berib yuborilgan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot xajmi	Ming sum	-	-	-
10. Q konserv. – konservatsiya qilingan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot xajmi	Ming sum	-	-	-

Manba: Korxonada ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

1. To'lov qobiliyati koeffitsienti (K_{tq}) korxonaning debitorlar bilan o'z vaqtida hisob-kitob qilish hamda tayyor mahsulot va boshqa moddiy vositalarini sotishning qulay sharoitlarda sotish orqali baholanadigan to'liq imkoniyatlarini ko'rsatadi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{tq} = \frac{\text{Joriy (aylanma) aktivlar}}{\text{Joriy majburiyatlar}} = \frac{A2}{P2 - DO}$$

Agar to'lov qobiliyati koeffitsienti hisobot yilining oxirida 1.25 dan kichik bo'lsa korxonada to'lov qobiliyatini yo'qotgan hisoblanadi

$$2017 \text{ y. } 278532 / 251300 = 1.10$$

$$2018 \text{ y. } 610937 / 265800 = 2.29$$

$$2019 \text{ y. } 819485 / 301205 = 2.72$$

2. Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti (K_{xm}) korxonaning barqaror ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatini yuritish uchun zarur bo'lgan aylanma vositalar mavjudligini tavsiflaydi. Shuningdek u, korxonada egalari

va kreditorlar manfaatlaridagi munosabatlarni ham aks ettiradi. Mazkur koeffitsient quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xm} = \frac{(P_1 + D_{zk2}) - A_1}{A_2}$$

P_1 – xususiy mablag’lar manbalari (Nizom jamg’armasi, qo’shilgan kapital, taqsimlanmagan foyda va hokazo).

A_1 – uzoq muddatli aktivlar (asosiy vositalar, kapital qo’yilmalar, nomoddiy aktivlar va hokazo).

D_{zk2} – uzoq muddatli aktivlarni sotib olish uchun yo’naltirilgan uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 570 va 580 satrlaridan hisoblanadi.

Ushbu koeffitsientning minimal qiymati - 0,2.

$$2017 \text{ y. } (165250+301500-374506) / 278532 = 92244 / 278532 = 0.33$$

$$2018 \text{ y. } (199250+320600 - 381618) / 610937 = 138232 / 610937 = 0.22$$

$$2019 \text{ y. } (310657 + 475800 - 694427) / 819485 = 92030 / 819485 = 0.11$$

3. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix}),

$$P_{ux} = \frac{C\Phi}{MIT}$$

$$2017 \text{ yilda } R_{ix} = 7762 / 841913 = 0.009$$

$$2018 \text{ yilda } R_{ix} = 120500 / 1116421 = 0.10$$

$$2019 \text{ yilda } R_{ix} = 1374 / 1251824 = 0.001$$

4. Aktivlar rentabelligi. (R_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{\mathcal{ЖА\ddot{u}к}}$$

Agar 0.05 dan kichik bo’lsa past rentabellik deb hisoblanadi.

$$2017 \text{ yilda } R_a = 7762 / 502347 = 0.015$$

$$2018 \text{ yilda } R_a = 120500 / 696200 = 0.17$$

$$2019 \text{ yilda } R_a = 1374 / 819485 = 0.0016$$

5. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti (K_{xq}) (joriy moliyaviy mustaqillik koeffitsienti) ularning shakllanish manbalarini inobatga olgan holda, pul mablag'lari bilan ta'minlanganlik darajasini aniqlaydi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xq} = \frac{P1}{P2 - DO}$$

$$2017 \text{ y. } 165250 / (251300 - 0) = 0.65$$

$$2018 \text{ y. } 199250 / (265800 - 0) = 0.74$$

$$2019 \text{ y. } 310657 / (301205 - 0) = 1.03$$

6. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti:

Q haqiqiy

$$K_{qf} = \frac{Q \text{ haqiqiy}}{Q \text{ loyiha.} - (Q \text{ ijara.} + Q \text{ konserv.})}$$

$$2017 \text{ y. } 1340528 / (1450210 - 0) = 0.92$$

$$2018 \text{ y. } 1921424 / (2025100 - 0) = 0.94$$

$$2019 \text{ y. } 2054768 / (2105700 - 0) = 0.97$$

7. Eskirish koeffitsenti (K_{esk}) eskirish summasining asosiy vositalar boshlang'ich qiymatiga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$K_{esk} = Av.es / Av.bq$$

$$2017 \text{ yil } 273094 / 374506 = 0.72$$

$$2018 \text{ yil } 298834 / 381618 = 0.78$$

$$2019 \text{ yil } 556298 / 694427 = 0.8$$

15- j a d v a l

Iqtisodiy barqarorlik ko'rsatkichlari tahlili

Qo'rsatkichlar	2017 yilga	2018 yilga	2019 yilga	O'zgarishi (+,-)
	1	2	3	4=3-2
1. To'lov qobiliyati koeffitsienti	1.10	2.29	2.72	+1.62
2. Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti	0.33	0.22	0.11	-0.22
3. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi	0.009	0.10	0.001	-0.008

4. Aktivlar rentabelligi	0.015	0.17	0.0016	-0,0134
5. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti	0.65	0.74	1.03	+0.38
6. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti	0.92	0.94	0.97	+0.05
7. Asosiy vositalarni eskirish koeffitsienti	0.72	0.78	0.8	+0.08

Manba: Korxonada ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Yuqoridagi jadval ma'lumotlariga ko'ra, korxonaning iqtisodiy barqarorlik holatiga to'g'ri baho berish uchun buxgalteriya balansiga asoslangan holda koeffitsientlardan foydalanamiz. Shunga ko'ra, To'lov qobiliyati koeffitsienti 2017 yilga nisbatan 1.62 koeffitsientga o'sgan. 2017 yildan tashqari har bir yil uchun to'lov qobiliyati koeffitsienti hisobot yilining oxirida me'erdagi 1.25 dan yuqori bo'lgan. Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsienti davr oxirida -0.22 punktga kamaygan, bu o'z navbatida belgilangan me'yordan, ya'ni birdan ancha kam. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi ham me'yordagi 0.05dan 2017 va 2019 yillari kam bo'lgan.

Davrning 2018 yili davomida 10% bo'lgan. Aktivlar rentabelligi davr oxirida 2017 yilga nisbatan kamaygan bo'lib, 2018 yili me'yorda bo'lgan. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsienti 2019 yili davr boshidan +0,38 punktga ortgan. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsientining qiymati davr oxirida 2019 yil birdan yuqori bo'lgan, bu korxonada moliyaviy xavf xatar (risk) mavjud emasligining alomatidir. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsienti har yili 0.5 dan yuqori bo'lgan. Korxonada ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish yuqori darajada deb qabul qilish mumkin. Asosiy vositalarni eskirish koeffitsienti 0.5 dan yuqori bo'lgan, ya'ni me'yorlar darajasida emasdir.

Mazkur koeffitsientlarning bunday tartibda o'zgarishi korxonaning moliyaviy holatini joriy 2019 yilda nisbatan 2017 yilda birmuncha notekis o'zgarib borayotganligidan dalolat beradi. Umuman olganda korxonada ma'lumotlari asosida uning iqtisodiy barqarorlik koeffitsientlari o'rganilganda, ushbu koeffitsientlarning o'zgarishi ijobiy bo'lmagan.

3.2. Korxonalar faoliyati rentabellik darajasi

Rentabellik ko'rsatkichlari barcha korxonalar faoliyatining eng asosiy va yakuniy ko'rsatkichidir. Korxonalar faoliyatini tahlil qilishda foydaning umumiy summasi bilan birga, u qanday xarajatlar evaziga olinayotganini, mablag'lar qanday darajada aylanayotganligini bilish mulkdorlar, sheriklar va kreditorlar uchun o'ta ahamiyatli hisoblanadi. Shuning uchun korxonaning moliyaviy hisobotida foydalilik darajasi va mablag'lar aylanishini ifoda etuvchi quyidagi ko'rsatkichlar aks ettiriladi:

1. Aktivlar rentabelligi. (R_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{\text{ЖАЙк}} * 100$$

bu erda: SF – sof foyda;

ЖАЙк – korxonalar jami aktivlarining o'rtacha yillik qiymati.

$$2017 \text{ yilda } R_a = 7762 / 502347 = 0.015$$

$$2018 \text{ yilda } R_a = 120500 / 696200 = 0.17$$

$$2019 \text{ yilda } R_a = 1374 / 819485 = 0.0016$$

2. Sotilgan mahsulot rentabelligi (R_{SM}):

$$\text{yoki } P_{cM} = \frac{\text{ЯФ}}{\text{CCT}}$$

$$P_{cM} = \frac{C\Phi}{\text{CCT}}$$

Bu erda: R_{SM} – sotilgan mahsulot rentabelligi;

ЯФ – yalpi foyda;

SF – sof foyda;

SST – mahsulot sotishdan sof tushum.

$$2017 \text{ yilda } R_{SM} = 7762 * 100 / 1340528 = 0.57 \%$$

$$2018 \text{ yilda } R_{SM} = 120500 * 100 / 1921424 = 6.3 \%$$

$$2019 \text{ yilda } R_{SM} = 1374 * 100 / 2054768 = 0.07 \%$$

3. Xususiy kapital rentabelligi (R_{xk}):

$$P_{xk} = \frac{C\Phi}{\text{XK}}$$

Bu erda: SF – sof foyda;

XK – xususiy kapital o'rtacha yillik qiymati.

2017 yilda $R_{xk} = 7762 * 100 / 165250 = 4.69 \%$

2018 yilda $R_{xk} = 120500 * 100 / 199250 = 60\%$

2019 yilda $R_{xk} = 1374 * 100 / 310657 = 0.44 \%$

4. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix}),

$$P_{ux} = \frac{C\Phi}{MIT}$$

Bu erda:

SF – sof foyda;

MIT – mahsulot ishlab chiqarish tannarxi.

2017 yilda $R_{ix} = 7762 / 841913 = 0.009$

2018 yilda $R_{ix} = 120500 / 1116421 = 0.10$

2019 yilda $R_{ix} = 1374 / 1251824 = 0.001$

5. Asosiy vositalar rentabelligi.

$R = \text{Cof foyda} * 100\% / \text{Asosiy vositalarning o'rtacha yillik qiymati}$

2017 yil $7762 * 100 / 374506 = 2\%$

2018 yil $120500 * 100 / 381618 = 31\%$

2019 yil $1374 * 100 / 694427 = 0.1\%$

6. Aylanma (oborot) aktivlar rentabelligi.

$R = \text{Cof foyda} * 100\% / \text{Oborot aktivlar o'rtacha yillik qiymati}$

2017y. $7762 * 100 / 278532 = 2.8\%$

2018y. $120500 * 100 / 610937 = 19\%$

2019y $1374 * 100 / 500401 = 2.7\%$

7. Qarz mablag'lari rentabelligi. Ushbu ko'rsatkich korxonada sof foydasini qarzga olingan mablag'lariga nisbati asosida aniqlanadi. Bu ko'rsatkich har bir so'mlik qarz mablag'iga to'g'ri keladigan foyda summasini ifodalaydi.

$\text{Cof foyda} * 100\% / \text{Qarz mablag'lari jami}$

2017 yil $7762 \cdot 100 / 251300 = 3.1 \%$

2018 yil $120500 \cdot 100 / 265800 = 45 \%$

2019 yil $1374 \cdot 100 / 301205 = 0.45 \%$

Tahlil korxonaning moliyaviy hisoblari asosida oxirgi uch yildagi moliyaviy ko'rsatkichlardan foydalangan holda amalga oshiriladi (15-jadval).

«MUHAMMAD QODIR SHOH» xususiy korxonasi ning rentabellik ko'rsatkichlari, ularning turlari va ta'sir etuvchi omillar tahlili (16-jadval) ma'lumotlaridan ko'rinadiki, biz tahlil qilayotgan «MUHAMMAD QODIR SHOH» xususiy korxonasi da 2019 yilda o'tgan yillarga nisbatan barcha rentabellik turlari bo'yicha kamayish kuzatilgan.

Bu shundan dalolat bermoqdaki, 2019 yilda korxonaning samaradorligi tushib borayotganligidan hamda uning moliyaviy holati yomonlashayotganligidan dalolatdir. Ma'lumotlardan ko'rinadiki, 2019 yilda mahsulot (ish, xizmat)larni sotishdan olingan sof tushum miqdori biroz ortgan bo'lsa, bunga mos ravishda mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi ham ortgan, boshqa turdagi aktivlar esa o'sgan. Sof foyda miqdori esa oldingi yillarga nisbatan 2019 yilda knskin kamaygan. Natijada aksariyat rentabellik ko'rsatkichlarida kamayish tendentsiyasi hosil bo'lgan.

16-jadval

Korxonaning rentabellik ko'rsatkichlari tahlili

Ko'rsatkichlar	Hisobot ma'lumotlari			2019y.da 2017y.ga nisbatan farqi,(+,-)
	2017y.	2018y.	2019y.	
1.Aktivlar rentabelligi	0.015	0.17	0.0016	-0,0134
2. Sotish rentabelligi	0.57	6.3	0.07	-0.5
3.Xususiy kapital rentabelligi	4.69	60	0.44	-4,25
4. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi	0.009	0.10	0.001	-0.008

5. Asosiy vositalar rentabelligi.	2	31	0.1	-1.9
6. Oborot aktivlar rentabelligi.	2.8	19	2.7	-0.1
7. Qarz mablag'lari rentabelligi.	3.1	45	0.45	-2,65

Manba: korxonada yillik hisobotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Mahsulotlar sotishdan olingan sof tushum hajmi tovarlar sifati, miqdori, shartnoma va bozordagi baholarning o'zgarishlari bilangina bog'liq bo'lib qolmasdan, sotish uchun mo'ljallangan tovarlarning turib qolishidan sifatining buzilishi, ishlab chiqarishdagi braklar hajmiga ham bog'liqdir. Ishlab chiqarish jarayonidagi texnologik o'zgarishlar evaziga, bajaruvchilarning layoqatsizligi va mas'uliyatsizligi tufayli yo'l qo'yilgan kamchiliklar ta'sirida tovarlar sifatining pasayishi va brak mahsulotlar paydo bo'lishiga sabab bo'ladi.

VI. GLOSSARIY

Iboralar	O'zbek tilidagi izohi
Almashtirish samarasi	ish haqini ortishi natijasida bo`sh vaqtning qisqarishi.
Alternativ xarajatlar (opportunity cost)	tanlashda voz kechilgan eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan natija (qiymat, foyda, naflik).
Alternativ qiymat (foydalanilmagan imkoniyat deb ham qaraladi)	biror ne`mat qiymatini voz kechilgan boshqa bir nechta ne`mat qiymati bilan ifodalanishi.
Amortizasiya	bosqichma-bosqich asosiy kapital qiymatining ma`lum bir qismini ishlab chiqariladigan mahsulot qiymatiga o`tkazish yo`li bilan uni qoplash.
Asimmetrik axborot	bu shunday holatki, bunda bozorda bo`ladigan savdo-sotiqda bozor qatnashchilaridan bir qismi kerakli, muhim axborotga ega bo`lgan qism ega emas.
Auksion	tovarni oldi-sotdisini tashkil qilish usullaridan biri bo`lib unda transaksiya xarajatlari real vaqt rejimida o`tadi.
Bertran muvozanati (Bertrand equilibrium)	bozor duopolik bo`lganda firmalar tovar narxini tushirish va mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali bir biri bilan raqobatlashadi. Товар narxi chekli xarajatga teng bo`lganda muvozanat holat barqarorlashadi.
Befarqlik chizig`i (indifference curve)	shaxs uchun bir xil naf beradigan bo`sh vaqt, ish vaqti va ish haqi (daromad) kombinasiyalarini ifodalovchi egri chiziq (bu yerda bo`sh vaqt va ish vaqti 0 dan 24 soatgacha qiymat qabul qiladi va har bir ish vaqti ma`lum daromadni, ish haqini ifodalaydi).
Bozor muvozanati	bozorda taklif miqdorini talab miqdoriga teng bo`lgan hol, taklif chizig`i bilan talab chizig`i kesishgan nuqtaga muvozanat nuqta deyiladi.
Byudjet	iste`molchining ma`lum vaqt oralig`ida oladigan barcha daromadlari yig`indisi.
Byudjet chegarasi (budget constraint)	“umumiy vaqt – daromad” koordinatalariga ega bo`lgan to`g`ri chiziq bo`lib, uning yotqlik
Yer narxi	cheklanmagan vaqt davomida yerdan olingan barcha daromadlar yig`indisining keltirilgan (boshlang`ich

	yilga) qiymati.
Ijara haqi (to`lovi)	yerdan foydalanuvchi tomonidan bir yilda yer egasiga to`lanadigan pul miqdori.
Izokvanta	bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta`minlovchi omillar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi egri chiziq.
Izokosta	yig`indisi bir xil yalpi xarajatga teng bo`lgan resurslar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi chiziq.
Iqtisodiy ne`mat	ehtiyojni qondirish vositasi.
Iqtisodiy renta	resursni sotilishi mumkin bo`lgan narx bilan muvozanat narx ayirmasiga teng. Noyob, cheklangan resur va ishchining yuqori malakasi uchun to`lanadigan qo`shimcha to`lov
Iqtisodiy o`shish	ishlab chiqarishda foydalaniladigan resurslar miqdorini oshirish yoki texnologiyani takomillashtirish orqali jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish.
Investision loyihani oqlash muddati	joriy foydalar yi`indisini investisiya qiymatiga teng bo`lishini ta`minlovchi minimal vaqt oralig`i.
Investisiyalash	asosiy kapitalni to`ldirish va o`stirish uchun vapital qo`yish jarayoni.
Investisiyani ichki oqlash normasi	investision loyiha samaradorligi ko`rsatkichi. Investisiyani qiymati bilan kelajakda olinadigan sof foydaning diskontirlangan qiymati yig`indisini nolga aylantiruvchi ichki qaytim normasi.
Inson kapitali nazariyasi	inson kapitaliga investisiya qo`yish natijasida ish haqining har xil darajada bo`lishi sabablarini tushuntirib beruvchi nazariya.
Inson kapitaliga investisiya (human capital investment)	insonning qobiliyatini, malakasini, ishchining mehnat unumdorligini oshirishga olib keladigan har qanday harakat (shu bilan birga bilim olishiga, sog`liqini tiklashga sarflar).
Institutlar	iqtisodiy sub`ektlar harakatini cheklovchi, ularning o`zaro munosabatlarini tartibga soluvchi me`yorlar, qoidalar hamda ushbu me`yor va qoidalarni bajarilishini nazorat qilish mexanizmlari.
Iste`molchi ortiqchaligi (yutug`i)	iste`molchi tovarlar uchun to`lashi mumkin bo`lgan narxlar bilan tovarlarga bozorda haqiqiy to`langan narxlar ayirmalarining yig`indisi.
Ish haqi (wage rate)	foydalanilgan mehnat uchun berilgan pul miqdori yoki narx.
Ishlab chiqarish (production)	ishlab chiqarish omillaridan foydalangan holda mahsulot yaratish jarayonini yoki ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantirish jarayoni.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig`i	mavjud bo`lgan ishlab chiqarish resurslaridan to`liq va samarali foydalanish orqali ishlab chiqariladigan tovarlar kombinasiyasini ifodalovchi chiziq.
Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig`i	mavjud texnologiyada kapital va mehnatdan to`liq foydalangan holda ikkita tovar kombinasiyalarini maksimal darajada ishlab chiqarishni ifodalaydigan chiziq.
Ishlab chiqarish omillari	cheklangan bo`lib, ularga mehnat (labour), kapital (kapital), materiallar (xomashyo, butlovchi qismlar, elektr energiyasi, gaz, suv va boshq.), yer (land) kiradi.
Ishlab chiqarish funksiyasi	ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan shu mahsulotni ishlab chiqarishdagi sarflangan ishlab chiqarish omillari miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalovchi funksiya.
Ishlab chiqarish shartnomalari chizig`i	resurslarni Pareto samarali joylashtirish chizig`i bo`lib, bunda quyidagi shart bajariladi: ishlab chiqaruvchi muvozanati yoki maksimal mahsulot ishlab chiqarish uchun optimal sarflanadigan mehnat va kapital miqdorini aniqlash sharti - ishlab chiqarishning shunday holatiki bunda har qanday omil uchun sarflangan bir birlik pul miqdori bir xil miqdordagi mahsulot ishlab chiqarishni ta`minlaydi.
Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi (yutug`i)	tovarlarnig haqiqiy narxlaridan chekli (bir birlik qo`shimcha tovar ishlab chiqarishga ketgan) xarajatlarni ayirmalari yig`indisiga teng.
Ishchining nafliligini maksimallashtirish sharti (utility maximization rule)	bo`sh vaqtni daromad bilan chekli almashtirish normasini ish haqiga tengligi.
Kapital	uzoq muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan resurs. Kapitalni mehnat bilan chekli texnologik almashtirish normasi ikkala ishlab chiqariladigan A va B tovarlar uchun bir xil bo`lib, ular mehnat narxini kapital narxi nisbatiga teng.
Kasaba uyushmasi	bu ishchilar uyushmasi bo`lib, u o`zining a`zolari nomidan va ko`rsatmasiga ko`ra tadbirkorlar bilan muzokara olib borish huquqiga ega tashkilot.
Kvazioptimum	Pareto-samarali hajmida tovar ishlab chiqarish mumkin bo`lmaganda ishlab chiqarish mumkin bo`lgan variantlardan eng yaxshisini tanlash (optimalga yaqin).
Koldora-Xiks mezoni	turmush farovonligi mezoni bo`lib, unga ko`ra

	yutganlar o`z yutug`ini boy berganlarning yo`qotishidan yuqori deb narxlasa.
Kooperativ o`yin	o`yinda bir neta o`yinchilar o`zaro kelishib, birgalikda o`ynaydi (iqtisodiyotda kooperativ o`yinga misol sifatida karterni harash mumkin).
Kurno muvozanati	duopolik bozorda har bir firma mustaqil ravishda shunday optimal ishlab chiqarish hajmini tanlaydiki ushbu mahsulot hajmi ikkinchi firmani qanoatlantiradi. Kurno muvozanati firmalarning aks ta`sir qiluvchi funksiyalari grafiklarining kesishish nuqtasida vujudga keladi.
Lorens chizig`i	biror bir ko`rsatkichni taqsimlanish darajasini ifodalovchi egri chiziq. Bu amerikalik olim Maks Otto Lorens (1876-1944) tomonidan aholi daromadlarining taqsimlanishini narxlash uchun ishlab chiqilgan. Aholidan daromad solig`i olinib, ularga transfert berilgandan keyin Lorens chizig`ining botiqligi kamayadi.
Masshtab samarasi	bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi surati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o`shish surati o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalaydi. Ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar miqdoriga ishlab chiqarish masshtabi deyiladi.
Ma`naviy tavakkalchilik	yo`qotishlar sug`urta kompaniyasi tomonidan to`liq qoplanishiga ishonch hosil qilgan holda vujudga kelishi mumkin bo`lgan yo`qotishlar ehtimolini ongli ravishda oshirib ko`rsatishga intiluvchi shaxsning hatti-harakati.
Mehnat bozorida monopsoniya	bu mukammallashgan raqobatdagi mehnat bozorining alohida bir chetki ko`rinishi bo`lib, bunda biror kichik shahardagi yagona firma mahalliy aholining ko`p qismini ish bilan ta`minlaydi.
Mehnatni chekli mahsuloti	boshqa ishlab omillari sarfi o`zgarmaganda bir birlik qo`shimcha mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo`shimcha mahsulot.
Monnopolyaning o`lik yuki yoki jamiyatning sof yo`qotishi	monopolist bo`limgandagi mahsulot ishlab chiqarish hajmidan monopolist ishlab chiqargan mahsulotni ayirmasiga teng.
Monopoliya	bu shunday bozorki, unda faqat bitta mahsulot ishlab chiqaruvchi firma faoliyat olib boradi va mahsulot ishlab chiqarishni, sotishni to`liq nazorat qiladi.
Muvozanat narx	talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx. Muvozanat narxga to`g`ri keladigan tovar miqdoriga muvozanat mahsulot miqdori deyiladi.

Mukammal raqobatlashgan bozor	agar bozor quyidagi xususiyatlarga ega bo`lsa: bozor sub`ektlar tovar narxiga tasir qila olmaydi; firmalarni bozorga kirish va chiqishi erkinligi; sotuvchilar birgalikda xarakat qilmaydi; bozor tugrisidagi barcha axborotlar bilan bozor sub`ektlari tanish.
Narx	bir birlik tovarni sotib olish uchun to`lanadigan pul miqdori.
Naflik	iqtisodiy ne`matlarni, shaxs ehtiyojini qondirish darajasi. Ne`mat inson ehtiyojini qancha to`laroq qondirsa, uning nafli shuncha yuqori bo`ladi.
Naflik funksiyasi	iste`mol qilingan ne`matlar miqdorini o`zgarishi natijasida olinadigan naf.
Noaniqlik	axborotlar yetarli, to`liq bo`lmaganda qabul qilingan harorlarda noaniqlik vujudga keladi. Noaniqlik sharoitida qabul qilingan harorlar natijasida tavakkalchilik vujudga keladi.
Nokooperativ o`yin	bu o`yinda hatnashchilar mustaqil ravishda haror qabul qiladi (iqtisodiyotda misol sifatida oligopolik bozorda harakat qiluvchi firmalar o`rtasidagi "narxlar jangini" keltirish mumkin).
Nol sum yutuqqa ega bo`lgan o`yin (zero sum game)	o`yinda bir kishining yutuqi boshqa o`yinchilarning yutqazgan summalari yiqindisiga teng.
Nolga teng bo`lmagan sumga ega bo`lgan o`yin (non zero sum game)	bu uyinda bir guruq o`yinchilar yo yutadi yoki boy beradi.
Nominal ish xaqi (nominal wage rate)	yollanma ishchi tomonidan olingan pul miqdori.
Noratsional talab	bu rejalashtirilmagani talab bo`lib, shaxsning hozirgi qoqishini, kayfiyatini, injiqligini uchratishi bilan vujudga keladigan vaqtinchalik talab.
Nofunksional talab	tovarni sifati bilan bog`liq bo`lmagan omillarga asoslangan talab.
Ob`ektiv (matemati) ehtimol	voqea va hodisalar jarayonida takrorlanishlarni hisob-kitob qilishga asoslangan.
Oliy kategoriyali tovar	daromad oshganda talab oshib ketadigan tovarlar.
Pareto optimum (Pareto samaradorlik)	ne`matlarni shunday ta`simlanishiki, bunda biror kishining turmush farovonligini pasaytirmasdan boshqa kishining turmush farovonligini oshirib

		bo`lmaydi.
Real ish haqi (real wage rate)		olingan pul mablag`i hisobidan sotib olinishi mumkin bo`lgan tovarlar va xizmatlar miqdorini ifodalovchi ish haqining sotib olish imkoniyati.
Real foiz stavkasi		inflyasiyadan tozalangan foiz stavkasi
Renta		taklifi qat`iy cheklangan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.
Resurslarga xarajat	chekli	qo`shimchabir birlik resurs sotib olish uchun sarflangan qo`shimcha xarajat.
Resursning daromadliliği	chekli yoki resursning ifodalangan mahsuloti	resursdan qo`shimcha bir birlik foydalanish natijasida olingan qo`shimcha mahsulotni sotishdan tushgan qo`shimcha daromad.
Sof diskontirlangan (keltirilgan) (NPV)	qiymat	bu kelajakda olinadigan sof daromadning diskontirlangan qiymatidan diskontirlangan investisiya ayirmasi.
Sof iqtisodiy renta (pure economic rent)		narx bo`yicha absolyut elastik bo`lmagan taklifga ega bo`lgan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.
Ssuda foizi		kapital egasiga uni kapitalidan foydalangani uchun iqtisodiy sub`ekt tomonidan to`lanadigan narx.
Standart kvadratik) chetlanish	(o`rta)	dispersiyadan olingan kvadrat ildiz/
Tavakkalchilik (risk)		qo`yilgan maqsadga erishidagi yo`qotishlar.
Tavakkalchilikka befarq harovchi shaxs		kutiladigan daromadda u kafolatlangan daromad bilan tavakkal daromaddan qaysi birini tanlashga befarq haraydigan shaxs.
Tavakkalchilikka harshi inson (zist orvezse person)		kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko`radigan inson.
Tavakkalchilikka moyillik (zist prefeped)		kutiladigan daromadda kafolatlangan natijaga ko`ra ko`proq tavakadchilik bilan bog`liq bo`lgan natijani ustun ko`radigan shaxs.
Tavakkalchiliklarni qo`shish		ushbu usul tasodifiy yo`qotishlarni o`zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga haratilgan (mulkni sug`urtalash).
Tavakkalchilikni taqsimlash		ushbu usulga ko`ra zarar ko`rish ehtimoli bilan bog`liq bo`lgan tavakkalchilik qatnashuvchi sub`ektlar o`rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub`ektning kutiladigan zarari nisbatan kichik bo`ladi. Yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni tavakkalchilikdan qo`rqmasdan moliyalashtiradi.

Boshharuv axboroti	biror ob`ekt to`g`risida va unda bo`layotgan jarayonlar to`g`risidagi ma`lumotlar.
Taklif	bu ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan berilgan narxlarda sotilishi mumkin bo`lgan tovarlar miqdori.
Taklif qonuni	to`g`ridan-to`g`ri narx o`zgarishi bilan bog`liq holda taklifning o`zgarishi.
Taklif funksiyasi (supply function)	taklifga ta`sir qiluvchi omillar miqdori bilan taklif miqdori urtasidagi bog`liqlikni ifodalaydi.
Taklif chizig`i (supply curve)	tovar narxi bilan taklif qilinadigan ushbu tovar, miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalovchi egri chiziq.
Talab (demand)	berilgan narxlarda xaridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo`lgan tovarlar miqdori.
Talab qonuni	narxdan boshqa omillar o`zgarmaganda talab miqdori bilan narx o`rtasidagi bog`liqlik.
Talab funksiyasi (demand function)	talabga ta`sir diluvchi omillar miqdori bilan talab miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalaydi.
Talab chiziqi (demand curve)	tovar narxi bilan sotib olinadigan ushbu tovar miqdori o`rtasida bog`liqlikni ifodalovchi egri chiziq.
Transaksion xarajatlar (transaction costs)	bozorda tovarlarni sotishda egalik xuquqini aniqlash va uni berish bilan bog`liq xarajatlar.
To`ldiruvchi tovarlar (complementary goods)	birgalikda, komplektlarda iste`mol qilinadigan tovarlar.
To`lov funksiyasi	o`yin natijasi bo`lib o`yinchining yutug`ini yoki yo`qotishini bildiradi.
Umumiy mahsulot (total product, TR)	ishlab chiqarish omili sarfiga tug`ri keladigan mahsulot miqdori.
Umumiy muvozanatlik	barcha bozorlarning o`zaro bir-biriga ta`siri natijasida o`rnatiladigan muvozanatlik. Barcha bozorlarni muvozanat holatda bo`lishi. Bunda biror bozorda muvozanatlik buzulsa boshqa bozorlarda ham muvozanatlik buziladi.
Umumiy naflik (total utility)	iste`mol qilingan ne`matlardan olingan jami naflik.
O`yin	oldindan belgilangan qoidalar asosida iqtisodiy sub`ektlar o`rtasidagi o`zaro munosabatlar (harorlar qabul qilish).
O`yinlar nazariyasi	fan yo`nalishi bo`lib u o`yin qatnashuvchilarining vaziyat bo`yicha harakat qilish va haror qabul

	qilishni matematik usullar yordamida o`rganadi.
O`rindosh tovarlar (substitution goods)	iste`mol qilishda bir-birini o`rnini bosuvchi tovarlar yoki bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlar.
O`rindosh tovarlarni almashtirish samarasi	iste`molchining iste`mol majmuasiga kiruvchi ne`matlardan birining narxi o`zgarishi natijasida iste`mol tarkibining o`zgarishi.
O`rtacha daromad	bir birlik tovarni sotishdan tushgan daromad. Firma (firm) - jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sotish bilan shug`ullanuvchi iqtisodiy sub`ekt.
Firmaning bozordagi strategik harakati	bunda firma o`zining harakatini raqobatlashuvchi firmaning harakatiga ko`ra ishlab chiqadi.
Foiz stavkasi	nominal foiz stavkasi inflyasiyani hisobga olmagandagi joriy kursdagi foiz stavkasi.
Foyda (buxgalteriya)	mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan ushbu mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun ketgan yalpi xarajatni (tashqi xarajatni) ayrilganiga teng.
Maksimal foyda olish sharti	$MR=MC$ - raqobatlashgan bozorda maksimal foyda olish sharti $MC=P$, raqobatlashuvchi firmaning zararsiz ishlash nuqtasini ifodalovchi shart.
Fyuchersh	hozirgi narxlarda ma`lum miqdordagi tovarni kelajakda ma`lum kunda yetkazib berish uchun tuzilgan muddatli shartnoma. Tavakkalchilik bilan bog`liq bo`lmagan aktivlar - aktiv tomonidan tushadigan pullar miqdor oldindan belgilangan miqdorda bo`lishi.
Xarajatlar	mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan sarflar.
Chekli mahsulot (marginal product, MR)	boshqa omillar sarfi o`zgarmaganda bir birlik biror omildan qo`shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo`shimcha mahsulot.
Chekli naflik (marginal utility)	oxirgi yoki navbatdagi birlik ne`matni iste`mol qilishdan olinadigan naflik.
Chekli texnologik almashtirish normasi (marginal rate of technological substitution, $MRTS_{xy}$)	ishlab chiqarish xajmi o`zgarmaganda bir birlik X omilini necha birlik Y omil bilan almashtirish mumkinligini ko`rsatadi.
Chekli transformatsiya normasi (MRT)	birinchi tovardan qo`shimcha bir birlik ishlab chiqarish uchun ikkinchi tovardan qancha voz kechish kerakligini ko`rsatadi. Bu birinchi tovarning alternativ qimmatini ifodalaydi va ikkinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajatlarini birinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajati

	nisbatiga teng.
Chetlanish	kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o`rtasidagi farq.
Shartnomalar chizig`i	- ikki iste`molchi o`rtasida ikkita ne`matning samarali taqsimlanish variantlarini ifodalovchi chiziq.
Shaxs talabi (individual demand)	bitta iste`molchining tovarga talabi.
Shtakelberg muvozanati	bu duopolik sharoitda lider firma bilan ergashuvchi firma faoliyat ko`rsatganda lider tovar narxini va ishlab chiqarish hajmini mustaqil belgilaydi, ergashuvchi firma lider firmaga moslashgan holda narx va mahsulot hajmini belgilaydi.
Vaqt bo`yicha ustun ko`rish	joriy iste`molga sarflash bilan kelajakda iste`mol qilish uchun sarflashdan qaysi birini befarqlik chizig`i asosida tanlash.
Vaqt bo`yicha ustun ko`rishni cheklash normasi	umumiy turmush darajasi o`zgarmaganda joriy iste`moldan bir birlik kechishni to`liq qoplaydigan kelajakdagi qo`shimcha iste`mol qiymati.
Vaqlararo byudjet chegarasi	shaxsning daromadi va ssuda foizi stavkasi bilan aniqlanadigan vaqlaro ustun ko`rish kartasidagi chiziqning holati.
Vaqlararo muvozanatlik	joriy va kelajakda iste`mol qilish o`rtasida tanlayotgan shaxs uchun maksimal naflik keltiruvchi holat.

VII. ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari

1. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 592 b.
3. Mirziyoev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. T.: “O'zbekiston”, 2018. – 507 b.
4. Mirziyoev Sh.M. Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug' va kelajagi farovon bo'ladi. 3-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2019. – 400 b.
5. Mirziyoev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. 4-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2020. – 400 b.

II. Normativ-huquqiy hujjatlar

6. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. – T.: O'zbekiston, 2018.
7. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentyabrda qabul qilingan “Ta'lim to'g'risida”gi O'RQ-637-sonli Qonuni.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 9 dekabr “2020 yil uchun O'zbekiston Respublikasining Davlat byudjeti to'g'risida”gi O'RQ-589-sonli Qonuni
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015 yil 12 iyun “Oliy ta'lim muassasalarining rahbar va pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” gi PF-4732-sonli Farmoni.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida”gi 4947-sonli Farmoni.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 1 avgust “O'zbekiston Respublikasida investitsiya muxitini tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to'g'risida”gi PF-5495-sonli Farmoni.
12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentyabr “2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 may “O'zbekiston Respublikasida korrupsiyaga qarshi kurashish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PF-5729-son Farmoni.
14. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 iyun “Soliq va bojxona imtiyozlari berilishini yanada tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PF-5755-sonli Farmoni.
15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 avgust “Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.
16. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktyabr “O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha

rivojlantirish kontsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5847-sonli Farmoni.

17. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktyabr "Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish kontsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-6097-sonli Farmoni.

18. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-2909-sonli Qarori.

19. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabr PQ-4022-sonli "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori.

20. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 17 iyun "2019-2023 yillarda Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetida talab yuqori bo'lgan malakali kadrlar tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish va ilmiy salohiyatini rivojlantiri chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4358-sonli Qarori.

21. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 4 oktyabr "2019 – 2030 yillar davrida O'zbekiston Respublikasining «yashil» iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-sonli Qarori.

22. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 9 yanvar "O'zbekiston Respublikasining 2020-2022 yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4563 -sonli Qarori.

23. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

24. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentyabr "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 797-sonli Qarori.

Sh. Maxsus adabiyotlar

25. Vaxabov A.V., Butaboev M.T. Makroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. – Farg'ona: "Navro'z" nashriyoti, 2019. – 319 bet.

26. Vaxabov A.V., Razikova G.X., Modernizatsiya ekonomiki. Uchebnoe posobie. Toshkent: Iqtisod-Moliya. 2014. – S. 200.

27. Vaxabov A.V., Iminov T.K., Teshaboev T.Z., Butaboev M.T. "Zelyonaya ekonomika", kak osnova ustoychivogo razvitiya (Ekonomicheskii rost bez ushcherba dlya ekologii). Monografiya. T.: "Aloqachi", 2019, 480 str.

28. Gulyamov S.S., Ayupov R.H., Abdullaev O.M., Baltabaeva G.R.. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019, 447 bet

29. Stankovskaya I.K., Strelets I.A.. Ekonomicheskaya teoriya. Uchebnik. 3-e izd., ispr. – M.: «Eksmo», 2012. – 448 str.

30. O'lmasov A., Vahobov A. Iqtisodiyot nazariyasi(darslik) «Sharq» nashriyoti, 2014 – 485 b.

38. Makkonnel K.R., Bryu S.L. Ekonomiks: printsipi, problemi i politika. Uchebnik. 19-izd. - M.: INFRA-M, 2015. – 916 str.

39. Martin Weale, Andrew Blake, Nicos Christodoulakis, James E Made,

David Vines., Macroeconomic Policy. UK, 2015, English.

40. James H. Stock. Introduction to Econometrics. Third edition. Addison – Wesley.2011.

IV. Internet saytlar

41. www.lex.uz- O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

42. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali.

43. www.edu.uz-O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi.

44. www.press-service.uz – O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati rasmiy sayti.

45. www.stat.uz- O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi.

46. www.mfer.uz – O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya va savdo Vazirligining rasmiy sayti.

47. www.uza.uz – O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti.

48. www.sciencedirect.com – jahonning eng ilg'or tadqiqotlari bazasi.

49. www.uzreport.com – biznes axborotlari portali.

50. <https://openedu.ru/> Otkritoe obrazovanie

51. www.ZiyoNet.uz – axborot ta'lim tarmog'i.

52. www.bimm.uz- Bosh ilmiy-metodik markaz.

53. www.tsue.uz- Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.