

NARX KATEGORIYASIGA BO‘LGAN NAZARIY QARASHLAR

Bababekova Gulchehra Baxtiyarovna

Toshkent Amaliy fanlar universiteti “Umumiqtisodiyoti” kafedrası katta o‘qituvchisi

gulchehrabababekova2023@mail.ru

Bababekova Nargiza Baxtiyarovna

Toshkent Amaliy fanlar universiteti “Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrası katta o‘qituvchisi

azmyus0960@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada narxning iqtisodiy kategoriya sifatida mazmuni va shakllanishi hamda unga ta’sir etuvchi omillar yoritilgan. Narxni shakllanish jarayonlari mumtoz va yetakchi iqtisodchi olimlarning qarashlari tadqiq qilingan. Tadqiqot jarayonida qo‘llanilgan tadqiqot metodlari berilgan. Tahlillar asosida tegishli xulosa va takliflar keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: *bozor, narx, konyuktura, talab, taklif, naflilik, qiymat, raqobat, omil, kategoriya, ishlab chiqarish, harajat.*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ О ЦЕНОВОЙ КАТЕГОРИИ

Бабабекова Гулчехра Бахтияровна

Старший преподаватель кафедры “Общэкономика” Ташкентского университета прикладных наук (UTAS)

gulchehrabababekova2023@mail.ru

Бабабекова Наргиза Бахтияровна

Старший преподаватель кафедры “Экономика отраслей” Ташкентского университета прикладных наук (UTAS)

azmyus0960@gmail.com

Аннотация: В данной статье изложены сущность и цены как экономической категории, а также факторы, влияющие на нее формирование. Изучены взгляды ведущих экономистов и классиков формирования цены как экономической категория . Приведены методы исследования, используемые в

исследовательском процессе. На основе анализа изложены соответствующие выводы и рекомендации.

Ключевые слова: рынок, цена, конъюнктура, спрос, предложение, полезность, стоимость, конкуренция, фактор, категория, производство, стоимость.

THEORETICAL APPROACHES ABOUT PRICE CATEGORY

Bababekova Gulchehra Bakhtiyarovna

Senior Lecturer at the Department of General Economics, Tashkent University of Applied Sciences (UTAS)

gulchehrabababekova2023@mail.ru

Bababekova Nargiza Bakhtiyarovna

Senior Lecturer at the Department of Economics of Industries, Tashkent University of Applied Sciences (UTAS)

azmyus0960@gmail.com

Abstract: This article outlines the essence and prices as an economic category, as well as the factors influencing its formation. The views of leading economists and classics of price formation as an economic category have been studied. The research methods used in the research process are given. Based on the analysis, relevant conclusions and recommendations are presented.

Key words: market, price, conjuncture, demand, supply, utility, cost, competition, factor, category, production, cost.

KIRISH

Milliy iqtisodiyotning barqaror ravishda rivojlanishi, uning tarkibiy tuzilmasidagi o‘zaro ichki mutanosiblik va muvozanatning ta’minlanishi ko‘p jihatdan narxga bog‘liq. Narx va narxni shakllanishi iqtisodiyotining asosiy elementlaridan biri hisoblanadi.

Iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida narxning shakllanish jarayonlari iqtisodiy islohotlar davrida alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu jarayon narxlarni shakllantirish va unga ta’sir etuvchi omillarni inobatga olgan holda unda sog‘lom raqobat muhitini shakllantirishni talab etadi. Shu o‘rinda mamlakatimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev Oliy Majlisga Murojaatnomasida ta’kidlaganidek, “Davlat tomonidan 37 turdagi mahsulot va xizmatlar narxining tartibga solinayotgani erkin raqobatga salbiy ta’sir qilmoqda. Shuni hisobga olib, endi asosiy e’tiborni narxlarni

belgilashga emas, balki korxonalar o'rtasida sog'lom raqobatni ta'minlash orqali narxlarni pasaytirishga va sifatni oshirishga qaratishimiz kerak" [1]. Ushbu nuqtai-nazardan narxlarning iqtisodiy kategoriya sifatida shakllanishi va unga ta'sir etuvchi omillarni xorijlik va maxalliy iqtisodchi olimlarimiz tomonlaridan bildirilgan nazariy qarashlar asosida tahlil etishni lozim topdik.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Narxning iqtisodiy kategoriya sifatidagi mazmuni iqtisodiy mohiyatini klassik va hozirgi zamon yetakchi iqtisodchi olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Jumladan, iqtisodiy tarix sahnasida Aristotel pulning tovar munosabatlari asosida vujudga kelishi, narx esa tovarning pulda ifodalanishi ekanligini ta'kidlagan [2]. Shuningdek, xorijlik iqtisodchi olimlardan S.A.Bartenev "Iqtisodiy ta'limotlar tarixi" nomli darslikda u ayirboshlash shaxsiy ehtiyojlarning oqilona hajmiga muvofiq holdagi "adolatli narx" bo'yicha amalga oshishi lozimligini ta'kidlaydi [3]. Tabiiy narx to'g'risidagi ta'limot asoschisi V.Pettining fikriga ko'ra tabiiy narxni qiymat deb bilganlarini oqlash uchun ishlatildi. [4]

Kembrij maktabi asoschisi A.Marshall narx nazariyasi bo'yicha so'z yuritar ekan, mazkur nazariya uning nazariy mulohazalari markazida turadi.

A.Marshall qiymat va narx kategoriyalarini aynan bir narsa deb ko'rsatib, aslida, qiymatni tenglashtirib qo'ydi va narxni bozor munosabatining eng muhim elementi deb hisobladi. [5]

Fransuz klassik iqtisodchilaridan bo'lmish P.Buagilber ham narx nazariyasiga hissa qo'shgan bo'lib, u o'z e'tiborini narxlarni belgilashda optimal narxning paydo bo'lishiga qaratdi. [6]

Shu o'rinda akademik M.Sh.Sharifxo'jayev, prof. O'lmasovlar narxning shakllanishiga quyidagi omillar ta'sir etishini qayd etganlar: "Qiymat narxning obyektiv asosi bo'lsa-da, uni shakllantiruvchi yagona omil emas, naflilik yuqori bo'lishi baland narxni taqoza etsa, raqobat kurashi uni pasaytiradi "Narxni shakllantiruvchi eng muhim omil talab va taklif nisbati" [7] asosiy omil sifatida yuzaga chiqishini qayd etganlar.

Professor Sh.Sh.Shodmonov, prof. R.H. Alimov, dots. T.T. Jo'rayevlar tomonidan narxni shakllantirishda quyidagi omillar ta'sir etishini qayd etganlar: "Qiymat yoki ishlab chiqarish sarflari, tovarning naflilik darajasi; mazkur tovarga talab va taklif nisbati; raqobat holati; davlatning iqtisodiy siyosati va h.k. Bu omillar ichida tovar qiymati va nafliligi uning narxini belgilovchi asos bo'lib xizmat qiladi" [8].

Len Rodjersning fikriga ko'ra "tovar ishlab chiqaruvchilar narxni belgilanishiga quyidagi omillar ta'sirida qiymat, harajat, raqobat, maishiy rag'batlantirish, jamoat fikri, xizmat ko'rsatish ta'siri kabi omillar asosida yuz beradi" [9] deb qayd etgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu maqolaning metodologiyasi tizimli yondoshuv, ilmiy tadqiqot jarayonida kuzatish solishtirish va hamda tendentsiyalarni tahlil qilish usullari qo'llanilgan.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Narxning iqtisodiy kategoriya sifatidagi mazmuni quyidagi jarayonlar orqali namoyon bo'ladi: narxning iqtisodiy mohiyatini ifodalovchi asosiy tavsifiy belgi va ichki rivojlanish qonuniyatlarini ochib berish; uning iqtisodiy vazifalari hamda amal qilish tamoyillarini aniqlash; narxlarning shakllanishi, ulardan to'g'ri va samarali foydalanish hamda iqtisodiyotni boshqarishda tutgan o'rnini aniqlash; narx tizimini tahlil qilish va ulardan samarali foydalanishning shart-sharoitlarini ko'rib chiqish va hakozo.

Narxning mazmuniga qiziqish, uning obyektiv asoslarini tadqiq etishga urinishlar nisbatan ancha ilgari boshlangan. Jumladan, Aristotel pulning tovar munosabatlari asosida vujudga kelishi, narx esa tovarning pulda ifodalanishi ekanligini qayd etilgan. Shuningdek, u ayirboshlash shaxsiy ehtiyojlarning oqilona hajmiga muvofiq holdagi "adolatli narx" bo'yicha amalga oshishi lozimligi klassik olimlar tomondan ilgari surilgandir. Bu borada o'rta asrlarda "adolatli" narx qanday bo'lishi kerakligi to'g'risida bahslar borilgan bo'lib, "adolatli" narx ikkita talabga javob berishi lozim. Birinchidan, u "mehnat va xarajatlar" miqdoriga muvofiq ayirboshlashning ekvivalentligini ta'minlashi lozim. Ikkinchidan, ayirboshlash ishtirokchilarining ijtimoiy mavqeiga ko'ra ularning hayot kechirishini ta'minlaydigan narx "adolatli" hisoblanadi. Narx hunarmandga turmush farovonligining ma'lum darajasini, cherkov xodimiga – boshqa bir darajasini, feodalga – yana bir darajasini ta'minlashi lozim [3].

Shu o'rinda narxning iqtisodiy mohiyatini yoritishda tabiiy narx to'g'risidagi ta'limot asoschisi V.Pettining fikriga ko'ra tabiiy narxni qiymat deb bilganlarini oqlash uchun ishlatildi [4]. U mazkur g'oya orqali qiymatning mehnat nazariyasiga asos soldi. Vaqt va tasodifiy omillar ta'sirida o'zgarib turuvchi bozor narxiga tabiiy narx (qiymat)ni qarama-qarshi qo'ydi. Tabiiy narx mehnat miqdori bilan o'lchanishi sababli ichki bozor narxiga teng bo'lishi kerakligini ta'kidlaydi. U non bilan kumushning narxini solishtirib, ularning narxini sarflangan mehnat miqdori bilan tenglashtiradi. V.Petti iqtisodiyot tarixida qiymatning mehnat nazariyasi kurtaklarini ta'riflaydi. "Mehnat boyligining otasi, yer esa uning onasidir" degan fikrni bildiradi. Qiymatni aynan almashuv qiymati (pul) shaklida tushunadi.

Qiymat miqdori narxga aylanishi bilan u zarur munosabat ma'lum bir tovarning undan tashqaridagi pul tovarga nisbatan almashuv munosabatda yuz berishini ta'kidlaydi. Ko'rib turganingizdek, narx bilan qiymat miqdorining bir-biriga miqdor jihatidan muvofiq kelmay qolishi mumkinligi narxning o'z shaklidayoq mavjud bo'lishini qayd etadi.

Kembrij maktabi asoschisi A.Marshall narx nazariyasi bo'yicha so'z yuritar ekan, mazkur nazariya uning nazariy mulohazalari markazida turadi. Ma'lumki, zamonaviy iqtisodiy nazariyada A.Marshallning narx to'g'risidagi konsepsiyasi keng tarqalgan. A.Marshall narx konsepsiyasini yoritishda A.Smit, D.Rikardo, J.B.Sey, Ye.Bem-Baverk, D.Loderdeyllarning nazariy qarashlariga tayandi. U naflilik, ishlab chiqarish sarf-xarajatlari, talab va taklif kontsepsiyalarini narx nazariyasida umumlashtirdi. Ammo u qiymatning mavjudligini rad etadi, biroq u "qiymat" va "bozor qiymati" iboralaridan foydalandi. A.Marshall bir qator iqtisodchi olimlar tomonidan bildirilgan fikr-mulohazalarni o'rganib, qiymat naflilik yoki ishlab chiqarish sarf-xarajatlari asosida tartibga solinadimi, degan masala xususida qiymat sarf-xarajatlarning naflilikka nisbati ekanligini ta'kidlaydi. Shuningdek, u narx ayirboshlash qiymatni tashkil etib, boshqacha qilib aytganda, mahsulotni sotib olish qobiliyatini aks ettiradi. Bu yerdan xulosa narx sotib olinadigan tovar uchun mo'ljallangan tegishli pul miqdori sifatida aniqlanadi.

A.Marshall qiymat va narx kategoriyalarini aynan bir narsa deb ko'rsatib, aslida, qiymatni tenglashtirib qo'ydi va narxni bozor munosabatining eng muhim elementi deb hisobladi. Obyektiv qiymat kategoriyasi o'rniga Marshall o'rtacha narxning subyektiv kategoriyasidan foydalandi, bu narsa uning nazariyasida muvozanat narxi rolini bajaradi. Marshallning nazariyasi sintetik nazariya nomini oldi, chunki muallif o'z nazariyasida o'zidan avvalgi mavjud narx nazariyalari – "eng yuqori naflilik", ishlab chiqarish xarajatlari, talab va taklif nazariyalarini birlashtirib, ularning hammasini to'g'ri deb ko'rsatdi. U qiymat va narx kategoriyalarini aynan bir narsa deb ko'rsatadi. Shuningdek, u narx bozor iqtisodiyotining eng muhim elementi deb hisoblaydi. Marshall obyektiv qiymat kategoriyasi o'rniga narxning subyektiv kategoriyasidan foydalandi. Buning asosida u iqtisodiy jarayonlar muvozanat bozor narxlari atamasi bilan izohladi.

Fransuz klassik iqtisodchilaridan bo'lmish P.Buagilber ham narx nazariyasiga hissa qo'shgan bo'lib, u o'z e'tiborini narxlarni belgilashda optimal narxning paydo bo'lishiga qaratdi. Bu narxlar har bir sohadagi o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlarini qoplashi va ma'lum kirim, sof foyda keltirishi lozim. Shuningdek, uning asosida tovarlarni sotish jarayoni bekamu-ko'st davom etishi va barqaror iste'mol talabi qondirilishi kerak.

Nihoyat P.Baugilberning fikricha, optimal narxlar asosida to'lov muomalasini bajarishi va odamlar ustidan hukmronlik, zo'ravonlik qila olmasligi zarur. Olimning fikricha, bunday narxlar raqobat erkinligi sharoitida stixiyali ravishda vujudga keladi. U, Fransiyadagi erkin raqobat sharoitining buzilishi donga maksimal narxlarning qo'yilganligidir, deydi. Olimning fikricha, donga erkin narxlar belgilansa, narxlar bir

muncha oshadi, bu dehqonlarning daromadini oshiradi va ularning sanoat tovarlariga talabini ko‘taradi, oqibatda bu mahsulotlarni ishlab chiqarish ortadi.

A.Smit qiymatning mehnat nazariyasini chuqur va to‘laroq ishlab chiqdi. U tovarning bozor va tabiiy yoki haqiqiy narxlarini farqlaydi, haqiqiy narxni qiymat bilan aynan bir narsa deb tushunadi. “Qiymat” so‘zi olimning fikriga ko‘ra, ikki xil mazmunga ega. Bir so‘z buyumning nafliligi balki (qiymati) hamda uni boshqa buyumga almashish qobiliyati belgilanadi. Demak, u iste‘mol va almashuv qiymatlarini farqlagan.

Narx tizimi bozor iqtisodiyoti sharoitida asosiy tashkiliy vazifani o‘taydi. Tadbirkor va iste‘molchilar tovarning narxiga qarab o‘zlarining ehtiyojlarini qondira oladigan, o‘z manfaatlarini ro‘yobga chiqara oladigan mahsulotni tanlash imkoniga ega bo‘ladilar. Mahsulot narxida sotuvchi, xaridor, tadbirkor, jamoa manfaatlari mujasamlanadi.

Bozorda muvozanatlashgan narx asosiy o‘rin egallab, u talab narxi va taklif narxi o‘rtasida vujudga keladi. Bu yerda har bir tovarga bo‘lgan talab narxi – bu ma‘lum bir tovarni belgilangan muddat ichida o‘ziga iste‘molchilarni jalb qilish imkoniga ega bo‘lgan narxdir. Talab narxi tovarga bo‘lgan taklifning ortishi bilan kamaya boradi. Taklif narxi belgilangan narxda konkret bozorga sotish uchun kelib tushgan tovar hisoblanadi. Taklif narxida bozorga kelib tushayotgan mahsulotning kamayishi, qisqarishi natijasida narx pasayishi yoki ortishi mumkin. Shuningdek, bunda boshqa sarf-xarajatlar ham inobatga olinadi.

Mahsulot ishlab chiqarishda turli mehnat va kapital shaklidagi xarajatlar amalga oshiriladi. A.Marshall buni mahsulot ishlab chiqarish real sarf-xarajatlari deb atagan.

Narxlar qanday bo‘lishidan qat’iy nazar bozorda 5 ta funktsiyani bajaradi.

1. Bozor muvozanatini ta‘minlash;
2. Hisob-kitob, o‘lchov;
3. Iqtisodiy tartiblash funktsiyasi;
4. Raqobat vositasi;
5. Ijtimoiy himoya funktsiyasi [5].

Agar iqtisodiyot nazariyasining rivojlanishi tarixiy bosqichlarini e‘tiborga olinsa, dastlab narxning mohiyati qiymatning mehnat nazariyasi asosida ochib berilgan. Uning ishlanmasiga A.Smit, D.Rikardo, ahamiyatli hissa qo‘shganlar. Mazkur nazariyaning mohiyati shundan iboratki, narx tovar qiymatining puldagi ifodasi hisoblanadi. Ya‘ni, bu o‘rinda qiymat ushbu tovarni ishlab chiqarishga sarflangan ijtimoiy zaruriy jonli va buyumlashgan mehnat sarflari yig‘indisidan iboratdir. Bu esa narxning qiymat paradigmasi hisoblandi. Narxning yana ikkita paradigmasi mavjud: iste‘mol va almashuv.

Iste‘mol yoki subyektiv-psixologik paradigma tovar narxi bilan uning mehnat sarflari o‘rtasidagi aloqani inkor etadi. Bunda ko‘plab tovarlarning narxlari ishlab

chiqarish xarajatlaridan ahamiyatli darajada farq qilishi, iste'mol qilinayotgan ne'matlarning ba'zi birlari esa umuman hech qanday mehnat sarfini taqozo etmasligiga asoslaniladi (masalan, atmosfera havosidagi kislorod). Bu paradigmaga asosan, narxning asosi bo'lib tovarning subyektiv nafliligi, uning iste'mol qiymati xizmat qiladi. Narx faqat sub'ektiv ravishda xaridor va sotuvchi o'rtasida belgilanadi. Narx iste'mol qiymatining puldagi ifodasini aks ettiradi. Mazkur paradigmanning nisbatan taniqli konsepsiyasi sifatida so'nggi qo'shilgan foydalilik nazariyasini keltirish mumkin.

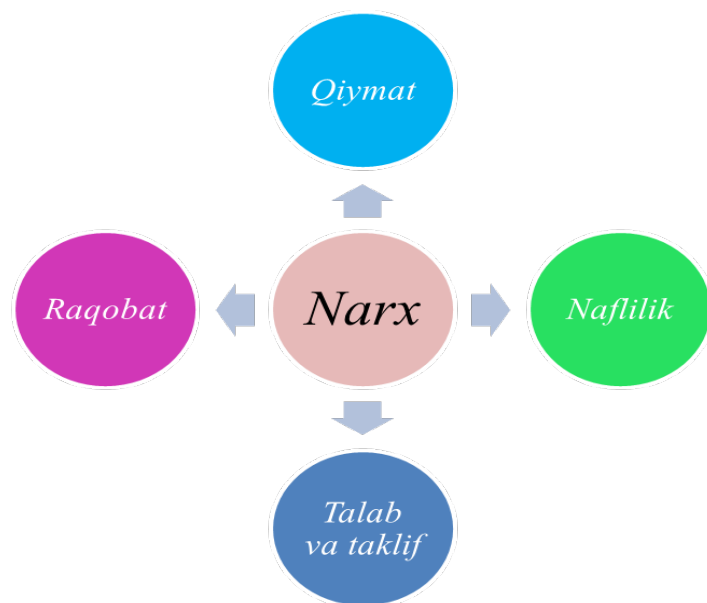
Narxning almashuv paradigmasi qiymat va iste'mol nazariyalarini inkor etadi. Almashuv paradigmasiga ko'ra narx to'laligicha bozordagi talab va taklifning nisbati, ya'ni mazkur tovarning muayyan miqdordagi boshqa tovarga yoki tovarning umumiy ekvivalenti bo'lgan pulga almashina olishi qobiliyati bilan izohlanadi. Talabning ko'payishi hamda taklifning kamayishi bilan narx oshar va aksincha ekan, u faqat bozor konyunkturasini aks ettiradi va mehnat sarfi hamda iste'mol qiymati miqdoriga bog'liq bo'lmaydi. Turli modifikatsiyalarda mazkur paradigma bozor raqobati nazariyalarida uchraydi. Almashuv paradigmasi doirasida narx tovar almashuv qiymatining puldagi ifodasini namoyon etadi.

Hozirgi iqtisodiy islohotlar davrida ham narx va narxlarni shakllanishi masalalarini iqtisodiy jihatdan o'rganish, ularga ta'sir qiluvchi omillarni baholash muhim ahamiyat kasb etadi.

Ba'zan narx va uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar xorijiy va mahalliy iqtisodiy adabiyotlarda go'yo aniq va ravshan qilib berilgandek, ko'rinsa-da, ammo ular to'g'risida bunday fikr yuritish bir muncha munozarali ko'rinadi.

Ma'lumki, narxning iqtisodiy mohiyati va uning shakllanishida turli omillar ta'sir etadi. Ushbu omillarni to'liq tushunish, tahlil etish va to'g'ri talqin qilish narxning vujudga kelish va foydalanish jihatlarini to'g'ri tushunishda alohida ahamiyat kasb etadi.

Agar ushbu holatlar bo'yicha alohida to'xtaladigan bo'lsak, narxlar bir qator omillar ta'sirida shakllanib boradi. Shu o'rinda akademik M.Sh. Sharifxo'jayev, prof. O'lmasovlar narxning shakllanishiga quyidagi omillar ta'sir etishini aytib o'tganlar [7] (1- rasm.) asosiy omil sifatida yuzaga chiqishini qayd etganlar.



1- rasm. Narxga ta'sir etuvchi omillar [7]

Iqtisodchi olimlarimizdan Shodmonov Sh, Alimov R, Jo'rayev T narxga ta'sir etuvchi omillarni quyidagicha aks ettirganlar (2- rasm.):



2- rasm. Narxga ta'sir etuvchi omillar [8]

Len Rodjersning fikriga ko'ra "tovar ishlab chiqaruvchilar narxni belgilanishiga quyidagi omillar ta'sirida qiymat, harajat, raqobat, maishiy rag'batlantirish, jamoat fikri, xizmat ko'rsatish ta'siri kabi omillar asosida yuz beradi" [9] deb ko'rsatadi.

Shuningdek, xorijlik iqtisodchi olimlardan sanalgan P.Samuelson ilmiy tadqiqotlarida narxlarning muvozanatligi milliy bozorlarga bog'liqligini asoslandi. Unda muallif transport xarajatlari, shuningdek turli bozorlardagi bir vaqtning o'zida

mahsulotning oldi-sotdi operatsiyalari muvozanatli narxlarni o'rnatishga ta'siri hamda uning xalqaro va milliy narx tizimiga ta'siri kabi masalalar tadqiq qilindi [10].

Ta'kidlash o'rinliki, yana bir gurux xorijlik iqtisodchi olimlar T.Takayama va J.Dodja o'z tadqiqotlarida narxlarning bozor muvozanaligiga ta'sirini tizimlashtirish tahlili orqali ochib berishga urinishgan. Xususan, ular tadqiqotlarida turli bozorlarda mahsulot to'yinishi va kamyobligi hamda mahsulot ishlab chiqaruvchilar tomonidan yetkaziladigan tovarlarning kam yoki ko'p yetkazilishi natijasida buzilishi mumkin. Bunda albatta davlat aralashuvi natijasida muvozanatlik qisman tiklanadi [11].

Zamonaviy qarashlarda xorijlik yana bir iqtisodchi olim M.Kalkuxla iqtisodchi olim P.Samuelsonning narx kategoriyasi bo'lgan yondashuvini takomillashtirishga, uning xalqaro va milliy bozor muvozanatli narxiga ta'sirini tadqiq qilgan. U turli matematik tengliklar orqali uning o'rnatilishi va ta'sir etuvchi omillariga alohida qonuniyatlar orqali tushuntirib berishga harakat qilgan. Xalqaro va milliy bozor muvozanatli narxiga mamlakat zaxirasidagi tovarlar miqdori, mamlakat savdosining rivojlanish darajasi, uning hamkorlik aloqalari hamda iqtisodiyotda faoliyat yuritayotgan xo'jalik yurituvchi sub'ektlar iqtisodiy faoliyati samaradorligi ta'sir etadi deb ko'rsatib o'tadi [12].

XULOSA

Yuqorida narx kategoriyasi bo'yicha nazariy qarashlar evoyutsiyasi taxlilidan kelib chiqib, quyidagi x ulosalarni keltirish mumkin:

Birinchi, taxlillar shuni ko'rsatadiki, narxning muvozanatli darajasining o'rnatilishi har qanday davlatning rivojlanganlik darajasi ta'siri, olib borilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy siyosat hamda iqtisodiyotning yetakchi kuchi sifatida faoliyat yuritayotgan ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi korxonalar yaratilgan shart-sharoitlar ta'sir ko'rsatadi. Raqobat muhitining yaratilishi milliy bozorlardagi narxning muvozanatligini ta'minlaydi.

Ikkinchi, korxonalar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflayotgan xarajatlarning optimallashtirilishi. Ta'kidlash o'rinliki, zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida yangi raqamli texnologiyalardan samarali foydalanmaslik ma'lum tarzda mahsulot tannarxini keskin oshishiga hamda narxlarning o'sishiga olib keladi.

Uchinchi, iqlim o'zgarishlari va har bir davlat urf-odatlarini, qadriyatlarini hisobga olish. Agarda iste'molchilik talabi chuqur o'rganilmasa, iqlimning o'zgarishiga ko'ra mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishning bozorbop yo'nalishiga o'tmaslik ma'lum davrda ayrim mahsulotlar narxining o'sishi hamda ayrimlarining zaxirada qolib ketishiga olib keladi.

To'rtinchi, davlat tomonidan olib borilayotgan moliya-kredit sohasidagi mexanizmning samaradorligi. Bozordagi narxlarga mamlakatda yoki boshqa

mamlakatlarda olib boriladigan moliya-kredit sohalaridagi o'zgarishlar ham narxlarga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Jumladan, moliya bozorlaridagi, valyuta birjalaridagi holatlarni bunga misol qilishimiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti <https://www.gov.uz/uz/news/view/26071>

2. Всемирная история экономической мысли. В 6 т. Т1. / МГУ им. М.В.Ломоносова. - М.: Мысль, 1987, с.131.

3. Бартенев С.А. История экономических учений: учебник. – М.: Экономист, 2005, с.33.

4. Iqtisodiy ta'limotlar tarixi. O'quv qo'llanma. Islomov A., Egamov E. Toshkent moliya instituti. Toshkent, 2001.

5. Маршал А. Прибыль на капитал и предпринимательские способности. Принципы политической экономии. Т.3. -М.: Наука,1984. 8 – глава.

6. Сариков Э., Маматов М. Иқтисодиёт ва бизнес асослари. Ўқув қўлланма.-Т.: «Шарқ» нашриёти, 1997. - 24-25-б.

7. O'limasov A, Sharifxo'jayev M. Iqtisodiyot nazariyasi «Noiqtisodiy o'quv yurtlariga darslik – Т.: Mehnat 1995. 295 b.

8. Шодмонов Ш, Алимов Р, Жўраев Т. Иқтисодиёт назарияси –Т.: “Молия” нашриёти, 2002 -168-169 б.

9. Роджерс Л. Маркетинг в малом бизнесе: Пер. С англ./Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой –М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996 –с. 95-96.

10. Samuelson, P. Spacial price equilibrium and linear programming // American Economic Review. - № 42. - 1952. - P. 283-303.

11. Takayama, T., Judge G. Spatial and temporal price allocation models. – Amsterdam: NorthHolland Pub. Co. 1971. - P. 528.

12. Kalkuhl, M. How Strong Do Global Commodity Prices Influence Domestic Food Prices? A Global Price Transmission Analysis. Selected Paper prepared for presentation at the Agricultural & Applied Economics Association's 2014 AAEA Annual Meeting, Minneapolis, MN, July 27-29, 2014. Available at: http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/169798/2/Manuscript%20-%20Global_Transmission_Analysis.pdf. (дата обращения: 3.10.2017). - P. 5.