

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

SH.S. OLTAYEV

XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI
VA DAVLAT SIYOSATI

O’QUV QO’LLANMA

SAMARQAND 2023

UO'K: 330:32(075.8)

0 – 46

KBK: 65.011ya73

66ya73

SH.S. Oltayev. Xulq-atvor iqtisodiyoti va davlat siyosati: O'quv qo'llanma / SamISI, – Samarqand.: “FAN BULOG'I” nashriyoti, 2023. – 425 bet.

Zamonaviy iqtisodiy nazariya xilma-xildir. U turli maktablar va yo'nalishlar nuqtai nazaridan iqtisodiy muammolarni hal qilishning turli usullarini o'z ichiga oladi. Ammo turli maktablarning tavsiyalari o'rtasida tanlov qilish qiyin, chunki ularning har birining nazariyasi ratsional darajaga ega bo'lib, iqtisodiyotning haqiqiy jihatlaridan faqat bittasini aks ettiradi. Haqiqiy hayotda ilmiy maktablarning o'zgarishi va ularning nazariyalarining asosiy qoidalarini o'rgatish kurashda sodir bo'ladi, chunki jamiyatning ijtimoiy guruhlarining har biri o'z nazariyasining universalligini da'vo qiladi va bir vaqtning o'zida alohida sinflarning turli iqtisodiy manfaatlarini aks ettiradi.

O'quv qo'llanma Oliy ta'limning 70310107-Monopoliyaga qarshi boshqaruv va raqobatni rivojlantirish mutaxassisligi magistrantlari uchun mo'ljallangan. Shuningdek, o'quv qo'llanmadan Oliy ta'limning iqtisodiyot, menejment, moliya va moliyaviy texnologiyalar, bank ishi va audit, buxgalteriya hisobi va audit, logistika ta'lim yo'nalishlari talabalari, magistrlar, mustaqil izlanuvchilar, tayanch doktorantlar, tadbirkorlar va qiziquvchi keng kitobxonlar foydalanishi mumkin.

Taqrizchilar:

D.A.Nasimov – “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasida professori, i.f.d., (SamDU).

A. Xoliqulov – “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasida mudiri, dots., (SamISI).

O'quv qo'llanma Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Kengashining 2022 yil 05 dekabrda 4-sonli qaroriga asosan nashr etishga tavsiya etilgan.

ISBN: 978-9943-9577-0-1

© SH.S. Oltayev, SamISI. 2023 y.
© “FAN BULOG'I” nashriyoti, 2023 y.

KIRISH

O'quvchiga taqdim etilayotgan "Xulq-atvor iqtisodiyoti va davlat siyosati" o'quv qo'llanmasi, bir tomondan, so'nggi o'n yilliklarda iqtisod fanining rivojlanishidagi nisbatan yangi tahliliy yo'nalish mazmunini ochib bersa, ikkinchi tomondan, uni yangi mustaqil fan sifatida o'rganishni tavsiya etadi. Ma'lumki, amaliyot uchun yaxshi nazariyadan yaxshiroq narsa yo'q, chunki aynan yaxshi nazariya jamiyatning iqtisodiy hayotida shaxs, firma, uy xo'jaligi, davlat va uning mintaqalarining xatti-harakatlari ularning iqtisodiy faoliyatini belgilaydi, u natijalarda o'z aksini topadi. "Iqtisodchilar va siyosatchilarning g'oyalari, – deb yozgan edi Jon Meynard Keyns, – ular to'g'ri bo'lganda ham, noto'g'ri bo'lganda ham, odatdagidan ko'ra muhimroqdir. Aslida dunyoni faqat ular boshqaradi.

Yangi asrning o'zgaruvchan iqtisodiy dunyosi jamiyat ongida iqtisodiy, ijtimoiy va ma'naviy jarayonlar dinamikasini anglashda sifat o'zgarishlarining ro'y berayotgani bilan tavsiflanadi. Dunyoning ilmiy manzarasi o'zgarmoqda. Bundan tashqari, dunyo bu dunyoni bilish jarayonidan tezroq o'zgarib bormoqda. Butun dunyo, shu jumladan Rossiya, o'ziga xos notinchlik va qayta qurish davrini boshdan kechirmoqda, iqtisodiy rivojlanishning kam o'rganilgan, ammo tabiiy va muhim tendentsiyalari (iqtisodiy tizimlarning transformatsiyasi, globalashuv, texnologik portlash, kompyuterlashtirish, ekologik va iqtisodiy, xavfsizlik va boshqalar).

Iqtisodiyot fanining asosiy vazifasi barcha davrlarda iqtisodiy dunyoning tuzilishi haqidagi savolga javob berish edi. Ammo bugungi kunda dunyo o'zgarganligi sababli, zamonaviy iqtisod fanining vazifasi allaqachon dunyoni yangicha tushuntirishdir. Afsuski, eski iqtisodiy maktablar bu muammoni hal qila olmaydi. Klassik siyosiy iqtisodga va zamonaviy "Iqtisodiyot"ga jiddiy da'volar nafaqat rus, balki eng mashhur G'arb olimlari-iqtisodchilari tomonidan ham aytiladi. Qanday qilib bu yerda akademik L.I.Abalkin tomonidan qayta-qayta ifodalangan taniqli pozitsiyani eslamaslik mumkin. Abalkin, fanda mutlaq haqiqat bo'yicha hech qanday ilmiy maktabning monopoliyasi yo'q va bo'lishi ham mumkin emas. Bunday monopoliya yuzaga kelganda, fan tugaydi, bu Rossiyaning butun tarixiy tajribasidan dalolat beradi degan g'oyani ilgari suradi.

Zamonaviy iqtisodiyotni avtomatlashtirish va axborotlashtirish sharoitida nafaqat ijodiy fikrlash, balki norasmiy harakatlar, favqulodda

qarorlar va harakatlar, innovatsiyalarni amalga oshirish qobiliyati mutaxassislariga qo'yiladigan asosiy talabdir. Bunda fikrlash apparatining rivojlanishiga hissa qo'shadigan nazariy bilimlar birinchi o'rinda turadi. Iqtisodiyot fanini o'rganish va o'qitishda nazariyotchi olimlarning turli ta'limotlari, nazariyalari va qarashlarini tahlil qilish asosida mustaqil fikrlashga o'rgatish birinchi navbatdagi vazifaga aylanadi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti nisbatan yangi fan va akademik intizomdir. U juda fanlararo xarakterga ega va ikkita fan: psixologiya va iqtisod chorrahasida joylashgan bo'lib, bu shaxs va boshqa agentlar tomonidan qaror qabul qilishning psixologik asoslari va dinamikasini aniqlash imkonini beradi.

Xulq-atvor iqtisodiyotini endi e'tiborsiz qoldirib bo'lmaydi, chunki xulq-atvor yondashuvi:

- turli sub'ektlar faoliyatiga xos: jismoniy shaxs, firmalar, bozorlar va hududlargacha;
- muntazam ravishda takrorlanadigan va murakkab jarayonlargacha;
- an'anaviy iqtisodiyot qonunlariga har doim ham amal qiladigan agentlar faoliyatining asosiy motivlarini aniqlash imkonini berish darajasigacha.

Yaqin vaqtgacha ko'pchilik tomonidan xulq-atvor iqtisodiyoti ikkinchi darajali, ixtiyoriy fan – kattalar an'anaviy iqtisodiyotining balog'atga yetmagan qarindoshi deb hisoblangan. Biroq, ular hali ham odamlar vaqti-vaqti bilan o'zlarini asossiz, mantiqsiz tutishlarini tan olishdi, ammo buning uchun har doim nazariy dalillar mavjud edi. Ular bixevioristlar – psixologlar va iqtisodchilarning eksperimentlari qanchalik qiziqarli bo'lmasin, oqilona modellarni rad etmaydi, chunki ular boshqariladigan sharoitlarda va ratsional xatti-harakatlarning asosiy regulyatori – bozorning raqobat muhiti yo'qligida amalga oshiriladi, deb ta'kidladilar.

An'anaviy iqtisodchilarning pozitsiyalari global moliyaviy inqiroz tufayli jiddiy larzaga keldi. 2008 yil oktyabr oyida buyuk A. Greenspan o'z e'tirofini aytdi. Shaxslar, kompaniyalar va bozorlarning tubdan oqilona ekanligiga bo'lgan e'tiqod barbod bo'ldi va iqtisodiy-ijtimoiy manfaatlarga tegishli xavf-xatarlar butun shon-shuhratda namoyon bo'ldi. Biz iqtisodiy va moliyaviy xatti-harakatlar psixologiyasi haqida gapiramiz. Ushbu fanlar uzoq vaqtdan beri iqtisodiy tahlilning chekkasida bo'lib kelgan, ammo moliyaviy inqiroz ularni birdaniga iqtisodchilar va moliyaviy tahlilchilarning diqqat markaziga olib keldi. Hozirda Qo'shma Shtatlarda iqtisod fakulteti

talabalarining 20 foizi mamlakatning yetakchi universitetlarida xulq-atvor iqtisodiga ixtisoslashgan. 2002 yil uchun Nobel mukofotining ushbu sohadagi tadqiqotchisi – amerikalik psixolog D.Kannemanga berilishi xulq-atvor iqtisodiyotining rivojlanishida ijobiy rol o'ynadi.

Xulq-atvor iqtisodiyotida mutaxassislar psixologik hodisalar, his-tuyg'ular va guruh dinamikasi iqtisodiy qarorlar qabul qilishga qanday ta'sir qilishini tushunishga intiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, odamlar ko'pincha o'zlarining manfaatlariga mos kelmaydigan qarorlar qabul qiladilar yoki iqtisodchilar o'zlarining farovonligi uchun zarur bo'lgan, o'zlarining manfaatlariga mos keladigan narsani o'z qadr-qimmatini hisobga olgan holda qaror qabul qiladilar. Misol uchun, mantiqiy nuqtai nazardan, nafaqaga chiqish uchun jamg'armani karyerangizning boshidan boshlash yaxshidir. Ammo ko'pchilik buni qilmaydi va tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, odamlar uzoq muddatli jamg'arishdan qo'rqishadi. Kognitiv va hissiy ta'sirlarning ko'p turlari investitsiya qarorlariga chuqur ta'sir ko'rsatadi. Eski maktab iqtisodchilari moliyaviy bozorlarning qattiq hisob-kitoblari asosida irratsional xatti-harakatlarning ildiz otishi mumkin emasligini ta'kidladilar. Mantiqsiz odamlar narxlar va indekslar muvozanatining mayatnikini o'zgartirishi mumkin, ammo dono savdogarlar har doim qiymatni "bozor stendiga" iqtisodiy jihatdan oqlangan darajaga olib kelishadi. 2008 yildan keyin bu xayoliy qonun tarqaldi. Rasmiy ravishda qabul qilingan bozor modellari bilan shug'ullanadigan iqtisodchilarga qaraganda ko'proq oddiy va empirik yondashuvlardan foydalanadigan xatti-harakat bo'yicha iqtisodchilar bankirlar oqilona yo'l tutishlari, o'z qarorlarini sinchkovlik bilan tahlil qilishlari va faqat o'zlarining shaxsiy manfaatlarini maksimal darajada oshirishga e'tibor berishlari haqidagi an'anaviy donolikka qarshi chiqdilar.

Iqtisodiy shaxs modeli, birinchi navbatda, o'z manfaatlarini, boyligini, daromadini hisobga oladigan hamda tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lganligi uchun, o'zini xulq-atvorli altruist(fidoiylik) modelini egalladi. Xulq-atvor iqtisodiyoti ilmiy hamjamiyatning yangi intellektual platformasi sifatida shakllantirilmoqda, uning doirasida asosiy e'tibor shaxsning tanlagan turli vaziyatlarda oqilona xatti-harakatlarining rasmiylashtirilgan modellarini ishlab chiqishdan ularning eksperimental va empirik jarayoniga o'tkazildi. An'anaviy ratsional iqtisodiy nazariyaning izchillik (divergentsiya) darajasini oshirish uchun, undan kelib chiqadigan qonuniyatlarni ba tendensiyalarni iqtisodiy faoliyatning real faktlari bilan sinovdan o'tkazish kerak bo'ladi.

Ushbu nashr mualliflarining maqsadlari quyidagilardan iborat:

- zamonaviy iqtisodiyotning psixologiya fanining yutuqlari bilan o'zaro ta'siri haqida tasavvurni shakllantirish;
- tajribalarning zamonaviy iqtisodiyotdagi rolini ochib berish;
- inson xulq-atvorining aniqlangan namunalarini iqtisodiy nazariyaga kiritish imkoniyatlarini ko'rsatish;
- xatti-harakatlar nazariyasini turli sohalarini amaliy qo'llashning ko'rib chiqish;
- iqtisodiy modellarni qurish ma'nosini tushuntirish va ular bilan bog'liq muammolarni tavsiflash;
- iqtisodiy va psixologik modellar asosida turli prognozlarni ishlab chiqadigan davlat boshqaruvi institutlari uchun tavsiyalar ishlab chiqish.

Ushbu nashr foydasiga yana bir jiddiy dalil bor. Agar siz "Ingliz tilida xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha kitoblar" (URL: <http://mymoney.pro/archives/890>) saytiga kirsangiz, bir necha o'nlab G'arb mualliflari va ular tomonidan yozilgan manbalarni nomlashingiz mumkin.

Xulq-atvor iqtisodini ishlab chiquvchilar orasida rus iqtisodiy maktabi hozirgacha faqat bir nechta olimlarga ega, ular orasida I. Pavlov, A. Buditskiy, V. Pleskachevskiy, V. Rutgaiser, M. Fedotov va boshqalarni kiritish kerak.

Ushbu kitob muallifi ma'lum darajada zamonaviy fanda rivojlangan xulq-atvor iqtisodiyotidagi bo'shliqni to'ldirishga umid qiladilar.

Bundan tashqari, deyarli har bir bobda bir qator iqtisodiy va nazariy muammolarni taqdim etishda yangilikning alohida elementlarini topish mumkin.

O'quv qo'llanma iqtisodiyot oliy o'quv yurtlari va fakultetlari, shuningdek, iqtisodiyotni chuqur o'rganadigan maktablar talabalari va o'qituvchilarining keng ommasi uchun mo'ljallangan. Bu amaliyotchilar, davlat boshqaruvi xodimlari va iqtisodiy nazariya hamda siyosatga qiziqqan har bir kishi uchun foydali bo'lishi mumkin.

I BO'LIM. XULQ-ATBOR IQTISODIYOTINING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI

I BOB. XULQ-ATVORLI IQTISODIY NAZARIYANING GENEZISI

1.1. Xulq-atvor iqtisodiyotidagi tub farqlar

"Iqtisodiyot" atamasi VI asrda paydo bo'lgan deb ishoniladi. Miloddan avvalgi Yunon shoiri Gespod ikki so'zni birlashtirgan: "oykos" (uy, uy xo'jaligi) va "nomos" (bilaman, qonun), bu so'zma-so'z uy-ro'zg'orchilik qoidalari to'plamini bilishni anglatadi. Bu atama ilmiy muomalaga qadimgi yunon iqtisodiy tafakkur vakillari Ksenofont (miloddan avvalgi 430-355 yoki 354 yillar) va «Ekonomikos» nomli asar yozgan Aristotel (miloddan avvalgi 384-322 yillar) tomonidan kiritilgan. Ikkinchi muallif bo'ylik haqidagi fanni "iqtisod" (foydalanish qiymatlari yig'indisi) va "xrematistika" (pul topish san'ati) ga ajratdi. Ammo zamon o'zgarimoqda va ular bilan eski so'zlarning ma'nosi o'zgarib, murakkablashmoqda.

Zamonaviy sharoitda "iqtisod" atamasi turli ma'nolarda qo'llaniladi:

1) ma'lum bir mamlakat yoki uning bir qismining milliy iqtisodiyoti, shu jumladan alohida tarmoqlar sanoat iqtisodiyoti, qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti, mintaqa, mamlakat, mamlakatlar guruhi yoki butun dunyo iqtisodiyoti (mintaqaviy iqtisodiyot, jahon iqtisodiyoti, Rossiya iqtisodiyoti va boshqalar);

2) ishlab chiqaruvchi kuchlar rivojlanishining ma'lum bosqichiga mos keladigan va ma'lum bir iqtisodiy tizimni (quldorlik, kapitalistik va boshqa xo'jaliklar) tashkil etuvchi, xo'jalik faoliyati jarayonida shakllanadigan odamlar o'rtasidagi tarixan belgilangan iqtisodiy munosabatlar majmui;

3) iqtisodiy faoliyat (chorvachilik xo'jaligi, ta'lim va boshqalar) kishilar faoliyatini, uning qonuniyatlarini (nazariy iqtisod, siyosiy iqtisod, xulq-atvor iqtisodiyoti), boshqaruvning ayrim sharoitlari va elementlarini, ishlab chiqarishni, aholini, mehnatni, boshqaruvni va boshqalarni, sanoatning ayrim tarmoqlari va turlarini o'rganuvchi ilmiy fandır. Iqtisodiyot fan sifatida, ya'ni iqtisodiy faoliyatning mohiyati, maqsad va vazifalari haqidagi tizimlashtirilgan bilimlar XVI – XVII asrlarda vujudga kelgan:

- Aristotelning agrar-an'anaviy jamiyatning iqtisodiy tizimini, «bozordan oldingi» tipidagi iqtisodiyotini aks ettiruvchi «iqtisodiyot»

haqidagi ta'limoti va iqtisodiy qarashlari ikki ming yil davomida hukmronlik qildi;

- kapitalning ibtidoiy jamg'arish davrida merkantilistlar(savdogarlar) va fiziokratlar (boylikning manbai savdo emas, balki tabiat bilan bog'liq bo'lgan mehnatda deb bilganlar) ta'limoti;

- siyosiy iqtisod klassiklari A.Smit, D.Rikardo, J.S.Mill, K.Markslarning ta'limotlari 300 yildan ortiq hukmronlik qilgan kapitalistik jamiyat, erkin raqobat bozorining yanada rivojlanishi davrini aks ettiradi;

- G'arbda yuz yildan ko'proq vaqt davomida, hozir esa Rossiyada A. Marshallning ilmiy tizimi A. Smit va marjinalistlar (chekka) ta'limotini birlashtirgan neoklassik sintezning birinchi urinishida "Iqtisodiyot" nomi ostida ustunlik qilmoqda, neoklassiklar va keynschilikni birlashtirgan Pol Samuelsonning neoklassik sintezdagi ikkinchi urinishida egalladi;

- institutsionalistlarning ta'limoti, uning asoschilari iqtisodiy tizimni institutlar nuqtai nazaridan ko'rib chiqadigan T. Veblenni e'lon qiladi.

O.Uayldning so'zlariga ko'ra, R.Solou o'z maqolalaridan birida zamonaviy iqtisodiy nazariyani "noma'lum murakkab narsalarga nazariy jihatdan intilish" sifatida tavsiflaydi. Ushbu bayonotni haqli ravishda turli iqtisodiy jarayonlarni boshqaradigan, ilgari o'rganilmagan va shunga mos ravishda noma'lum bo'lgan insoniy his-tuyg'ular, tajribalar, kayfiyat va ehtirolarni ilmiy tadqiqotlar markaziga qo'ygan xulq-atvor iqtisodiy nazariyasiga bog'lash mumkin.

Eng boshidanoq xulq-atvor iqtisodiyoti 20-asrda e'lon qilingan standart, neoklassik nazariyaga to'g'ridan-to'g'ri qarshilik sifatida paydo bo'ldi.

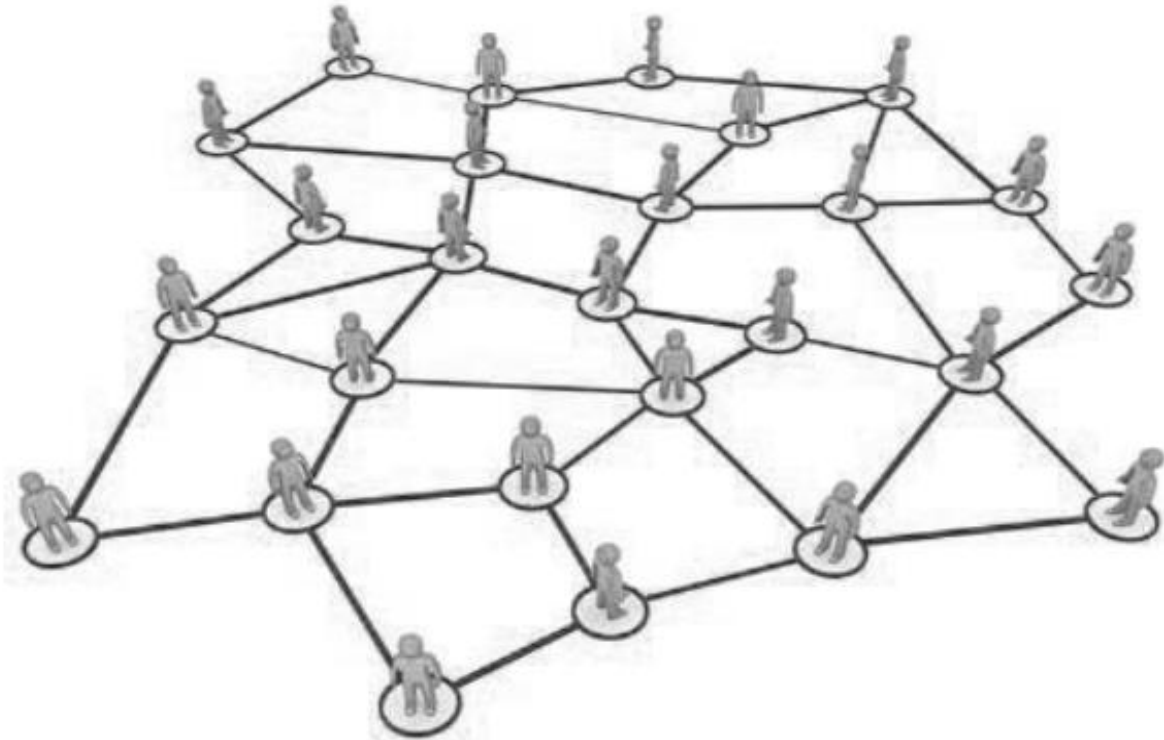
Xulq-atvor iqtisodiyotidagi asosiy farqlar.

Avvalo, biz xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining asosiy, o'ziga xos xususiyatlarini qayd etamiz, bu esa uni alohida ilmiy yo'nalish sifatida joylashtirishga imkon beradi. Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi iqtisodiy fanning asosiy, hali ham eng keng tarqalgan neoklassik yo'nalishiga muqobil hisoblangan eng zamonaviy tadqiqot yondashuvlaridan biridir. Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi boshqaruvning tegishli darajalaridagi turli subyektlar tomonidan iqtisodiyotning turli sohalarida qarorlar qabul qilish jarayonini tavsiflovchi nazariyalarning butun majmuasini o'z ichiga oladi. Bu, asosan, mikroiqtisodiy daraja – firmalar, tashkilotlar, ularning bo'linmalari, uy xo'jaliklari, shuningdek nanoiqtisodiy daraja – individual shaxs. Ushbu nazariy va metodologik yondashuv bilan xulq-atvor iqtisodiyoti neoklassik

paradigma(model)dan, shuningdek, qaror qabul qilish jarayonini emas, balki uning yakuniy natijasini birinchi o'ringa qo'yadigan Avstriya maktabidan tubdan farq qiladi. Lekin xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi faqat tavsiflovchi usullar bilan cheklanib qolmaydi, balki qaror qabul qilishning umumlashtirilgan modelini yaratishga qaratilgan. Agentlarning haqiqiy xatti-harakati mikroiqtisodiyotning neoklassik kontseptsiyasida firma, tashkilot, uy xo'jaligi xulq-atvorining oqilona modeli va shunga mos ravishda olingan foydani maksimallashtirish boshlang'ich nuqtadir, shundan keyingina ushbu model natijalari (prognozlar) bilan taqqoslanadi. Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasida iqtisodiy ratsionallik prezumpsiyasi(kutish) mavjud emas. Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi doirasida tadqiqotchining maqsadi qaror qabul qilishning haqiqiy jarayoni qanday amalga oshirilayotganini, uni qanday iqtisodiy omillar va sharoitlar aniqlayotganini, ushbu qarorlarni qabul qilish jarayonlariga xos tendentsiyalar va qonuniyatlarni tushunishdir. Ushbu jarayon barcha xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun ham amaliy, ham nazariy jihatdan ancha murakkabligi bilan ajralib turadi, shuning uchun xulq-atvor nazariyasi vakillari u subyektlarning ratsional emas, balki qabul qilingan munosabatlar, me'yorlar, qoidalarga bo'ysunadigan odatiy xatti-harakatlari hukmronlik qiladi, deb hisoblashadi. Xulq-atvor iqtisodiyoti vakillari foydalilik yoki foydani ko'paytirish postulat(talab)laridan voz kechish va ularni boshqa, yanada realistik o'ziga xos xulq-atvor taxminlari bilan almashtirish zarur deb hisoblaydilar. Shunday qilib, xulq-atvor iqtisodiyoti uni iqtisodiy fanning mavjud, an'anaviy yo'nalishlaridan ajratib turadigan nazariy yondashuvlarga asoslanadi.

Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi insonning iqtisodiy xulq-atvorining mohiyatini tushunishga yondashuvi bilan farqlanadi. Shunday qilib, klassik iqtisod "iqtisodiy odam" ni barcha mumkin bo'lgan xavflarni hisobga oladigan va maksimal foyda keltiradigan ideal oqilona qarorlar qabul qilishga qodir bo'lgan asosiy subyektt sifatida ko'rib chiqadi. Klassik ilm-fan tomonidan bizni o'rab turgan dunyoning turli modellarini qurish asosida shunday "iqtisodiy odam"ning xatti-harakati yotadi. Aslida, faqat ma'lum bir odamga o'xshash avtomat yuqoridagi qobiliyatlarga ega bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, bunday "iqtisodiy odam" nazariyasida uni modellashtirishda qo'llash eng qulaydir: bunday odam mantiqiy jihatdan benuqson tanlov qiladi va tushunchaning muhim ulushiga ega. Haqiqat klassik modelga qaraganda ancha murakkab: unda har doim his-tuyg'ular, hatto xatolar uchun joy bor va

bu barcha xo'jalik yurituvchi subyektlarga xosdir. Yagona "iqtisodiy odam" haqiqatda oddiygina mavjud bo'lmaganligi uchun nazariy va uslubiy qarama-qarshilik paydo bo'ladi, lekin ayni paytda konsepsiya nazariy jihatdan faol qo'llaniladi (1.1-rasmga qarang).



1.1-rasm. Yagona "iqtisodiy odam" modeli

Bunday holda, mantiqiy savol tug'iladi: iqtisodiy bo'lmagan omillar – psixologik, ijtimoiy-madaniy – shunchalik muhimki, ular subyektlar tomonidan qaror qabul qilishda bevosita ta'sir ko'rsatishi va hatto pul kabi moddiy ne'matlardan ustun bo'lishi mumkinmi? Klassik va neoklassik iqtisodchilar tomonidan iqtisodiy faoliyat o'rgangan mavzumi? Bu savolga, shuningdek, an'anaviy ratsional subyektning xatti-harakati haqidagi g'oyalar chegaralarini kengaytirish uchun psixologiya va iqtisodni birlashtirish uchun mo'ljallangan yangi fan sohasi, xulq-atvor iqtisodiy nazariyasi javob berish imkoniga ega bo'ldi.

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining kelib chiqishi – 40 yillik tarixga ega. 1980-yillarda shaxsning boshqa modeliga asoslangan murakkab muqobil yondashuvga o'xshash narsa shakllana boshladi. Bu yondashuv postkeynschilik, xulq-atvor, neo-avstriya va institutsionalistik tadqiqot dasturlari kesishmasida shakllangan.

E'tibor bering, xulq-atvor nazariyasini ishlab chiquvchi olimlar orasida, uning kelib chiqishini tushunishga turli xil yondashuvlar mavjud. Demak, V. Avtonomov xulq-atvor iqtisodini psixologik va iqtisodiy nazariyaning to'qnashuvi, uning oqibatlarini deb hisoblaydi. Shu bilan birga, u 19-asrning so'nggi o'n yilligi va 20-asr boshlarida ularning birinchi to'qnashuvi paytida ekanligini ta'kidlaydi. Shu vaqtgacha iqtisodiy va psixologik bilimlarning sintezi mavjud emas edi. Bir tomondan, marjinalistik inqilob eng muhim iqtisodiy muammoni – qadriyatlarni iste'molchi tanlash psixologiyasiga tushirdi. Bu esa iqtisodiy nazariyaga psixologik usullarni bevosita tatbiq etishga yo'l ochgan ko'rinadi. Boshqa tomondan, o'sha yillarda G'arbda falsafadan mustaqil ravishda psixologiya fani faol shakllandi. Biroq, iqtisodiy va psixologik bilimlarning sintezi sodir bo'lmadi. Bundan tashqari, qisqa muddatli intensiv aloqalardan so'ng, tomonlar bir-biridan juda norozi bo'lib, uzoq vaqt ajralishdi. Buning sabablari, V. Avtonomovning fikricha, quyidagilar. Iqtisodiy nazariya o'zining marjinalistik variantida hech qanday psixologiyani emas, balki qat'iy belgilangan turdagi psixologiyani qabul qilishga tayyor edi. Marjinalistlarning (o'z qoniqishini maksimal darajada o'rganadi) maqsadi xaridor va sotuvchining haqiqiy motivlarini aniqroq aks ettirish istagi emas, balki muvozanatning uyg'un almashinuvining qat'iy, mantiqiy izchil nazariyasini yaratish istagi edi. Buyerda differensial hisoblashning matematik vositalari muhim rol o'ynadi. Demak, chiziqli bo'lmagan foydalilik funksiyasini maksimal darajada oshirishni "sevadigan" va "qanday biladigan" bunday subyekttga ehtiyoj bor. Marjinal foydalilik nazariyasi uchun psixologik asoslarni tanlash asosan nazariyaning o'zining umumiy dunyoqarashi bilan oldindan belgilab qo'yilgan.

16-18-asrlar assotsiativ psixologiyasiga tayangan Bentam asarlarida insonning mos hedonistik-ratsionalistik modeli topilgan. Boshqa tomondan, zamonaviy marjinalistik psixologiya insonni passiv mavjudot, hislar orqali tashqi ta'sirlar tomonidan boshqariladigan, yagona maqsad – zavq olish va har bir qadamni hisoblab chiqadigan g'oyadan uzoqlashtirdi. Aksincha, yangi psixologiya shaxsning asl faolligini, tug'ma instinktlarning harakatini (uni hech qanday tarzda zavqlanishga bo'ysundirib bo'lmaydi), fiziologik va biologik omillarning ta'sirini ta'kidlaydi. Ushbu kontekstda "ratsional hedonist" psixologiyasi umidsiz ravishda eskirgandek tuyuldi. Shu bilan birga, yangi psixologlarning eksperimentlari, birinchi navbatda, xatti-harakatlarning eng ibtidoiy shakllarini o'rganishga bag'ishlangan

(hayvonlarning, kichik bolalarning, ruhiy kasallarning xatti-harakati oddiy kattalarning xatti-harakatlariga qaraganda osonroq va shuning uchun o'rganish osonroq)ligi, bu tajribalar natijalarini rasmiylashtirish mumkin emasligi u yoqda tursin, hattoki iqtisodchilarda ishtiyoq uyg'ota olmadi. Biroq, shunga qaramay psixologlarning "marjinalist shaxs" ning hedonistik(rohat, lazzatlanish) xususiyatlarini tanqid qilishlari o'z mevasini berdi. Iqtisodiy nazariyaning reaksiyasi uchta asosiy variantga ega edi. Birinchisi, nafaqat hedonistik, balki butun psixologiyani iqtisodiy fan doirasidan tashqariga chiqarish edi. Ikkinchisi, nazariyaning o'zini hech qanday jiddiy qayta ko'rib chiqmasdan, marjinalistik nazariyaning psixologik binolarini "qayta bezash" edi. Nihoyat, uchinchi variant "yangi psixologiya" xulosalariga mos keladigan yangi ijtimoiy-iqtisodiy nazariyani shakllantirishga harakat qilish edi.

V.Avtonomovning fikricha, institutsionalizm asoschisi T.Veblen insonning marjinalistik va neoklassik modellarini tanqid qilishda katta izchillik ko'rsatgan. Veblen o'z davrining iqtisodchilaridan, shubhasiz, zamonaviy psixologiyani, birinchi navbatda, U.Jeyms va V.Makdugalning asarlari, shuningdek, Charlz Darvinning evolyutsion nazariyalari bilan eng yaxshi tanish edi. Binobarin, uning inson tabiati haqidagi tasavvurida "instinktlar" muhim o'rin tutsa, ajabmas. Biroq, bu inson faoliyatining biologik, ongsiz tomonlari haqida emas. Aksincha, Veblen instinktlarga ma'lum bir madaniy kontekstda shakllanadigan va avloddan-avlodga o'tadigan ongli va maqsadli inson xatti-harakatlarining usullarini (odatlarini), ya'ni u ko'pincha muassasalar deb ataydigan narsani nazarda tutadi. Veblenning fikriga ko'ra, "G'arbning sivilizatsiyalashgan xalqlari" quyidagi asosiy "instinktiv tendensiyalar" ga bo'ysunadilar:

- 1) ustalik instinkti;
- 2) behuda qiziqish;
- 3) ota-ona instinkti;
- 4) sotib olishga moyillik;
- 5) "egoistik tendensiyalar majmui";
- 6) odat instinkti.

Bu instinktlar yakka holda mavjud emas – ular koalitsiya hosil qiladi, bir-birini o'ziga bo'ysundiradi. Shunday qilib, ota-ona instinkti, behuda qiziqish va ustalik instinkti "odatning yordamini jalb qilganda" katta kuchga ega, ya'ni odamlar orasida odat tusiga kirgan. Keyin behuda qiziquvchanlik

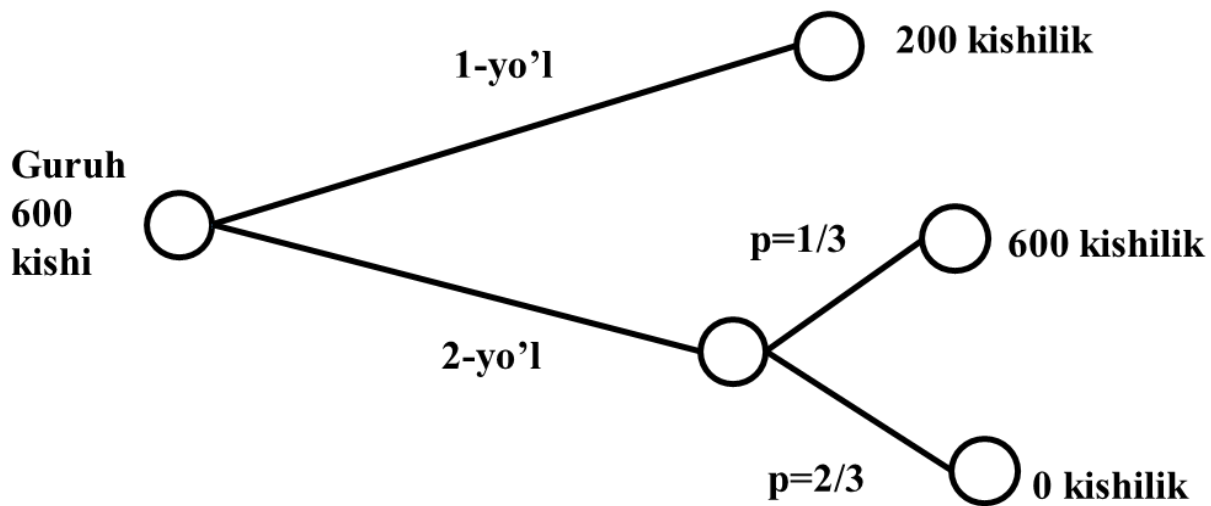
o'zlashtirish instinkti va ota-ona instinkti odamlar oldiga qo'ygan maqsadlarga xizmat qiladigan ma'lumot va bilimlarni beradi. Natijada "texnologik qobiliyatning o'sishiga" olib keladigan "samarali hayot vositalarini izlash" amalga oshiriladi. Veblen bunday xatti-harakatni sanoatda aniq ma'qullangan deb atadi, bu pul raqobati deb ataladigan narsadan farqli o'laroq, mahorat, qiziquvchanlik va odatning fazilatli ittifoqi, xudbinlik, sotib olish instinktlari nazorati ostida bo'lganda paydo bo'ladi. Keyin tug'ma aqlga zid bo'lishiga qaramay mavjud bo'lgan "axmoqona xatti-harakatlar" va "foydasiz institutlar" mavjud.

Biroq, Veblen va undan keyingi institutsionalistlarning o'ziga xos ijobiy o'zgarishlari ko'pchilik iqtisodchilar tomonidan tizimsiz, iqtisodiy nazariyani "madaniy antropologiya, ijtimoiy falsafa va sotsiologiya"da tarqatib yuboruvchi deb hisoblangan, shuning uchun ular 1980-yillargacha iqtisod fanining chekkasida qolishga mahkum edilar.

Klassik va neoklassik maktabning foydalilik nazariyasi, so'nggi ikki asrdagi ilmiy yo'nalish sifatida to'liq ratsionalligi bilan nazariy va uslubiy qo'rg'oni, xulq-atvor iqtisodiyotini o'z ichiga olgan yangi muqobil yondashuvlardan konstruktiv tanqid qilish qiyin bo'lganini ta'kidlaymiz. Faqat 1960-1970-yillarda inson xulq-atvorining ratsionallikdan chetga chiqishi tizimli ravishda namoyon bo'lgan asarlar paydo bo'ldi. Eng mashhur asarlar mualliflari M. Alle, D. Kahneman, S. Lixtenshteyn, G. Raifa, P. Slovik, A. Tverskiy, B. Fischhof edi.

1.2. General dilemmasi

Keling, odamlarning irratsional xatti-harakatlarining eng mashhur misollaridan birini – "general dilemmasi" ni keltiraylik. General urushda mag'lubiyatga uchradi va o'z qo'shinlarini (600 kishi) dushman hududidan olib chiqmoqchi. Uning ikkita mumkin bo'lgan yo'li bor, razvedka ularning har birini tanlashda mumkin bo'lgan yo'qotishlarni taxmin qildi. Yo'llar va mumkin bo'lgan yo'qotishlar haqidagi ma'lumotlar 1.2-rasmda keltirilgan.



1.2-rasm. "General dilemmasi"

1.2-rasmda ko'rsatilgan dilemmani hisobga olgan ko'pchilik odamlar lotereyadan qochishga harakat qilib, birinchi yo'lni tanlaydilar, buning natijasida bo'linmaning barcha xodimlari halok bo'ladi.

Ammo xuddi shu dilemma subyektlarga boshqa shaklda taqdim etilgan (1.3-rasm). Endi ko'pchilik subyektlar ikkinchi yo'lni tanlaydilar, chunki unda $p = 1/3$ ehtimollik bilan butun ulanishni saqlab qolish mumkin.

Anjirdagi lotereyalarni ko'rish oson. 1.2 va 1.3 ekvivalentdir, lekin ulardan biri daromad sifatida, ikkinchisi esa yo'qotish sifatida taqdim etiladi.

$$\frac{\lambda_i}{\lambda_j} = \frac{1 - a_i}{1 - a_j}; \sum_{i=1}^N \lambda_j = 1$$

1.3-rasm. "General dilemmasi" ning yana bir ko'rinishi

Ko'plab tajribalar odamlarning xatti-harakatlarining ratsionallikdan og'ishini ko'rsatdi, qaror qabul qilishda qo'llaniladigan evristikalarni aniqladi. Biz eng mashhur evristikalarni sanab o'tamiz.

1. Vakillik asosida hukm qilish. Odamlar ko'pincha A obyektning B sinfiga tegishli bo'lish ehtimolini faqat A ning B sinfidagi obyekt turiga o'xshashligi bilan baholaydilar. Ular bu a'zolikka ta'sir qiladigan oldingi ehtimollarni deyarli hisobga olmaydilar. Bir tajribada subyektlarga 100 kishilik guruhdagi subyektlarning qisqacha tavsifi berildi va ko'rib chiqilayotgan subyektning huquqshunos yoki muhandis bo'lish ehtimolini aniqlash so'ralgan, agar: 1) guruhda 70 muhandis va 30 advokat bo'lsa; 2)

guruhda 30 nafar muhandis va 70 nafar huquqshunos bor. Javoblar taxminan bir xil edi. Boshqa tajribalarda, odamlar hukm qilinadigan namunaning hajmini hisobga olmasdan, faqat vakillik bilan boshqarilishi ko'rsatilgan.

2. Voqea bo'yicha hukm. Odamlar ko'pincha voqealar ehtimolini o'zlari bu voqealarga qanchalik tez-tez duch kelganliklari va bu uchrashuvlar ular uchun qanchalik muhimligi bilan aniqlaydilar. Shunday qilib, tajribalarning birida subyektlar 1 va 3-o'rinlarda inglizcha so'zlardagi "K" harfini topish ehtimolini baholadilar. Ko'pchilik 1-o'rinda "K" harfi bo'lgan so'zlarni eslab qolishni osonlashtirdi va ular mos keladigan ehtimolni yuqori deb baholadilar, garchi aslida buning aksi bo'lsa ham ("K" harfi 3-o'rinda ancha keng tarqalgan). Tverskiy va Kahnemanning ta'kidlashicha, ko'p odamlar "kichik sonlar qonuni" ga ishonishadi, bu kichik namuna butun to'plamni yaxshi tavsiflaydi.

3. Ma'lumot nuqtasi bo'yicha hukm. Agar dastlabki ma'lumotlar ehtimolliklarni aniqlashda boshlang'ich nuqta sifatida ishlatilsa, u natijaga sezilarli ta'sir qiladi. Shunday qilib, voqealar ehtimolini baholashda odamlar guruhlariga ortiqcha va kam baholangan dastlabki qiymatlar berildi va ularni tuzatish talab qilindi. Guruhlar uchun o'rtacha javoblar sezilarli darajada farq qildi.

4. Haddan tashqari ishonch. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar o'zlarining hukmlariga haddan tashqari ishonishadi, ayniqsa ular o'tmishdagi voqealar haqida hukm chiqarganda. Odamlar noyob tabiat hodisalari, fond birjasida qimmatli qog'ozlar narxining o'zgarishi va hokazolar ehtimoli haqidagi o'z mulohazalarini ortiqcha baholadilar. Ular o'z hukmlariga shunchalik ishondilarki, ular ma'lum miqdordagi pulni xavf ostiga qo'yishdi.

5. Tavakkalchilikni bartaraf etish istagi. Ko'plab ishlar shuni ko'rsatadiki, tajribalarda ham, real vaziyatlarda ham odamlar xavf-xatarni o'z ichiga olgan muqobil variantlarni istisno qilishga moyildirlar. Ular o'rtacha (va o'rtachadan ham yomonroq) muqobillarni tanlashadi, ya'ni faqat hech bo'lmaganda juda kichik ehtimollik bilan katta yo'qotishlar mumkin bo'lgan vaziyatlardan qochish uchun.

Ratsional xulq-atvordan og'ishning tushuntirishlari iqtisodchilar tomonidan turli xil munosabatda bo'ldi. Subyektiv kutilayotgan foydalilik nazariyasi tarafdorlari inson xatti-harakatlarining mantiqsizligi yaqqol ko'rinib turadi, chunki odam optimallashtirishga intilayotgan mezon noto'g'ri tuzilgan. Haqiqatan ham, agar tanlov natijasi ma'lum bo'lsa, bu tanlov

maqbul bo'lgan nuqtai nazardan mezonni tanlash deyarli har doim mumkin. Agar kimdir bu fikrni qabul qilsa, subyektiv kutilayotgan foydalilik nazariyasi tanlovni bashorat qilishdan ko'ra ko'proq izlashga olib keldi. Bu sabablar orasida:

- LPR ma'lumotlarining tushuntirishga qaratilgan. Inson xatti-harakatlarining mantiqsizligini tan olish uning sabablarini yetishmasligi (tanlov jarayonida qaror qabul qiluvchi);
- qaror qabul qiluvchining tajribasi yetarli emas: u o'rganish jarayonida va shuning uchun uning afzalliklarini o'zgartiradi;
- qaror qabul qiluvchining muhimligi bo'yicha qat'iy tartiblangan mezonlar (maqsadlar) to'plami nuqtai nazaridan optimal bo'lgan yechim topishga intilishi (lekin uni topa olmasligi);
- rejalarni amalga oshirish uchun obyektiv talab qilinadigan vaqt va qaror qabul qiluvchining subyektiv rejalashtirish gorizonti o'rtasidagi farq.

Xulq-atvor nazariyasi doirasida "muqobil shaxs" modelini shakllantirishga hissa qo'shgan individual nazariy paradigma(model)larni batafsilroq tahlil qilishdan oldin, biz ushbu modelning asosiy konturlari, xususiyatlari va ichki mantig'ini tavsiflaymiz.

Birinchidan, bu model neoklassik modelga qaraganda kamroq mavhumlik tartibidir. Bu katta realizmni uning har bir komponentida kuzatish mumkin.

Ikkinchidan, bu model mantiqiy tanlovga emas, balki uning amaliy kognitiv(bilmoq) faoliyatiga qaratilgan bo'lib, uning davomida inson atrofidagi dunyoda faol ishtirok etadi va shu bilan birga, qoida tariqasida, mantiqiy emas aksincha, shaxsiy tabiatiga ko'ra ma'lum muammolarga duch keladi. Uchinchidan, iqtisodiy xulq-atvorning muqobil modeli neoklassitsizmga xos bo'lgan situatsion determinizm (aniqlayman) dan mahrum. Inson harakatlarining izohini uning faoliyatining tashqi sharoitlarining o'zgarishida emas, balki birinchi navbatda shaxsning o'zidan, uning ichki dunyosidan izlash kerak.

Iqtisodiy xulq-atvorning neoklassik modeli ratsionallik postulatiga asoslansa, muqobil model uchun dastlabki tushuncha, ehtimol, noaniqlikdir. Har bir xo'jalik yurituvchi subyektt uchun mavjud noaniqlik ikki yo'l bilan talqin qilinishi mumkin. Birinchidan, bu kelajak yoki hozirgi ma'lumot yetishmasligi, uni to'ldirish mumkin, ammo mavjud institutsional tuzilma

bilan emas. Ikkinchidan, bu, qoida tariqasida, obyekttni o'rab turgan muhit o'zlariga ko'ra harakat qiladigan, faqat ularga ma'lum bo'lgan sabablarga ko'ra harakat qiladigan odamlardan iborat ekanligi bilan bog'liq bo'lgan noaniqlikdir. Muqobil yondashuvning realizm darajasi nafaqat subyektning ixtiyoridagi ma'lumotlarni, balki uning ushbu ma'lumotlarni qayta ishlash va o'ylangan muvozanatli qarorlar qabul qilish qobiliyatini cheklashni talab qiladi. Neoklassik model tomonidan taklif qilingan optimallashtirish protsedurasi bu holda mumkin emas. Bunday sharoitlarda qaror qabul qilish cheklangan ratsionallikning xulq-atvor nazariyasi bilan izohlanadi, bu tanlov optimal emas, balki u yoki bu mezon bo'yicha qoniqarli variant ekanligidan kelib chiqadi. Nihoyat, maqsad funksiyasi bu yerda an'anaviy maqsadlarga qo'shimcha ravishda: farovonlik, foydalilik, ehtiyojlarni qondirish, ijodiy, o'zini o'zi anglash, mukammallikka intilish, ijodkorlik quvonchi, katta nazoratga erishish idrok va harakat qiluvchi shaxsning o'ziga xos maqsadlari qo'shiladi. Motivlarning yana bir guruhi kognitiv faoliyat va qarorlar qabul qilish jarayonida ruhiy qulaylikni ta'minlashni o'z ichiga oladi – bu, birinchi navbatda, izchil qadriyatlar tizimini, o'z ruhiy dunyosini saqlash, shuningdek, kognitiv dissonanslardan qochish, ya'ni haddan tashqari stress va boshqalar.

Demak, muqobil yondashuv iqtisodiy xulq-atvorning obyektiv funksiyasiga "har qanday narsani maksimal darajada oshirish"ga asoslangan ordinalistik neoklassik nazariya, undan mahrum qilishga harakat qilgan katta ahamiyatini yo'qotadi. Qolaversa, muqobil yondashuv iqtisod faniga asos solinganidan beri qaror qabul qilish jarayoni bo'lgan "qora quti"ni ochadi. Bu yerda maqsad funksiyasi nafaqat tanlovning istalgan natijasi, balki tanlov jarayonining o'zi samaradorligining mezoni sifatida ham tushuniladi. Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi cheklangan ratsionallik modeliga asoslanadi. U iqtisodiyotning turli sohalarida qarorlar qabul qilish jarayonini tavsiflovchi nazariyalar majmuasini o'z ichiga oladi. Bunda u neoklassik paradigmadan tubdan farq qiladi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti – iqtisodiy nazariyaning bo'limi bo'lib, u muayyan iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda inson idroki, mulohazalari va harakatlarining psixologik xususiyatlarini aniq hisobga oladi. Ushbu xususiyatlarni hisobga olish agentlarning xatti-harakati to'g'risida qo'shimcha taxminlarni kiritish orqali iqtisodiy nazariyaning tushuntirish qobiliyatini yaxshilashga imkon beradi, iqtisodiy nazariyaning yagona mumkin bo'lgan asosi sifatida foydalilikni maksimal darajada oshiradigan ratsional agentlar

haqidagi farazdan realroq bo'lishga o'tadi, ya'ni yuqoriroq tushuntirish kuchiga ega modellarni qurish imkonini beradi.

1.3. Xulq-atvor iqtisodiyoti g'oyasining dastlabki manbalari

Keling, xulq-atvor iqtisodiyoti g'oyalari ifodalangan birinchi manbalarga murojaat qilaylik. Shunday qilib, XII-asrda A. Smit (haqli ravishda iqtisodiy nazariyaning kashshofi va shaxsiy daromadni maksimal darajada oshirish tarafdori hisoblanadi) o'zining birinchi yirik ilmiy asari "Axloqiy his-tuyg'ular nazariyasi"da shunday yozgan edi: "Biz yaxshi holatdan yomonroq vaziyatga tushib qolganimizda ko'proq azob chekamiz. Biz yomondan yaxshiroqqa ko'tarilganimizda kam zavqlanamiz", ya'ni ma'lum miqdordagi pulni olishdan zavqlanganimizdan ko'ra, agar bizdan shu miqdordagi pul olinadigan bo'lsa, zavqlanganimizdan ko'ra ko'proq azob chekamiz. Bu "xavfdan qochish" tushunchasi.

Biroq, bir nechta iqtisodchilar odamlarning iqtisodiy qarorlarini qabul qilishiga ta'sir qiluvchi xatti-harakatlarning psixologik tamoyillariga oid savollarni ko'tardilar, shuning uchun bu yo'nalish XX-asr boshlariga qadar faol rivojlandi deb aytish qiyin.

Buyuk depressiya davrida iqtisodchilarning kichik guruhi, jumladan I. Fisher va V. Pareto kabi gurular qaror qabul qilishda inson omilini hisobga olish zarurligi haqida yoza boshladilar. Shunday qilib, Fisher "Qiziqish nazariyasi" asarida iqtisodiy agentlar tomonidan iste'molni yumshatishni tahlil qilishda psixologiyani hisobga olish zarurligini ta'kidladi: agentlar o'zlarining umr ko'rish davomiyligiga oid tushuncha va kutishlardan tashqari, moda, turmush tashvishlari, boshqa odamlarning hayoti va odatlariga ham e'tibor berishadi.

Ushbu sohadagi muhim ish 1979 yilda A. Tverskiy va D. Kahnemannning "Istiqbol nazariyasi: xavf ostida qaror tahlili" nomli nashri bo'ldi, unda mualliflar nazariya asoslaridan foydalanadigan nazariyaning muvaffaqiyatsizliklarini tushuntirish uchun psixologik usullardan, ya'ni qaror qabul qilishda iqtisodiy agentlarning ratsionalligidan foydalanganlar. Xulq-atvor iqtisodiga bag'ishlangan birinchi ilmiy konferentsiya faqat etti yil o'tgach, Chikago universitetida psixologlar, iqtisodchilar va sotsiologlarni birlashtirgan.

2011-yil 11-mayda Bonn universitetining xulq-atvor iqtisodiyoti vakili, yevropalik olim-iqtisodchi A.Falkka J.Jenson mukofoti berilishi e'lon qilindi.

Ushbu mukofot Yevropa iqtisodiy assotsiatsiyasi tomonidan har ikki yilda bir marta beriladi. Mukofot laureati A.Falkning asosiy yutuqlari odamlarning xulq-atvorini belgilovchi imtiyozlar qilingan yaxshilik uchun minnatdorchilik bildirish istagining muhim tarkibiy qismini o'z ichiga oladi (o'zaro munosabat).

Bu mulohazalar muhim rol o'ynashi ultimatum o'yiniga asoslangan laboratoriya tajribalarining turli xil variantlari keng tarqalgani 20 yil oldin ham aniq edi. Tajriba uchun yig'ilgan odamlar juftlarga bo'linadi. Biriga, aytaylik, 1000 rubl beriladi (ushbu tajribada ishtirokchilarning "o'ynashi" haqiqiy pul bo'lishi muhim). Bu kishi sherigiga bo'linish sxemasini taklif qilishi kerak (masalan, "Siz 300 rubl olasiz, men 700 rubl olaman") va sherik rozi yoki yo'qligini aytishi kerak. Agar rozi bo'lsa, cho'ntaklariga taklif qilingan rubllarni olib, uylariga ketishadi; agar ular rozi bo'lmasa, ularning hech biri hech narsa olmaydi. Ultimatum o'yinining g'oyasi oddiy. Agar ishtirokchilar – oddiy odamlar – mutlaqo oqilona bo'lganida, muvozanatda ikkinchisi (pul olish yoki olmaslik haqida qaror qabul qiladigan) har doim 0 dan kattaroq miqdorni oladi (hech narsa olmaslikdan ko'ra 1 rubl bilan uyga qaytgan ma'qul). Agar shunday bo'lsa, birinchisini xotirjamlik bilan taklif qilish kerak: "Men – 999 rubl, siz – 1 rub." Biroq, haqiqiy pul bilan tajribalar (ikkalasi ham "kichik" – talabalar 10 dollarni bo'lishganda va "katta" – Afrika qishlog'i aholisi yillik daromadlari bilan taqqoslanadigan pul uchun o'ynashganda) bu jarayonni real tasvirlash uchun ko'proq narsani ko'rsatadi, ya'ni iqtisodiy subyektlarning to'liq ratsionalligi haqidagi farazlardan ko'ra nozikroq taxminlardir. Aslida, agar birinchisi unga juda kam taklif qilsa, "ikkinchi" ko'pincha xafa bo'ladi (masalan, "men – 900, siz – 100"). Hatto "600 – 400" bo'lganda ham ular xafa bo'lishadi.

A.Falk asarlarida, o'nlab maqolalarni bir jumlagi qisqartirish imkoni bo'lmasa, odamlarning xatti-harakatidagi "irratsionallik" salmog'ini to'g'ri baholash imkoni paydo bo'ladi. Uning nazariy ishlarida foydali funktsiyalar (odamlarning xayoliy maqsadli funktsiyalari) taklif qilingan bo'lib, ular nafaqat harakatning oqibatlarini baholashni ("Men 1 rubl olaman"), balki kuzatilganlar tomonidan aniqlangan niyatlarni baholashni ham o'z ichiga oladi, ya'ni harakat ("Menga 1 rubl taklif qildi, u meni xafa qilmoqchi" = "menga umuman ahamiyat bermaydi") va odamlarning xatti-harakatlari qanday ishlashini empirik tadqiqotlari zamonaviy usullardan foydalanish mumkin bo'lgan hamma narsadan foydalangan.

A.Falkning “Insonning farovonligi hamkasblarining maoshiga bog’liq” deb nomlangan tadqiqotlaridan biriga misol keltiramiz. Moddiy mukofotlardan qoniqish tuyg’usining intensivligi shunga o’xshash ishlarni bajaradigan hamkasblariga qaraganda ko’proq olishlarini biladigan erkaklarda sezilarli darajada oshadi. Juftlarga bo’lingan tadqiqot ishtirokchilaridan turli xil murakkablikdagi bir qator testlarni o’tkazish so’ralgan, ularni to’g’ri bajarish uchun ularga bonuslar to’langan – 30 dan 120 yevrogacha. Xuddi shu topshiriqlar uchun mukofotlar har xil bo’lib, ishtirokchilarga sheriklari qancha olganligi haqida ma’lumot berildi. Tajriba davomida subyektlarning miya faoliyati funktsional magnit-rezonans tomografiya orqali qayd etildi. Kutilganidek, mukofotni olish ventral striatumning (korpor striatum) faollashishiga olib keldi. Miyaning bu sohasida yoqimli stimullarga javoban faollashtirilgan zavq markazi mavjud – mazali taom, jinsiy qo’zg’alish va boshqalar. Atrofdagi bonuslar hajmini bilish reaksiyaning intensivligiga sezilarli ta’sir ko’rsatdi. Eng faol zavq markazi xuddi shu vazifani bajargan hamkasbga qaraganda sezilarli darajada ko’proq pul olishlarini biladigan erkaklar edi. “Bu natija an’anaviy iqtisodiy nazariyaga aniq ziddir, u faqat ish haqining mutlaq miqdorini iqtisodiy motivatsiyaning muhim omili” deb hisoblaydi tadqiqot muallifi A.Falk.

Boshqa ilmiy maktablarning iqtisodchilari ham xulq-atvor iqtisodiyotiga qiziqish bildirishgan. Xullas, G.Bekker intervyuda xulq-atvor iqtisodiyoti ikki yo’nalishga bo’linishini ta’kidladi: biri motivlarni o’rganish, Chikago maktabi bu borada kashshof bo’lgan, ikkinchisi iste’molchilarning ko’p sonli xatolari.

Xulq-atvor iqtisodiyotidagi ba’zi ishlar bunday xatolarning ayrim turlarini aniqlashda juda yaxshi natijalarga erishdi. Ammo bu, birinchidan, iste’molchilar deyarli har doim o’zlariga kerakli narsani tanlaydilar, ikkinchidan, iste’molchilar odatda hukumat ular uchun qabul qiladigan qarorlardan ko’ra yaxshiroq qaror qabul qiladilar, degan tushunchani o’zgartirmaydi.

Xulq-atvor iqtisodiyotining ko’p qismi moliya bilan bog’liq. Ammo, agar siz xulq-atvor iqtisodiyoti bilan shug’ullanadigan va bir vaqtning o’zida ayrim fondlarni boshqaradiganlarga qarasangiz, G. Bekkerning so’zlariga ko’ra, umuman olganda, ular boshqalarga qaraganda ancha yaxshi natijalarni ko’rsatishi ayni haqiqat emas.

Shuni ta'kidlash kerakki, bizning mamlakatimizda xulq-atvor iqtisodiyoti bilan shug'ullanadiganlarning juda kam ekanligi ma'lum. Natijada, xorijiy olimlar Rossiyada xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha amaliy tadqiqotlar bilan shug'ullanadilar. Shunday qilib, 2007 yilda HSEda bo'lib o'tgan ilmiy konferentsiyada B. Herrmanning (Buyuk Britaniyaning Nottingem universitetidan) ma'ruzasi Shveysariya va Rossiya fuqarolarining hamkorlikdagi xatti-harakatlaridagi farqlar bo'yicha katta qiziqish uyg'otdi, ya'ni u tomonidan tashkil etilgan simulyatsiya tajribalari, D.Kahneman g'oyalarini V.Smit usullari bilan birlashtirgan.

Ushbu qiyosiy tadqiqot yo'nalishidan yangi kashfiyotlar kutish kerak. Biroq, u mamlakatimizda yetarlicha mashhur bo'lishidan oldin uzoq vaqt davomida rivojlanishi kerak bo'ladi va uning yordami bilan rus mentaliteti haqida ishonchli xulosalar chiqarish mumkin bo'ladi.

Biz xulq-atvor iqtisodiyotiga mos ravishda turli muammolar bilan shug'ullanadigan rus olimlarini ajratib ko'rsatamiz: NES professori A. Suvorov, HSE professori Yu. Rutgaiser va boshqalar.

Xulq-atvor iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyati "uch ustun" ni rad etishdir. Umuman olganda, zamonaviy fan, ayniqsa, xulq-atvor iqtisodiyoti tadqiqotning "uch ustun" deb hisoblangan tamoyillaridan chetga chiqish bilan tavsiflanadi. Deduktiv tahlildan ratsionallik, shaxsiy manfaat va muvozanatning "uch ustuni"ga o'tish yosh iqtisodchilarda ko'proq seziladi. Bu binolar deduktiv analitik yondashuvning asosini tashkil qiladi va daxlsiz deb hisoblangan. Ularni o'zgartirish nazariya asoslaridan voz kechishni anglatardi.

Zamonaviy iqtisodiyot asta-sekin "uchta ustun"dan uzoqlashib, maqsadli xulq-atvor, oqilona shaxsiy manfaat va barqaror rivojlanishning kengroq tushuncha va tamoyillariga o'tmoqda. Xulq-atvor iqtisodiyoti, evolyutsion o'yin nazariyasi, agentga asoslangan modellashtirish, eksperimental va yangi institutsional iqtisodiyot bo'yicha ko'plab nazariy ishlarda o'zgarishlarni kuzatish mumkin. Darhaqiqat, iqtisod fanining ilg'or qismi sifatida qabul qilingan zamonaviy ishlarning muhim qismi "uch kit" qonunlariga to'g'ri kelmaydi.

Xuddi shunday tendentsiyani ilmiy mukofotlarni taqsimlashda ham ko'rish mumkin. Masalan, D. Kahneman va V. Smit xulq-atvor va eksperimental iqtisodiyot sohasidagi ishlanmalar uchun Nobel mukofotiga,

M. Rabin esa xulq-atvor iqtisodiyoti sohasidagi faoliyati uchun Klark medaliga sazovor bo'ldi.

Xulq-atvor yondashuvining rivojlanishiga tanlov nazariyasini aksiomatizatsiya qilish jarayoni ko'p jihatdan yordam berdi, bu nazariyaning dastlabki asoslarini va uning oqibatlarini aniq shakllantirishga imkon berdi. Qanday maxsus rasmiylashtirilgan farazlar va qarorlar nazariyasi qoidalari eng intensiv eksperimental tekshiruvdan o'tkazildi?

Birinchidan, bu fon Neumann va Morgenstern gipotezasi deb ataladi, unga ko'ra xavfli tanlov sharoitida shaxsning afzal ko'rish funktsiyasi o'ziga xos shaklga ega, ya'ni bu har bir mumkin bo'lgan natijalarning foydalilik mahsulotlari yig'indisi hamda ularning yuzaga kelishining obyektiv ehtimolidir.

Ikkinchidan, bu kutilgan foydalilik nazariyasining ham, subyektiv kutilayotgan foydalilik nazariyasining ham asosiy aksiomalari to'plami, ya'ni almashtirish aksiomasi yoki shartsizlik prinsipi (barchasi biz qaysi modelni nazarda tutishimizga bog'liq – fon Neumann va Morgenstern yoki Savage), tranzitivlik, hukmronlik va o'zgarmaslik holati. Alohida-alohida, eksperimental tadqiqotlarda afzal ko'rgan teskari hodisa deb ataladigan tranzitivlik(o'tish joyi) aksiomasini ta'kidlash kerak.

Uchinchidan, ehtimollik murakkabligi deb ataladigan gipoteza, bu shaxslar klassik matematik ehtimollik nazariyasi shartlarini, xususan, bu holda asosiylaridan biri bo'lgan qo'shimchalilik shartini qondiradigan aniq belgilangan subyektiv ehtimolliklarga ega ekanligini anglatadi.

To'rtinchidan, bu kognitiv evristika deb ataladigan ma'lumotlar to'plami – qaror qabul qilish jarayonida odamlar tomonidan qo'llaniladigan eng oddiy qoidalar. Biz asosiylarini sanab o'tamiz: bu boshlang'ich, mos yozuvlar pozitsiyasining ta'siri (mos yozuvlar nuqtasi effekti); investitsiya qilingan mablag'larning ta'siri (cho'kib ketgan xarajat effekti); dastlabki ta'minot yoki vaqfning ta'siri (endowment effekti); ramka effekti; mavjudligi noto'g'ri; vakillik moyilligi.

Ushbu tadqiqotlar muammoga Simonnikidan farq qiladigan yondashuvni ko'rsatdi. Kognitiv psixologlar o'zlarining boshlang'ich nuqtasi sifatida kutilgan foydani maksimallashtirish nazariyasini va o'z fikr hamda mulohazalarini shakllantirishga Bayesning ehtimollik yondashuvini oldilar. Ushbu ish natijalari ko'pincha juda oddiy rasmiy tarzda ifodalanishi mumkin bo'lgan turli xil psixologik tamoyillar yoki konstruksiyalarni o'z ichiga

olganligi sababli, ushbu turdagi tadqiqotlar Simonning radikal yondashuvidan ko'ra standart iqtisodiy nazariyaga yaqinroq bo'lgan cheklangan ratsionallikni modellashtirish usulini taqdim etdi.

1.4. Xulq-atvor iqtisodiyoti nazariyasining kashshoflari

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining taniqli asoschisi Nobel mukofoti sovrindori, amerikalik iqtisodchi, psixologiya va informatika professori G. Saymondir. Saymonning tadqiqotlari fanlararo xarakterga ega bo'lib, psixologiya, axborot nazariyasi, tashkil etish, qaror qabul qilishni kompyuter modellashtirish chorrahasida davom etdi. Uning iqtisodiyotga qo'shgan hissasi "biznes tashkilotlarida qaror qabul qilish nazariyasi", ya'ni firmalarda. Iqtisodiy ishlaridan «Ma'muriy xulq» (1947), «Inson modellari: ijtimoiy va ratsional» (1957), «Tashkilotlar» (J. Mart, 1958 bilan birgalikda) monografiyalari. U o'z hamkasblari bilan firmalarda qaror qabul qilish jarayoni haqiqatda qanday kechishi haqida bir qator empirik tadqiqotlar o'tkazdi, bu tadqiqotlarga birinchi nazariy dizaynni berdi va ushbu nazariya asosida "to'g'ri" qarorlar qabul qilish uchun me'yoriy algoritmlarni ishlab chiqdi. 1978 yilda Saymon "iqtisodiy tashkilotlar doirasida qarorlar qabul qilish jarayonidagi kashshof tadqiqotlari uchun" iqtisod bo'yicha Nobel mukofotiga sazovor bo'ldi.

Simon o'z tadqiqoti davomida iqtisodiy xulq-atvorning umumlashtirilgan modelini yaratdi, qaysiki u cheklangan ratsionallik nazariyasi deb ataladi. Saymonning boshlang'ich nuqtasi neoklassik nazariyada qo'llaniladigan haqiqiy bo'lmagan to'liq ma'lumot taxminini qayta ko'rib chiqish zarurati edi. Foydani ko'paytirish uchun xo'jalik subyekttida shunchaki hisob-kitoblar yetarli emas. Simoni subyekttining muammosi unchalik ko'p emas, balki u juda kam ma'lumotga ega, lekin uni qayta ishlash imkoniyatlariga nisbatan juda ko'p. Simon modelida qaror qabul qilish jarayonini ikkita asosiy tushuncha bilan tavsiflash mumkin – qoniqarli variantni topish va qabul qilish.

Neoklassik nazariyadan farqli o'laroq, o'zining cheklangan axborot va hisoblash imkoniyatlariga ega bo'lgan odam, Saymonning fikriga ko'ra, turli xil alternativlarni taqqoslash imkonini beradigan har tomonlama foydali funksiyaga ega bo'lolmaydi. Bu funksiya, Simonning fikriga ko'ra, faqat ikkita $\{0, 1\}$ yoki uchta $\{-1, 0, 1\}$ qiymatga ega, buyerda 1 qoniqarli variantni ko'rsatadi, -1 – qoniqarsiz va 0 – befarq.

Natijada, xo'jalik yurituvchi subyektt quyidagicha ishlaydi: variantlarni qidirish birinchi maqbul (qoniqarli) variant topilgunga qadar amalga oshiriladi va keyin to'xtaydi. Variantning maqbul yoki nomaqbulligi subyekttning dastlabki maqsadlariga bog'liq. Ko'rinib turibdiki, qoniqarli variantni tanlash iqtisodiy fandan neoklassik modelga qaraganda kamroq xabardorlik va hisoblash ko'nikmalarini talab qiladi. U endi berilgan variantning natijasi haqida aniq ma'lumotga ega bo'lishi va uni umumiy foydalilik funksiyasi doirasidagi muqobil variantlarning natijalari bilan taqqoslashi kerak emas. Ushbu parametrning maqbul darajadan yuqori yoki past bo'lganligini aniqlash uchun noaniq sezgi yetarli. Shu bilan birga, variantlarni bir-biri bilan solishtirishning hojati yo'q.

Simon nazariyasida tasvirlangan ratsionallikni faqat rasmiy, maksimal mezunga nisbatan cheklangan deb hisoblash mumkin. Shu bilan birga, u ta'riflagan qaror qabul qilish modeli nafaqat harakatlar natijalarini, balki qaror qabul qilish jarayonini ham qamrab oluvchi ratsionallikning kengroq mezonlariga to'liq mos keladi. Biroq, xulq-atvor tahlilining og'irlik markazi motivatsiya sohasida emas, balki axborotni qayta ishlash va qaror qabul qilish sohasida yotadi. Shuning uchun xulq-atvor nazariyasi asoschisi unvoni haqli ravishda Nobel mukofoti laureati G. Simonga tegishli. U firmalarda qaror qabul qilish jarayoni haqiqatda qanday kechishi haqidagi empirik tadqiqotlarda faol ishtirok etdi, bu tadqiqotlarga birinchi nazariy formulani berdi va ushbu nazariya asosida to'g'ri qaror qabul qilish uchun me'yoriy algoritmlarni ishlab chiqdi. 1972 yilda sun'iy intellekt nazariyasi fan sifatida e'tirof etilganida, bu davr natijalari Nyuell va Saymonning "Inson muammolarini hal qilish" kitobida jamlangan.

1950-yillarda Saymon va Nyuell asarlari informatika va kompyuter texnikasining rivojlanishiga nihoyatda muhim ta'sir ko'rsatdi. Ular ramziy ma'lumotni qayta ishlash paradigmasini o'rnatdilar, bu esa inson tafakkuri qandaydir tarzda voqelikni aks ettiruvchi ba'zi belgilar bilan ketma-ket va algoritmik operatsiya sifatida eng mos modellashtirilgan degan gipotezaga asoslanadi. Inson tafakkuri Saymon va Nyuell moddiy ramzlar tizimi (jismoniy belgilar tizimi) deb atagan narsa turlaridan birining harakati bilan ta'minlanadi, u qandaydir mulohaza darajasida odamlar va kompyuterlar uchun prinsipial jihatdan bir xildir (bu tezis kompyuter metaforasi deyiladi) ajralmagan aql tushunchasi). Bu bilim 1970-yillarda sun'iy intellekt nazariyasida real fikrlash jarayonlarida fikrlashning umumiy tamoyillari bilan

bir qatorda aniq bilimlar ham katta rol o'ynashini anglab yetdi va tabiiy tilning semantik tuzilishiga tafakkur manbalaridan biri sifatida qarala boshlandi.

Shunday qilib, katta ijodiy merosida deyarli hech qanday lingvistik (tilshunoslik) asarlar mavjud bo'lmagan Saymon bir necha o'n yillar davomida tilshunoslar va informatika vakillari o'rtasidagi samarali hamkorlikni belgilab berdi.

Nyuell-Simon gipotezasi (1976) yoki jismoniy belgilar tizimi gipotezasi, fizik belgilar tizimi so'zning keng ma'nosida asosiy intellektual harakatlarni amalga oshirish uchun zarur va yetarli vositalarga ega ekanligini ta'kidlaydi. Bu keyinchalik kuchli sun'iy intellekt deb atalgan narsaga ishora qiladi. Gipoteza uchun asos ular yaratgan dastur – universal muammoni hal qiluvchi – insonning fikrlashini modellashtirish uchun muvaffaqiyatli qo'llanilishi edi. Boshqacha qilib aytganda, ramziy hisoblashsiz mazmunli harakatlarni amalga oshirish mumkin emas va ramziy hisoblashni amalga oshirish qobiliyati mazmunli harakatlarni bajarish qobiliyatiga ega bo'lish uchun yetarli. Shunday qilib, agar biz hayvon yoki odam yoki mashina aqlli ishlayotganiga ishonadigan bo'lsak, ular qandaydir tarzda ramziy hisob-kitoblarni amalga oshiradilar (sizning mushukingiz qaysidir ma'noda hisoblash mashinasidir). Aksincha, kompyuter bunday hisob-kitoblarni amalga oshirishga qodir bo'lganligi sababli, uning asosida sun'iy intellekt yaratilishi mumkin. Gipoteza tanqidga moyil, ammo shunday bo'ldiki, sun'iy intellekt bo'yicha tadqiqotlarning aksariyati ramziy tizimlarni yaratish yo'lidan o'tdi. Ushbu gipoteza to'g'ri yoki yo'q, ramziy hisoblash dasturlashning haqiqatidir va bu sohada bunday paradigmaning foydaliligini inkor etish qiyin.

Saymon qaror qabul qiluvchining oldida tayyor alternativalar yo'qligidan kelib chiqadi – ularni o'zingiz izlashingiz kerak; variantlarni qidirish jarayonida foydalilikni maksimal darajada oshirish mumkin deb hisoblaydi. Buning uchun zaruriy ma'lumot yo'q: subyektt har bir variantning natijalarini oldindan bila olmaydi, birinchidan, xavfni kamaytirmaydigan noaniqlik tufayli, ikkinchidan, hisoblash qobiliyati cheklanganligi sababli, uchinchidan, neoklassik modeldan farqli o'laroq, u heterojen muqobillarni taqqoslash imkonini beradigan universal va izchil foydali funksiyaga ega emas.

Saymonning fikricha, iqtisodiy subyektt vaziyatdan quyidagicha chiqadi: variantlarni qidirish birinchi maqbul (qoniqarli) variant topilgunga qadar amalga oshiriladi va keyin to'xtaydi.

Variantning maqbul yoki nomaqbulligini nima aniqlab berishini bilish uchun Simon K. Levin tomonidan psixologiya fanida ishlab chiqilgan "intilishlar darajasi" toifasiga tayanadi. Shaxsning intilish darajasi – bu shaxsning, uning fikricha, uning qobiliyatiga mos keladigan murakkablikdagi maqsadga intilishini bildirish uchun kiritilgan tushuncha. Shaxsning o'zini o'zi qadrlashi bilan chambarchas bog'liq bo'lgan ushbu ta'lim faoliyatdagi muvaffaqiyat yoki muvaffaqiyatsizlikning subyektiv tajribalari ta'siri ostida shakllanadi. Da'volar darajasi yetarli bo'lishi mumkin, ya'ni shaxsning qobiliyatlariga mos keladi lekin yetarli emas, chunki kam baholanadi yoki ortiqcha baholanadi.

Shaxsning afzalliklar tizimi va da'volar darajasi qanday?

Afzalliklar tizimi deganda inson muqobil variantlarni solishtiradigan va qaror qabul qiladigan qarashlar, qadriyatlar, e'tiqodlar, manfaatlar yig'indisi tushuniladi. Har bir insonning o'ziga xos imtiyozlari mavjud bo'lib, ular uning tarbiyasi, ta'limi, hayotiy tajribasi, shuningdek, individual aqliy xususiyatlari ta'siri ostida shakllanadi. Afzalliklar har birimizning ichimizda ko'rinmas holda mavjud bo'lib, ular inson ruhiyatining tubida yashiringan va inson tanlash muammosiga duch kelgandagina "ishlaydi". Qaror qabul qilish odamlar faoliyatining uzluksiz hamrohligi bo'lganligi sababli, imtiyozlar tizimi odamlar tomonidan muqobil variantlarni taqqoslash va tanlash uchun foydalanadigan faol va doimiy "yoqilgan" mexanizmdir.

Insonning intilish darajasi insonning o'zini o'zi qodir deb hisoblaydigan murakkablik darajasidagi maqsadlarga erishish istagini tavsiflaydi. Da'volar darajasi insonning o'z imkoniyatlarini baholashiga asoslanadi va bu bahoni saqlab qolish uning uchun zaruratga aylandi. Da'vo darajasi shaxsiy bo'lishi mumkin, ya'ni muayyan sohalarga (masalan, biznes, siyosat, fan, san'at) tegishli yoki u umumiy xarakterga ega bo'lishi mumkin. Inson hayoti va faoliyatining ko'plab sohalariga, birinchi navbatda, uning aqliy va axloqiy fazilatlarini namoyon bo'ladigan sohalariga tegishli bo'ladi. Bunday holda, da'volar darajasi insonning o'zini shaxs sifatida umumiy o'zini o'zi qadrlashiga asoslanadi. Qaror qabul qilish jarayonida da'volar darajasi birinchi navbatda faoliyat maqsadlarini shakllantirishga va ushbu maqsadlarga eng mos keladigan alternatalarni tanlashga ta'sir qiladi.

Da'volar darajasi tug'ma xususiyat emas, balki insonning xohish-istaklari, qobiliyatlari, tajribasi, birinchi navbatda, uning muvaffaqiyati yoki muvaffaqiyatsizligi haqidagi shaxsiy tajribasi ta'siri ostida asta-sekin shakllanadi. Ushbu omillarning ta'siri natijasida da'volar darajasi ko'tarilishi yoki kamayishi mumkin, umuman olganda, insonning imkoniyatlariga mos keladi. Biroq, keyingi o'zgarishlar noadekvat shakllanishiga olib kelishi mumkin, ya'ni ortiqcha yoki kam baholangan, da'volar darajasi. Xususan, da'volarning haddan tashqari oshirilgan darajasi ko'pincha noadekvatlik ta'sirini keltirib chiqaradi. Bu shaxsning faoliyatidagi muvaffaqiyatsizlik bilan bog'liq holda yuzaga keladigan barqaror va tabiatan salbiy hissiy holatda ekanligida o'zini namoyon qiladi. Shu bilan birga, odam muvaffaqiyatsizlik haqiqatini e'tiborsiz qoldiradi yoki o'zini aybdor deb bilishdan bosh tortadi. Buning sababi shundaki, u o'zining yuqori darajadagi o'zini-o'zi hurmatini va yuqori baholangan da'vo darajasini saqlab qolishga intiladi, shu bilan birga o'z qobiliyatlari va to'lov qobiliyatiga shubhalarni rad etadi. Shu sababli, nomuvofiqlik effektini insonning o'ziga xos himoya reaksiyasi sifatida ko'rib chiqish mumkin, bu unga voqelikka adekvat munosabatdan voz kechish evaziga ichki ziddiyatni (dissonans) olib tashlashga imkon beradi. O'z-o'zidan ma'lumki, insonning da'volarning haddan tashqari oshirilgan darajasini saqlab qoladigan bunday holatda barqaror turishi o'z oldiga real bo'lmagan maqsadlarni qo'yish va noto'g'ri qarorlar qabul qilishga olib keladi.

Keyinchalik amerikalik olimlar D. Maklelend va D. Atkinsonlar turli faoliyatda muvaffaqiyatga erishish uchun motivatsiya nazariyasini ishlab chiqdilar. Ushbu nazariyaga ko'ra, muvaffaqiyatga intilayotgan odamlar o'z oldiga maqsadlar qo'yadi, ularga erishish ular tomonidan shubhasiz muvaffaqiyat deb hisoblanadi. Ular o'z faoliyatlarida muvaffaqiyatga erishish uchun har qanday holatda ham intilishadi, ular jasur va qat'iyatli, maqsadlariga erishishga qaratilgan harakatlar uchun ma'qullanishni kutishadi. Ular o'zlarining barcha resurslarini safarbar qilishlari va maqsadlariga erishishga e'tibor berishlari bilan ajralib turadi.

Muvaffaqiyatsizlikka yo'l qo'ymaslik uchun g'ayratli odamlar butunlay boshqacha yo'l tutishadi. Ular uchun faoliyatdagi aniq maqsad muvaffaqiyatga erishish emas, balki muvaffaqiyatsizlikka yo'l qo'ymaslikdir. Muvaffaqiyatsiz bo'lishga undagan odam o'ziga ishonmaydi, muvaffaqiyatga

erishish imkoniyatiga ishonmaydi, tanqiddan qo'rqadi, vaqtincha muvaffaqiyatsizliklar bo'lishi mumkin bo'lgan faoliyatdan zavqlanmaydi.

Simon g'oyalarining bevosita davomi amerikalik iqtisodchi R. Xaynerning kontseptsiyasidir. Cheklangan ratsionallik nazariyasining muxoliflari ko'pincha quyidagi dalilni ilgari suradilar: maksimallashtirish modelidan farqli o'laroq, u iqtisodiy xatti-harakatlarning aniq va barqaror prognozlarini bermaydi. R. Xayner esa vaziyatning teskarisini isbotlaydi. An'anaviy neoklassik mikroiqtisodiyotning predmeti atrof-muhit sharoitidagi har qanday, hatto eng ahamiyatsiz o'zgarishlarga ham munosib javob berishi kerak, agar siz optimalga erishmoqchi bo'lsangiz, buni hisobga olish kerak. O'zining inertial xatti-harakatlar modelini rasmiylashtirish uchun R. Xayner universal ishonchlilik sharti deb ataladigan formulani oladi. Bu holat, agar ishonchlilik darajasi ma'lum bir ruxsat etilgan chegaradan oshsa, odam o'z xatti-harakatini o'zgartiradi, bu o'z vaqtida qabul qilinmagan qarordan mumkin bo'lgan yo'qotishning o'z vaqtida qaror qabul qilishdan mumkin bo'lgan foyda nisbatiga tengdir. Shunday qilib, qarorning rentabelligi ham, uning ehtimoli ham tortiladi. Xaynerning kontseptsiyasi qoniqarli qaror qabul qilish modelidan kelib chiqadi: qarorlar faqat ishonchli bo'lgan paytda qabul qilinadi va boshqa hollarda, odam unga keladigan yangi ma'lumotlarga hech qanday munosabat bildirmaydi, garchi u omadli bo'lsa ham. Xayner modeli iqtisodiy xulq-atvorning dastlabki modelga nisbatan nisbiy moslashuvchan emasligini, shuningdek, psixologlarga yaxshi ma'lum bo'lgan "osta" fenomenini tushuntiradi: xatti-harakatlar faqat tashqi stimullar ma'lum chegara qiymatidan oshib ketganda o'zgaradi.

Umuman olganda, Simon, Xayner va boshqalarning nazariyalarida tasvirlangan ratsionallikni faqat neoklassik binolarga nisbatan cheklangan deb hisoblash mumkin. Aslida, bu nafaqat harakat natijalariga, balki qaror qabul qilish jarayoniga ham tegishli bo'lgan to'liq ratsionallikdir.

Nazariyalarning keyingi guruhi to'liq ma'lumotlarning mavjudligiga emas, balki insonning uni tushunish qobiliyatiga qaratilgan. Bu nazariyalar iqtisodiy subyektning qat'iy ratsionallik darajasidan (mutlaq yoki cheklangan) kelib chiqmaydi, balki uni o'zgaruvchan qiymat sifatida izohlaydi, odamni ko'p yoki kamroq fikrlashga undaydigan omillarni belgilaydi. Bu cheklangan ratsionallik nazariyasining turlaridan biridir. Bu turdagi nazariyalardan eng mashhuri Garvard professori X. Leybenshteynning X-samaradorlik nazariyasidir.

Leybenshteynning fikricha, inson xulq-atvorining ratsionallik (fikrlilik) darajasi ikki kuchga bog'liq. Insonning fiziologik (hayvoniy) tabiati undan aqliy energiya va aqliy kuchni tejashni talab qiladi. Agar insonning xulq-atvori faqat uning fiziologik tabiati bilan belgilansa, u minimal darajada oqilona bo'lar edi. Biroq, bu amalda sodir bo'lmaydi, buning sabablari insonning ijtimoiy tabiati, jamiyat uning oldiga qo'yadigan me'yor va me'yorlardir. Bu talablar qisman inson psixologiyasiga kiradi. Muayyan hollarda jamiyat insondan katta miqdordagi jismoniy va ruhiy kuch talab qiladi. Shunday qilib, real hayotda insonning fiziologik ehtiyojlari va uning energiyani tejash istagi bilan yuksak intilishlar va ijtimoiy (guruh) xatti-harakatlar me'yorlarining ziddiyatlari mavjud. Natijada, shaxsning ma'naviy qulayligi uchun maqbul bo'lgan ma'lum darajada ratsionallikka erishiladi, u bilan iqtisodiy masalalarni hal qiladi va bu, albatta, optimallashtirishning dastlabki modeli tomonidan taqdim etilgan mutlaq ratsionallikdan uzoqdir. Bundan kelib chiqadiki, hech bir firma, qoida tariqasida, o'z xodimlarining intellektual salohiyatidan to'liq foydalana olmaydi va maksimal samaradorlikka erisha olmaydi. Har qanday iqtisodiy tizimga xos bo'lgan bu hodisani Leybenshteyn X-samaradorlik deb atadi. X-samaradorlik tushunchasi faqat to'liq va erkin ma'lumot ostida umumiy muvozanat tizimiga xos bo'lgan optimal daraja bilan solishtirganda mantiqiydir, shuning uchun Leybenshteyn bu yerda asosiy oqimdan uzoqlashmaydi.

Xulq-atvor yo'nalishi doirasida bir nechta eng mashhur, asosan mustaqil maktablarni ajratib ko'rsatish mumkin.

Fransuz iqtisodiy psixologiya maktabining asosiy vakillaridan biri P.-L. Raynaud kontseptsiyasi. Agar Leybenshteyn iqtisodiy nazariya tomonidan ko'rib chiqilgan an'anaviy muammolar doirasida qolsa, P.-L. Reynaud bundan tashqariga chiqadi, iqtisodiyotni faqat universal psixologik nazariyani qo'llash sohasi sifatida ko'rib chiqadi va neoklassik mikroiqtisodiyotdan butunlay voz kechadi. Iqtisodiy psixologiya konsepsiyasiga ko'ra, iqtisodiy xatti-harakatlarning barcha turlarini aqliy energiya sarfi darajasiga ko'ra tartiblash mumkin. Xulq-atvor qanchalik ongli, oqilona bo'lsa, u shunchalik ko'p energiya talab qiladi va xo'jalik yurituvchi subyektlar shunday yo'l tutishadi. Boshqa tomondan, odam shunchaki "oqim bilan ketsa", deyarli energiya sarflamaydi, Reynaudning so'zlariga ko'ra, chegaralar odatiy emas, chunki bu odamning o'zini o'zi saqlab qolishini ta'minlamaydi. Iqtisodiy subyektning xatti-harakatlarning bir turidan ikkinchisiga o'tishi, iqtisodiy

psixologiyaga ko'ra, silliq emas, balki to'satdan, keyingi o'zgarishlarning intensivligiga ko'ra, bo'shliq va moslashishga bo'lingan "osta" orqali amalga oshiriladi. Bunday chegaralarning mavjudligi bilan Reyno, xususan, iqtisodiy inqirozlar hodisasini tushuntiradi, ya'ni ko'tarilish davrida "o'ylamaslikka" o'rganib qolgan iqtisodiy subyektlar, xatti-harakatlarning inersiyasi ularni allaqachon o'ziga jalb qilgandan so'ng, birdaniga "miyalarini silkita" boshlaydilar ya'ni noto'g'ri yo'lda juda uzoqda, lekin o'zlariga o'ylash qiyinligini berib, ular to'g'ri xulq-atvorga kelishadi, bu esa ularni inqirozdan olib chiqadi.

Tashkilotlarda qaror qabul qilish muammolari bo'yicha eng muhim maqolalardan biri bo'lgan "Firmaning xulq-atvor nazariyasi" ni yozishga turtki bo'lgan J.G. Mart va R.M. Cyertning ta'kidlashicha, zamonaviy qarorlar qabul qilish jarayonini yaxshiroq tushunish bozor omillari bo'yicha mavjud tadqiqotlarni firmaning ichki operatsiyalarini tahlil qilish, boshqacha aytganda, iqtisodiy faoliyat va tashkiliy tadqiqotlar kombinatsiyasi bilan to'ldirishni talab qiladi. Bu g'oyalar va u bilan bog'liq bo'lgan tadqiqot dasturi o'sha davrda har ikki sohada ham hukmron bo'lgan g'oyalardan voz kechish zarurligini anglatardi. Biroq, keyingi yillarda muallifning ishi, o'quv qo'llanmaning ikkinchi nashriga so'zboshi so'zlari bilan aytganda, "umumiy qabul qilingan ta'limotning bir qismiga aylandi, ayniqsa firmaga tashkilot sifatida yondashuv bilan bog'liq holda, ya'ni standart qoidalar va tartiblar har tomonlama qarama-qarshi manfaatlar yo'nalishi va cheklangan ratsionallik sharoitida harakatlarni amalga oshirish uchun foydalaniladi.

1.5.Qaror qabul qilish jarayoni

Qaror qabul qilish jarayoni, R. Cyert va J. March kitobi va G. Simon asarlari paydo bo'lgunga qadar, an'anaviy tarzda taqdim etilgan va nazariy jihatdan oldindan o'ylash, mantiqiy oqibatlar va optimallashtirish tushunchalari yordamida tasvirlangan. Shuningdek, qabul qilingan qarorlar qaysidir ma'noda istak va ehtiyojlar kabi imtiyozlarga hamda turli xil muqobil natijalar bilan bog'liq bo'lgan umidlarga asoslangan deb taxmin qilingan. Shuningdek, "eng yaxshi" muqobil (afzalliklar va oqibatlar nuqtai nazaridan) tanlangan variant bo'ladi, deb ishonilgan. Ushbu taxminlar to'plami qaror qabul qiluvchining birligi haqidagi tushunchalar bilan to'ldirildi (shunday qilib, butun tashkilot darajasida inson xatti-harakatlarini tushuntirish va bashorat qilish mumkin bo'lgan tadqiqotlar o'tkazish mumkin

bo'ldi). Ko'p jihatdan insoniy fazilatlarni tahlil qilishga asoslangan bu yondashuvdan foydalanish bir qator muammolar bilan bog'liq. Xususan, eng qiyinlaridan biri bu tegishli, aniq belgilangan imtiyozlarga ega bo'lish xususiyati bilan bog'liq muammo. Qarama-qarshi nuqtai nazar shundaki, tashkilotda qaror qabul qilish o'zaro mos kelmaydigan imtiyozlar yoki maqsadlarga ega bo'lgan bir nechta subyektlarning ishtirokini o'z ichiga oladi (asosiy mehnat taqsimoti natijasida). Shunday qilib, ratsionallikdagi ushbu va boshqa kognitiv cheklovlar bilan kurashish uchun tashkilotga siyosiy tizim kerak. Bu qarash bilan bog'liq bo'lib, imtiyozlar barqaror bo'lishi shart emas; qaror qabul qiluvchilarning ta'siri kuchaygan sari (turli yo'nalishlarda), ular o'zgarishi mumkin.

Shunday qilib, firma modeli hozirgi hukmron guruhning qarashlari va afzalliklari ustunlik qiladigan o'zgaruvchan ko'p maqsadli manfaatlar koalitsiyalaridan biriga aylanadi. Ushbu nuqtai nazarga ko'ra, kompaniyaning maqsadlari berilgan emas, balki manfaatdor guruhlar ichida ham, ular o'rtasida ham muzokaralar natijasida belgilanadi. Har qanday vaziyatda ham koalitsiya firma ichida ham, undan tashqarida ham manfaatlarga ega bo'lishi mumkin; u ma'muriyat, aktsiyadorlar va davlat agentlarini, shuningdek, tashkilot ichidagi bo'linmalarni o'z ichiga olishi mumkin.

Shunday qilib, ratsional harakatdagi bu cheklovlar turli yo'llar bilan qaror qabul qilish jarayonlariga ta'sir qilish bilan bog'liq.

Qaror qabul qilish nazariyasini ishlab chiqish jarayonida R. Cyert va J. March to'rtta asosiy tushunchani shakllantirdilar:

- konfliktni kvazi(deyarli,yaqin)-hal qilish;
- noaniqlikdan qochish;
- muammoli qidiruv;
- tashkiliy ta'lim.

Kvazi-mojarolarni hal qilish ko'pchilik tashkilotlarda eng uzoq vaqt davomida hukm suradigan va yuqorida ta'kidlanganidek, ularni turli maqsadlarga intilayotgan ishtirokchilar koalitsiyalari sifatida ko'radigan yondashuvga mos keladigan ishlarning holatini tavsiflaydi. Shubhasiz, bunday nizolarni hal qilish kerak. R.Cyert va J.Marchning ishonchi komilki, maqsadlarning nomuvofiqligi aksariyat tashkilotlarning mavjudligi va hatto gullab-yashnashiga xalaqit bermaydi, nizolarni hal qilish tartib-qoidalari esa maqsadlarni odatiy darajaga tushirmaydi va hatto ularni izchil ham qilmaydi. Tadqiqotchilarning ta'kidlashicha, nizolar mahalliy ratsionallik, qarorlarning

maqbul darajasini ta'minlash qoidalari va keyinchalik maqsadlarga e'tibor berish orqali hal qilinadi. Mahalliy ratsionallik shuni anglatadiki, tashkilot alohida bo'linmalarga bo'linganda, ularning har biri muayyan muammolarga duch keladi va cheklangan maqsadlar to'plamini belgilaydi. Misol uchun, savdo yoki marketing bo'limlari birinchi navbatda mahsulot bilan bog'liq maqsadlar va strategiyalar uchun javobgardir. Ularning har biri ushbu mahalliy parametrlar nuqtai nazaridan oqilona bo'lishga intiladi, garchi, shubhasiz, maqsadlar kabi "paroxial" ratsionalliklar, aftidan, bir-biriga mos kelmaydi. Murakkab muammolarni kichik muammolarga ajratish g'oyasi haqiqatan ham nizolarni bartaraf etishga va bir-biriga hamda tashqi muhitga mos keladigan yechimlarni topishga yordam berishi shubhali. Mojarolarni hal qilish, R. Cyert va J. March fikriga ko'ra, yana ikkita shartga bog'liq – maqbul darajani tanlash bo'yicha qaror qabul qilish qoidalari va maqsadlari.

Birinchi shart tashkilot uchun maqbul bo'lgan izchillik darajasi bilan bog'liq; agar u past bo'lib chiqsa, ajralish mumkin bo'lsa, natija optimaldan ko'ra ko'proq ehtimoli borligiga ishonish mumkin. R.Cyert va J.Martning ta'kidlashicha, tashkilotlarda mustahkamlik qoidalari zaif, shuning uchun ular qaror qabul qilish jarayonida mahalliy ratsionallikka yo'l qo'yadilar, bu ikki sabab bilan izohlanadi. Birinchidan, ko'p sonli mahalliy yechimlar hech qanday holatda bir-biriga zid bo'lmaydi; ikkinchidan, tashqi muhit tizim tomonidan to'liq foydalanilmaydi, buning natijasida har qanday nomuvofiqlikni bartaraf etish uchun resurslar shakllanadi. Nihoyat, maqsadlarga bo'lgan e'tiborni kuzatish, tashkilotlar turli vaqtlarda turli maqsadlarga intilayotgan vaziyatni tavsiflaydi. Mualliflar misol tariqasida bir xil mahsulotlar ishlab chiqargan, so'ngra mahsulot assortimentini ko'paytirish orqali iste'molchilarni qondirishga harakat qilgan (shu bilan birga, ikkinchisini hal qilishni boshlashdan avval birinchi muammoni hal qilgan) kompaniyani keltirib o'tadilar. Bunday "vaqtinchalik bufer" bu kabi muammolarni bartaraf etishning samarali usuli hisoblanadi.

Tashkilotlarda qaror qabul qilishning barcha jarayonlarining o'ziga xos xususiyati va tashkilotlar bilan osonlikcha "kelishuvi" bu noaniqlikdir. Qaror qabul qiluvchilar uchun noaniqlik manbalari bozordagi xatti-harakatlar, aksiyadorlarning pozitsiyalari va qonunchilikdagi o'zgarishlar bo'lishi mumkin. Uning darajasini pasaytirish uchun qaror qabul qilish jarayonida qo'llaniladigan bilimlar kerak. R. Cyert va J. Marchning fikriga ko'ra, tashkilotlar noaniqlikdan qochish uchun turli strategiyalardan foydalanadilar

(masalan, kelajakdagi voqealarni oldindan ko'rish, teskari aloqa signallariga qisqa muddatli javob berishga urg'u berilganda qaror qabul qilish qoidalarini o'rnatish, o'tkir qisqa muddatli muammolarni bartaraf etish va undan voz kechish kabi davlatlar uchun uzoq muddatli rejalashtirish). Shuningdek, ular tashqi muhitda faoliyat yurituvchi subyektlar bilan barqaror shartnoma munosabatlarini saqlab qolish orqali uning kelajakdagi holatining noaniqligidan qochadi. Boshqacha qilib aytganda, "ular rejalar, standart ish tartib-qoidalarini tuzadilar, sanoat an'analari rioya qiladilar va noaniqlikni kamaytirish uchun tashqi muhit subyektlari bilan shartnomalar tuzadilar". Xuddi shunday, tashkilotlar ichki muhit muammolarini yengishga harakat qilmoqdalar. Demak, budjetni rejalashtirish yoki ishlab chiqishni bo'limlar o'rtasidagi kelishuvlar ketma-ketligi deb hisoblash mumkin. Sohaga oid narxlarni tartibga solishga kelsak, ichki tartiblar ularning amal qilish muddati davomida barqaror bo'ladi, shuning uchun tashkilotning har bir bo'linmasi boshqa bo'linmalarning harakatlaridan kelib chiqadigan noaniqlik darajasini pasaytirishni ta'minlaydi. Muammoli qidiruv chegaralangan ratsionallik tushunchasi bilan bog'liq. Agar tashkilotlar maqbul maqsadlarni qo'ygan bo'lsa va ularga mos keladigan birinchi yechimni tanlasa, qidiruv muammoga asoslangan va uzoq, muntazam, maqsadli bo'lmagan qidiruv emas. Agar muammo qidiruv xatti-harakatlarini rag'batlantirsa, qidiruv motivatsiyalangan deb hisoblanadi. Biz juda aqlli harakatlar haqida gapiramiz; Qidiruv oddiy sabab modeli yordamida amalga oshiriladi, agar, albatta, rahbariyat murakkabroq modelni boshlamasa.

Bunday sharoitda qidiruv ikki qoidaga muvofiq amalga oshiriladi. Avvalo, u muammoning alomatlari yoki joriy yechim bilan bog'liq holda amalga oshiriladi. Muammoning sababi va uning natijasi juda yaqin ekanligi taxmin qilinadi, kerakli yechim allaqachon qabul qilinganlardan biroz farq qiladi. Albatta, radikal (tub, qat'iy va keskin choralar) qarorlar qabul qilish zarurati tug'ilsa, bu amaliyot menejerlarning xatti-harakatlariga salbiy ta'sir qiladi. Agar ushbu qoidalarga rioya qilish qaror qabul qilishga imkon bermasa, yana ikkita yaxshilanish mumkin. Birinchidan, yanada murakkab sabab modellaridan foydalanish mumkin; ikkinchidan, qidiruv tashkilot uchun yangi imkoniyatlar ochuvchi zaif tomonlarni aniqlashga qaratilgan bo'lishi yoki yangi koalitsiya tuzish orqali siyosiy jihatdan zaif hududlarda olib borilishi mumkin.

Bir tomonlama qidiruv. Tashqi muhit holatini baholash jarayon ishtirokchilarining tayyorgarligi, tajribasi va maqsadlaridagi farqlarning aksidir. Oxirgi tushuncha – tashkiliy ta’lim tushunchasi. Tashkiliy ta’lim jarayoni individual ta’limga o’xshash deb taxmin qilish soddalik bo’ladi. Shu bilan birga, R. Cyert va J. March vaqt o’tishi bilan tashkilotlar haqiqatan ham adaptiv xatti-harakatlarni namoyish etishini aniqladilar. Bundan tashqari, moslashuv qaror qabul qilish jarayonining barcha uch bosqichida (maqsadlar, diqqat va izlanish qoidalari) mavjud. Maqsadlar boshqa muammolarni hal qilish jarayonida to’plangan tajribaga, shuningdek, boshqa tashkilotlarning harakatlarini tahlil qilish natijalariga muvofiq o’zgarishi mumkin; tashkilotlar, shuningdek, o’z e’tiborini atrof-muhitning ayrim elementlariga qaratishni o’rganadilar, qolganlariga e’tibor bermaydilar. Va nihoyat, agar qidiruv muammoga yo’naltirilgan bo’lsa, uning qoidalari moslashtiriladi deb taxmin qilish mumkin (muammolarni qidirish muvaffaqiyatsizligi natijasida). R.Cyert va J.March ular taklif qilgan konsepsiyalar ko’proq iqtisodiy g’oyalarga asoslangan qaror qabul qilishning an’anaviy xatti-harakatlarini rivojlantirishdan ko’ra, tashkilotlarda qaror qabul qilish jarayonlarini o’rganishda foydaliroq ekanligini ta’kidlaydilar (keyinchalik J.March va uning hamkasblari tomonidan aniqlangan "axlat qutisi" sifatida qaror qabul qilishda xulq-atvor fanining bo’limi).

Zamonaviy tashkilot va uning ijtimoiy va iqtisodiy taraqqiyotga qo’shgan hissasini o’rganish ko’plab empirik tadqiqotlar va juda ko’p kitoblarning yozilishiga olib keldi. Qaror qabul qilish jarayonida xulq-atvorni o’rganish ushbu faoliyatning eng katta va eng muhim tarkibiy qismidir, chunki menejerlar va ma’murlarning qarorlari orqali o’zgartirilgan bilimlar ko’pincha biz yaratadigan tovarlar va xizmatlarga bo’lgan talabning tabiatiga katta ta’sir ko’rsatadi, ya’ni biz keyin qo’lga kiritamiz va iste’mol qilamiz. Aynan qaror qabul qilish bizga tashkilotlarning xatti-harakatlari yoki harakatsizligining guvohi bo’lish, turli manfaatlar va mantiqiyliklarning o’zaro bog’liqligini aniqlash imkonini beradi, shuning uchun R. Cyert va J. March ilmiy faoliyati natijalarini baholashda zarur bo’lgan ushbu murakkab hodisa va uning tarixiy konteksti haqidagi tushunchamizning rivojlanishini hisobga olish kerak bo’ladi. R.Cyert va J.March birinchi bo’lib qarorlar qabul qilish jarayonining oldingi tadqiqotlarida ichki tashkiliy shart-sharoitlarning holati, mehnat taqsimotiga asoslangan zamonaviy tashkilotlarning tuzilmaviy xususiyatlari ma’lum darajada e’tiborga olinmagan, ular yaratilishini

belgilaydigan turli muammolarni hal qiladigan va muayyan tashqi sharoitlarda ishlaydigan tarkibiy bo'linmalardir, buning natijasida integratsiya va harakatlarni muvofiqlashtirish muammolari paydo bo'ladi. Tashkilot nazariyasini ishlab chiqishning ahamiyatini tushunish an'anaviy iqtisodiy yondashuvlarning cheklovlarini bilish bilan bir qatorda olimlarga firmaning xulq-atvor nazariyasini ishlab chiqishga imkon berdi. Bu ularning katta nazariy yutug'i edi, chunki tadqiqotchilar tomonidan taklif qilingan yangi g'oyalar qaror qabul qilish jarayoni haqidagi tushunchamizni kengaytirdi, rivojlantirdi va murakkablashtirdi. J.March va R.Cyert terminologiyasidan foydalanib, shuni aytishimiz mumkinki, kuzatilayotgan xatti-harakatni tushunishga o'tish jarayonida soddalashtirilgan izlanish samarasiz bo'lib chiqdi, shuning uchun to'liqroq va murakkab modelga ehtiyoj paydo bo'ldi.

R.Cyert va J.March konsepsiyalari tashkiliy qarorlar qabul qilish jarayonini o'rgangan va menejment nazariyotchilari va amaliyotchilarining leksikoniga va ongiga kirib kelgan ko'plab olimlar uchun qo'llanma bo'lib xizmat qildi. Keyinchalik, bu o'zgarishlar R.Marchni qarorlar va tashkilotlarning kirish bobida yozganidek (1988) firmaning xatti-harakatlar nazariyasi haqiqatan ham rag'batlantirilganmi degan savolga javob izlashga undadi (1963). Qaror qabul qilish jarayonlari bo'yicha keyingi tadqiqotlar regressiya emasmi (agar biz ilmiy taraqqiyot, xususan, soddalashtirishda ifodalangan degan fikrda bo'lsak)? Qaror qabul qilish bo'yicha tadqiqotlar haqiqatan ham ratsionallik cheklanganligini, nizolar yuzaga kelishini va qidiruv odatda sodda ekanligini tan olishga undaydi. Shu bilan birga, ular bizga dunyoda faqat oqilona harakat qiluvchi iqtisodiy subyektlar mavjud degan tushunchadan voz kechishga imkon berdi. Biz ko'rib chiqqan konsepsiya doirasida dunyoning turli mamlakatlari olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlar ham iqtisodiy, ham xulq-atvor nazariyalarining rivojlanishiga hissa qo'shdi. Ko'p jihatdan R. Cyert va J. Marchning dastlabki ishlari ushbu tadqiqotlar uchun standart yo'nalishni belgilab berdi. Cyert va March nazariyasi to'rtta farazga asoslanadi. Keling, ularni ko'rib chiqaylik.

1. Nizolarni kvazi-hal qilish. Tashkilot a'zolari o'z maqsadlariga ega bo'lgan koalitsiya bo'lib, ular asosan tashkilot maqsadlariga to'g'ri kelmaydi. Tashkilotning har bir a'zosi tomonidan afzal ko'rgan maqsadlar yoki alternatalarni amalga oshirish mumkin emasligi sababli, ko'proq yoki kamroq mustaqil maqsadlarning yetarli darajada muvofiqligi va izchilligiga erishish uchun nizolarni hal qilish mexanizmi kerak. Shuning uchun

tashkilotning maqsadlari bitimlar va o'rganish orqali erishiladigan kelishuv bitimidir. Axborot qaror qabul qilishda noaniqlikni kamaytirishga yordam beradi, lekin uni bartaraf etmaydi. Savol tug'iladi: maqsadlar, harakatlar va oqibatlar o'rtasidagi munosabatlarning noaniqligi sharoitida, aslida, qarorlar qanday qabul qilinishi mumkin? Bu muammo aslida qaror qabul qilishning hamma narsani qamrab oluvchi oqilona tizimi mavjudligini nazarda tutuvchi klassik nazariya tomonidan ko'rib chiqilmaydi. Cyert va March qarorlar qanday qabul qilinishini tushuntiradi. Ularning ta'kidlashicha, tashkilotlar har tomonlama oqilona emas, balki moslashuvchan. Tashkilot bir qator cheklovlarga moslashishi kerak – qaror qabul qilish jarayonida ishtirok etuvchi shaxslarning istiqbollari va manfaatlarining xilma-xilligi tufayli; tashqi muhitning noaniqligi axborotni to'plash va qayta ishlashdagi qiyinchiliklar.

Cyert va March nizolarni hal qilishning quyidagi vositalariga ishora qiladilar:

a) maqsadlarga erishishning istalgan darajasi. Mojaroni hal qilish yo'li biror narsani maksimal yoki minimallashtirishni talab qiladigan formulani qabul qilish o'rniga "maqsadlarga erishishning istalgan darajasini" belgilash bo'lishi mumkin. Maqsadlarning bu darajasi ishtirokchilarga nisbatan liberal talablarni qo'yadi, chunki u faqat maqsadlarni muvofiqlashtirishni o'z ichiga oladi va o'z maqsadlariga erishmoqchi bo'lganlar uchun muhim tashkiliy erkinlikni qoldiradi;

b) maqsadlarga izchil erishish. Maqsadli mojaro muammosini hal qilishning yana bir usuli;

c) mahalliy ratsionallik. Tashkilotning bo'linmalari faqat o'zlarining funksional maqsadlariga e'tibor qaratgan holda qarorlar qabul qilishlari kerak, shu bilan birga maqsadlarni tizimli ravishda optimallashtirishga urinishlar ham amalga oshirilmaydi.

2. Noaniqlikdan qochish istagi. Tashkilotlar xavf va noaniqlik bilan bog'liq qarorlar qabul qilishdan qochishga harakat qiladilar, faqat bevosita muammolarni hisobga oladilar va uzoq muddatli strategiyalarni ishlab chiqmaydilar. Bundan tashqari, ular tashqi muhit bilan kelishuvga erishishga intilishadi va shu bilan bunday kelishuv bo'lmaganda yuzaga keladigan noaniqlikdan qochishadi. Boshqacha qilib aytganda, ular "an'anaviy muhit" izlaydilar.

3. Muammolarni qidirish. Cyert va Martning ta'kidlashicha, potentsial muammolarni tizimli izlash allaqachon paydo bo'lgan muammolarga munosabat bildirish va keyin ularni hal qilish uchun alternatalarni izlash kabi keng tarqalgan emas. Topilgan muammolarni maqsadlarga javob beradigan alternatalarni ishlab chiqish orqali emas, balki mavjud alternatalarni amalga oshirish uchun maqsadlarning o'zlarini qayta ko'rib chiqish orqali hal qilish mumkin. Mutaxassis o'z bilimlarini qo'llash nuqtasini izlagani kabi firmalar muammoni izlashlari mumkin (garchi qidiruv "qiyshiq" bo'lishi mumkin, masalan, zaif tomonlar ko'pincha qarama-qarshi sohada topiladi). Ular soddalashtirilgan qoidalar va protseduralarni qo'llash orqali qidiruvni osonlashtirishga harakat qilishadi (masalan, an'anaviy yechimga yaqin joyda yangi yechim izlanadi, ammo "burilishlar" umuman yangi yechimlarni izlashni cheklashi mumkin).

4. Tashkiliy ta'lim. Tashkilotlar mavjud yoki shunga o'xshash tizimda tajriba to'plash natijasida "o'rganadilar". Ular yanada real maqsadlarga moslashishni, ijobiy tajribalarni aniqlashni va ulardan foyda olishni, agar u samarasiz bo'lsa, qidiruv tartibini o'zgartirishni o'rganadilar.

Cheklangan mantiqiylik va yagona mas'uliyatning yo'qligi, shuningdek, Cyert va March yirik koalitsiya tashkilotlariga xos bo'lgan tashkiliy sustlik deb atagan o'ziga xos hodisani keltirib chiqaradi. Bu koalitsiyaning ba'zi a'zolarini tashkilotda ushlab turish uchun zarur bo'lgan minimal miqdordan ko'proq maosh olishlarida namoyon bo'ladi, ya'ni maoshlar oshirib yuboriladi, menejerlar qo'shimcha imtiyozlar oladi; byurokratiya haqiqatda zarur bo'lganidan tezroq o'sib bormoqda va hokazo. Bu shuni anglatadiki, tashkilot foydani maksimal darajada oshira olmaydi, chunki ishlab chiqarish omillari ularning marjinal (marjinal daromad deb, ishlab chiqarish jarayonini kengaytirishda chegaralangan xizmatlarning bajarilishi va chegaralangan xarajatlar o'rtasidagi birlik farqqa aytiladi) mahsuldorligiga qarab to'lanmaydi. Ammo, boshqa tomondan, yaxshi paytlarda tashkilotlar tomonidan to'plangan "teri osti yog'i" ularga "qo'shimcha" to'lovlar va imtiyozlarni bekor qilish kompaniyaning qulashiga olib kelmagan qiyinchiliklar paytida omon qolishga imkon beradi.

Muayyan ma'noda xulosa qilish kerak emas va ayniqsa mos emas, chunki zamonaviy tashkilotlar bo'yicha keng qamrovli tadqiqotlar sur'ati tezlashmoqda. Ushbu qarashlarning izdoshi, xususan, eksperiment o'tkazgan V. Starbuck edi: o'z maqsadlariga intilayotgan uch kishi birgalikda natijalarga

erishish uchun hamkorlik qilishlari kerak edi. Eksperiment natijalari ikkita asosiy xulosaga olib keldi: birinchidan, odamlar o'zlari uzatadigan ma'lumotni o'zgartiradilar, muqobil guruh harakatlaridan kutgan mukofotni olishga intiladilar; ikkinchidan, eksperimental vaziyatda bu manipulyatsiyalar (Manipulyatsiya — bu o'z manfaati yo'lida boshqalardan foydalanish) guruh xatti-harakatlariga ta'sir qilmaydi. Bundan tashqari, "Firmaning xulq-atvor nazariyasi" ni yaratish bo'yicha umumiy loyiha doirasida W. Starbuck da'volar darajalari bo'yicha ish yozdi, bu G. Simon tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiyalarga asoslangan edi. Ushbu ishning natijalari nufuzli "Psychological Review" (Starbuck, 1963) jurnalida nashr etilgan bo'lib, L. Festingerning odamlar o'zlarining subyektiv foydalarini maksimal darajada oshirish uchun o'z da'volarini shakllantirishlari haqidagi g'oyalarini tanqid qilishga bag'ishlangan. Shu bilan birga, L. Festinger da'volar darajasini muvaffaqiyat yoki muvaffaqiyatsizlik hissi paydo bo'lishining boshlang'ich nuqtasi deb hisobladi: odamlarga da'volarning dastlabki darajasidan oshib ketishga imkon beradigan harakat odamlar tomonidan muvaffaqiyat deb baholanadi va muvaffaqiyatni ta'minlamaydi, ya'ni bu darajaga erishish – muvaffaqiyatsizlik sifatida baholanadi. W. Starbookning fikricha, foydani maksimallashtirish modeliga ko'ra, odamlar o'zlarining da'volar darajasini shunchalik past qilib qo'yishlari kerak ediki, har qanday natija ular tomonidan muvaffaqiyat deb talqin qilinishi mumkin edi. Shu bilan birga, V. Starbookning o'zi da'volar darajalari maqsad sari olg'a siljishga qarab o'zgaradi, deb ta'kidladi. U, shuningdek, odamlar o'zlarining xohish-istaklarini "haqiqatdan keyin" shakllantirayotganini ta'kidladi, shunda ularning xatti-harakati va afzalliklari doimiy o'zaro ta'sirda bo'ladi.

Xulq-atvor iqtisodiyotining asoschilaridan biri R.D. Lyuis, Jahon biznesida biznes madaniyati muallifi. R.D. Lyuis dunyodagi yetakchi tilshunos va madaniyatlararo tadqiqotchi hisoblanadi. U madaniyatni inson va u mansub bo'lgan jamiyatning xulq-atvoriga ta'sir etuvchi bir guruh odamlar tafakkurini jamoaviy dasturlash deb ataydi. Madaniyat millionlab onglarning mahsuli bo'lib, yuzlab avlodlar tomonidan filtrlanadi va doimiy qadriyatlar, e'tiqodlar va aloqa namunalari shaklida taqdim etiladi. Ushbu dasturlashning xususiyatlarini bilib, siz boshqa madaniyatlar vakillari bilan muvaffaqiyatli muloqot qilish imkonini beradigan aloqa modelini yaratishingiz mumkin.

Lyuis modeli ketma-ket harakatlarning besh bosqichini nazarda tutadi:

- 1) turli madaniyatlarning, shu jumladan o'z madaniyatlarining dasturlash xususiyatlarini o'rganish;
- 2) ko'rinadigan va haqiqiy xususiyatlarni farqlash (yolg'on stereotiplardan xalos bo'lish);
- 3) madaniyatni uch guruhga bo'lish va qaysi guruhlarga yaqinroq ekanligini aniqlash (o'zining madaniy profilini aniqlash);
- 4) muayyan madaniyatlarning turli vaziyatlarda qanday ishlashini tahlil qilish;
- 5) madaniyatlarni taqqoslash, ularning umumiy xususiyatlarini ajratib ko'rsatish va ular asosida o'zaro tushunishga (empatiya) erishish algoritmini qurish.

Lyuys, turli mamlakatlar vakillari o'rtasida madaniyatda tushunmovchilik va tafovutlar mavjudligiga qaramay, hal etilmaydigan millatlararo muammolar yo'qligiga ishonch hosil qiladi. Xuddi shu tushunchalardan foydalanib, turli mamlakatlar va madaniyatlar odamlari ko'pincha ularga turli xil ma'nolarni qo'yishadi.

Olim turli jamiyatlardagi odamlarning madaniy va milliy xususiyatlariga e'tibor qaratadi. Muallif boshqa madaniy hamjamiyatning odamlari "bizning takliflarimiz" ga qanday munosabatda bo'lishini "hisoblash" imkoniyatiga alohida qiziqish bildirmoqda. Uning so'zlariga ko'ra, "biz ma'lum darajada ularning bizga bo'lgan munosabatini bashorat qila olamiz".

G'arb madaniyatining boshqa vakillari kabi R.D. Lyuis turli madaniyatlarga ega bo'lgan odamlarning o'zaro munosabatlaridagi pragmatik effektga e'tibor qaratadi. Bu xalqaro biznesda xulq-atvor yondashuvini amalga oshirishning davomi bo'lib, u boshqa mualliflar, masalan, amerikalik olimlar J. Gibson, J. Donnelli Jr, J. Ivansevich asarlarida ham kuzatiladi. R.D. Lyuis nafaqat turli xalqlarning madaniy xususiyatlarini, balki ularning tafakkurining o'ziga xos xususiyatlarini, munosabatlarning xarakterini ham taqqoslaydi. U mono-, poli- va reaktiv ekinlarni ajratib ko'rsatib, ekinlarning tasnifini beradi. Lyuis Rossiyaning ko'p madaniyatli mamlakatlarga, masalan, Lotin Amerikasi mamlakatlariga ishora qiladi. Biroq, R.D. Lyuis nazariyasining ayrim qoidalari munozarali, xususan, boshqaruvga nisbatan rus tili asosan uchta uslub bilan tavsiflanadi, masalan, "majburlash – bo'ysunish – natijalarni o'ynash". V.A. Rozanova bunga e'tibor qaratdi. Uning ta'kidlashicha, Lyuis o'z ishida ruslar uchun mayda firibgarlik bilan ajralib

turadi degan fikrni ataylab takrorlaydi. Bunday bayonot yuz minglab ruslar uchun haqoratli, bu hodisa ko'proq ijtimoiy ko'rinishlarga tegishli, garchi bu haqida bahslashish mumkin. Rossiya haqidagi bob Lyuis tomonidan juda tartibsiz tarzda yozilgan. U rus faylasufi N. Berdyaevning rus xarakterining ijobiy va salbiy tomonlarini chuqur tahlil qilgan "Rossiya taqdiri" asarlarini o'qimaganligiga shubha yo'q. V. Rozanova, shuningdek, yozgan R.D. Lyuisning turli mamlakatlar xalqlari o'rtasidagi madaniy farqlar va ularni biznesda qo'llash imkoniyatlari to'g'risidagi kitobi rus olimlarining asarlaridan, xususan, V. Rozanova va M. Suxarevlarning "Xalqlar psixologiyasi" kitobidan sezilarli darajada past, ya'ni mazmuni va tahliliy jihatdan chuqurroqdir.

Fransuz iqtisodchisi, 1988 yilda Nobel mukofoti sovrindori M. Allais, G. Markowitz, D. Elsbeg va R. Strozning ishlari iqtisodiyotga xavf va noaniqlik sharoitida real hayotiy ma'lumotlar asosida individual xatti-harakatlarning standart modellarining yetarliligi to'g'risida shubha va noaniqlik keltirdi. Ushbu olimlar hal qilgan asosiy vazifa xavf va noaniqlik sharoitida tanlovning me'yoriy nazariyasining asosiy tamoyillari va aksiomalari qaror qabul qiluvchi tomonidan muntazam ravishda buzilganligini ko'rsatish edi. E'tibor bering, nazariy tahlilning asosiy elementlariga o'ziga xos hujum iqtisodchilarning o'z muhitidan kelib chiqqan va aniq rasmiy asoslar hamda xulosalar orqali ifodalangan, ularni e'tiborsiz qoldirib bo'lmaydi. Natijada, bu ishlar ustun g'oyalarni o'zgartirish va tadqiqotchilarning kutilgan va subyektiv foydalilik nazariyasini o'zgartirish orqali olingan natijalarni tushuntirishga qaratilgan sa'y-harakatlarini qayta yo'naltirish uchun turtki bo'ldi.

1950-yillardan beri Tanlov nazariyasi muammolarini hal qilishda iqtisodchilarga ko'p sonli psixologlar yordam berishdi, ular o'sha davrda tadqiqotning nisbatan yosh yo'nalishi – kognitiv psixologiya sohasida ishladilar. Ular orasida Amerika maktabi vakillari S.Lixtenshteyn, R.Lyuis, P.Slovits, B.Fishof, V.Eduards kabi nomlarni alohida ajratib ko'rsatish kerak. Isroil maktabining eksperimental usullarining kashshoflari A. Tverskiy va D. Kahneman, Polsha maktabi vakillari V.Gomulskiy, R.Ketlinskiy, Yu.Kozeletskiy va boshqalar. Iqtisodiyot nazariyasi uchun bevosita ushbu guruh olimlarining ilmiy hissasi shundan iboratki, muhim empirik ishlar amalga oshirilgan bo'lib, ularda tizimli tajribalar bilan bir qatorda, tirovanie (analitik tahlil) turli xil anomal holatlarning to'planishi. Uning ko'p qismi

xavfli alternativalar orasida stavkalar bilan oddiy tajribalar bilan cheklangan. Umuman olganda, hech kim bunday ta'sirchan va ilmiy ahamiyatga ega natijalarni olishni kutmagan edi. Biroq, kashf etilgan hodisalar va paradokslar ko'plab savollarni ochiq qoldirdi, xususan, uzoq vaqt davomida xavf va noaniqlik sharoitida tanlov nazariyasi bo'yicha iqtisodiy adabiyotlarda hukmronlik qilgan kutilgan foydalilik nazariyasining bashorat qilish qobiliyatiga oid.

Xulq-atvor yondashuvining rivojlanishiga tanlov nazariyasini aksiomatizatsiya qilish jarayoni ko'p jihatdan yordam berdi, bu nazariyaning dastlabki asoslarini va uning oqibatlarini aniq shakllantirishga imkon berdi.

D. Kahneman va V. Smit qarorlar qabul qilish va muqobil bozorlar mexanizmlari sohasidagi tadqiqotlari uchun 2002 yilda Nobel mukofoti laureatlari bo'lishdi. D. Kahneman va A. Tverskiyning istiqbol nazariyasi xulq-atvor iqtisodini kuchliroq dalillar asosiga qo'yadi. Bu nazariya shuni ko'rsatdiki, insonning haqiqiy qarorlarini qabul qilishda (normativdan farqli o'laroq) "yo'qotishlar daromaddan ko'ra sezgirroq". Bundan tashqari, odamlar shtatlarning foydaliligiga qaraganda ko'proq o'z shtatlarining foydaliligidagi "o'zgarishlar" ga ko'proq e'tibor berishadi va tegishli subyektiv ehtimolliklarni baholash har bir o'ziga xos "benchmark" ga nisbatan sezilarli darajada noxolisdir.

Isroilning "qaror qabul qilish" maktabi vakillari Kahneman va Tverskiyning klassik ishi 1979 yilda "Ekonometrika" jurnalida chop etilgan "Istiqbol nazariyasi: xavf ostida qaror qabul qilish tahlili" maqolasi hisoblanadi. Tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish masalalari bo'yicha mulohazalar zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda eng ko'p keltirilgan. Iqtisodiyot fanida istiqbol nazariyasi juda mashhur bo'lib chiqdi. Ko'p jihatdan, bu holat nazariy tahlilda yuqori darajadagi jarayonlarning natijasi bo'lgan odamlarning umuminsoniy fazilatlarini (yoki xohlasangiz, inson tabiatining xususiyatlarini) tavsiflovchi omillarni o'z ichiga olganligi bilan izohlanadi. Fiziologik tashkilotga qaraganda, odamlarga (bu holda iqtisodchilar) eng yaxshi, optimal xulq-atvor strategiyasini tanlash qobiliyati mavjud. Mualliflarning o'zlari ham, hamkasblarining ham so'zlariga ko'ra, istiqbollarning nazariyasi o'z-o'zidan paydo bo'lmagan. Kahneman va Tverskiy uzoq vaqt davomida (ba'zilar 30 yil davomida) mavjud bo'lgan va ko'rinadigan tadqiqotning birlamchi natijalarini mohirlik bilan umumlashtirdilar va buni iqtisodiy fan ehtiyojlari uchun talab qilinadigan

shaklda qildilar. Ular turli elementlarni birlashtirgan rasmiy modelni yaratishga muvaffaq bo'lishdi. D. Kahnemannning "Cheklangan ratsionallik xaritasi: psixologiyaning iqtisodiy xulq-atvor nazariyasiga qo'shgan hissasi" maqolasida xarakteristikalari qaror qabul qilishning psixologik xususiyatlari bilan belgilanadigan chegaralangan ratsionallik makonining xaritasi versiyasi yo'qotish xavfini va noto'g'ri qarorlar uchun afsuslanishni hisobga olgan holda taklif etiladi.

O'z inshosida muallif idrok qilish makonini tasvirlab beradi, asl nusxada mavjudlik o'lchovi, qarorlar va hukmlarning o'lchovliligi va boshqalar tushunchalarini qo'llaydi. Biroq, ingliz tilidan "foydalanish o'lchovi, yechimlar o'lchovi", "sezuvchanlik maydoni" deb tarjima qilinishi mumkin bo'lgan bu tushuncha aslida shkala sifatida talqin qilinadi, chunki D.Kahneman o'z taqdimotida faqat bitta o'lchovni belgilaydi: "Birida bu fazoda yo'nalish beradi vektor oxirida, biz idrok va intuitiv tizimining turli xususiyatlariga ega operatsiyalarni topamiz, ya'ni ular tez, avtomatik va harakatsiz amalga oshiriladi. Ikkinchi tomonda odamlar o'zlari xohlaganicha bajaradigan sekin, ketma-ket, aql-idrok talab qiladigan operatsiyalar mavjud. Sezuvchanlik dixotomiya(ajralish) emas, davomiylikdir va ba'zi bir intellekt talab qiladigan operatsiyalar boshqalarga qaraganda ko'proq harakat talab qiladi. Nobel mukofoti laureatining so'zlariga ko'ra, aynan shu qobiliyatlar "sezuvchanlik maydoni" miqyosini belgilaydi. Ushbu konseptual taqdimot ikki tizimli yondashuvni rasmiylashtirishga, shuningdek, "Yakuniy mulohazalar" da keltirilgan savollarga javob izlashga yordam beradi, ularning javoblari "ko'pincha odamlarning ko'pchiligiga xos bo'lgan harakat yo'li to'g'risida mulohazalarni bildiradi".

"Qaror va hukmlar" makonida D.Kanneman ontologik jihatga ta'sir qilmasdan, uning kognitiv jihatini ko'rib chiqadi. Uning misollari vaziyatlarning o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilmaydi. Biroq, iqtisodiy tahlil shartlarini aniqlash uchun aynan mana shu – ontologik jihat alohida ahamiyatga ega. Haqiqatan ham, klassik nazariya ratsional tanlash aksiomalarini qabul qilishni nazarda tutishi bilan bir qatorda (ularning bajarilmasligi aksariyat real holatlarda D.Kahneman va uning hamkasblari tajribalarida isbotlangan) qarorni ko'rib chiqishni cheklaydi. Bozor kelishuvi vaziyati shartlariga, ma'lum turdagi tovarlarni bozor ayirboshlashda qatnashishni anglatadi. Rivojlanayotgan iqtisodiy nazariya barcha yangi binolarni hisobga oladi. Iqtisodiy hodisalar sohasida D.Kanneman va

A.Tverskiy izchillik "bastion(qo'rg'on)lari"ni yo'q qilib, istiqbollar nazariyasi orqali psixologiya yo'nalishida samaradorlik "ko'prigi"ni qurdilar. "Ma'lumot nuqtasi" "kattalar psixologiyasi" makonida joylashgan bo'lib, ular ilgari iqtisodchilar tark etmaslikka harakat qilgan oqilona qarorlarning aniq belgilangan sohasida ishlaydi. Biroq, amaliyot tadqiqotchilarni Nobel ma'ruzasida muhokama qilingan "ratsionallik ramkalari" aniq ajralib turmaguncha, tobora ko'proq qat'iyat bilan ushbu soha chegaralariga olib keldi. D.Kahneman va A.Tverskiy noaniqlik sharoitida insonning qaror qabul qilish mexanizmlarini o'z tadqiqot obyekttiga aylantirib, normativ nazariya va model ko'pincha haqiqatdan ajralib turishini yana bir bor ko'rsatadi.

Chakana savdo tashkiloti misolida ko'rib chiqaylik, bunda institutsional rol yo'qoladi, psixologik qaror qabul qilish omillari ishlay boshlaydi, iste'molchilarning xatti-harakatlarini manipulyatsiya(aldash) qilish uchun ishlatiladi.

Kahneman va Tverskiy asarlarining zaruriy sharti G.Simon tomonidan taklif qilingan chegaralangan ratsionallik konsepsiyasi bo'lib, u iqtisodiy agentlar tomonidan maqsad va vazifalarni izchil amalga oshirish, maqsadlarni aniqlash va uzoq muddatli oqibatlarni bashorat qilish qobiliyatining cheklanganligi haqidagi tushunchani kiritadi. Ularning qarorlari, bu ularning aqliy qobiliyatlari va ularni o'rab turgan muhitning murakkabligi bilan bog'liq.

Supermarketga xarid qilgan odam o'zini ko'plab peshtaxtalar va javonlardan iborat butun bir labirint ichida topadi. Supermarketdagi mahsulotlar odatda bo'limlarga bo'linib, assortimentda taqdim etilganligi sababli, bir turdagi tovarlardan boshqasiga o'tish uchun ba'zan sezilarli masofani bosib o'tish kerak bo'ladi, bu vaqt davomida e'tibor yangi tovarlarga qaratiladi, qaysiki siz sotib olishingiz mumkin. Bu xaridorning asl niyatlarining bir qismi emas edi. Supermarketni labirint ko'rinishida qurish yangi tovarlarni sotib olish qarorini belgilaydigan "ramka effekti" ni mukammal aks ettiradi. Supermarketning tashkil etilishi tovarlarni sotib olish muammosi uchun yangi shart-sharoitlarni yaratadi.

Ko'pgina supermarketlar kredit va debet kartalari bilan xarid qilishni qo'llab-quvvatlaydi. Bu fakt xaridorlar tomonidan xaridorning o'ziga nisbatan savdo qadami sifatida qabul qilinadi, ya'ni minnatdorchilik bilan; bundan tashqari, bunday kartalarning mavjudligi va ulardan foydalanish qulayligi ulardan foydalanish chastotasini oshiradi. Darhaqiqat, kartalar yordamida

tovarlar uchun to'lov amalga oshirilganda, odamning qimmat, jumladan, keraksiz xaridlarni amalga oshirishga moyilligi ortadi. Gap shundaki, kartalar bilan ishlaganda odam haqiqiy "qog'oz" yoki tanga bermaydi, balki elektron pul bilan to'laydi, pul hissi yo'qoladi. Bu "real bo'lmagan optimizm" (Irvin effekti) paydo bo'lishi va "haqiqiy boylik" ni baholashning mumkin emasligi bilan birga keladi.

Raflarda taqdim etilgan tovarlarning ko'plab atributlari biz tomondan intuitiv va ongsiz ravishda qabul qilinadi. Shunday qilib, kontekstning ta'siri va "mavjudlik effekti" dan foydalanish tovarlarning xaridorlarning ko'zlari darajasida joylashishi misolida ko'rsatilgan. Tovarlarini tartibli joylashtirishda eng qimmat tovarlarni ko'z darajasida joylashtirish tavsiya etilishi mumkin. Yuqorida aytib o'tilgan ta'sirlarni kuchaytirishga tovarlar bilan javonlarni moyil joylashtirish orqali erishiladi. Biror kishi eqimli tokchadan mahsulotni olishi bilan uning orqasida turgan mahsulot tokchani chetiga tushadi. Shunday qilib, yangi mahsulot ham inson e'tibor sohasiga tushadi. Bundan tashqari, birinchi mahsulotni asl joyiga qo'yish qiyinlashadi, uni sotib olish ehtimoli ko'proq.

Tupperware kompaniyasi o'zining doimiy va kamdan-kam mijozlari hamda potentsial xaridorlari uchun maxsus ziyofatlar tashkil qilishda bir qator psixologik effektlardan foydalanadi. Shunday qilib, bizda chuqur ildiz otgan "Oling, faqat evaziga biror narsa bering" (o'zaro almashish qoidasi) stereotipi xaridorlarga biron bir namuna yoki kichik suvenirni "sovg'a sifatida" taklif qilganda ishlaydi. Aslida, buni "mutlaqo bepul sovg'a" deb atash mumkin, chunki u odamni ushbu kompaniyadan tovarlarni keyinchalik sotib olishga undaydi. Tupperware-da kechki payt mehmonlar sovg'alar – esdalik sovg'alarini olishadi, ularni o'zlari sumkadan chiqarib olishadi (vaziyatni "nazorat qilish illyuziyasi"). Keyinchalik, jozibali tabassumli "kechqurun styuardessasi", jonli suhbatlashib, mehmonlarga kechqurun namoyish etilgan tovarlarni diqqat bilan ko'rib chiqishni taklif qiladi (foydalanishning ta'siri). Sizni maqtagan jismonan jozibali "styuardessa" bilan aloqa qilish ijobiy his-tuyg'ularni va barqaror "menga yoqadi" hissini keltirib chiqaradi. "Tupperware" tovarlari bilan bog'langan holda "styuardessa" va sovg'alarni "langar" bilan mahkamlash kelajakda ularni sotib olish va "Tupperware" brendini bozorda ommalashtirishga yordam beradi.

Buyerda ko'rsatilgan misollar chakana qaror qabul qilish sharoitida psixologik omillarning rolini aniq aks ettiradi. Psixologik omillar ta'sirini

tahlil qilish zarurati to'g'risidagi qoidani qabul qilish bilan iqtisodiy institutlarning rolini hisobga olish kerak. Belgilangan me'yorlar va qoidalar ko'pincha buziladi, buning uchun sanksiyalar har doim ham ta'minlanmaydi va iqtisodiy subyektlarning munosabatlarini tartibga solish sohasidagi noaniqlikning kuchayishi maxsus usullardan foydalangan holda tekislanadi. Chakana savdo misolidan foydalanib, bozorda taqdim etilgan muqobil tovarlar – tovarlarni tanlash holatida bo'lgan "mantiqsiz harakat" iste'molchi qanday qilib manipulyatsiya qilinganligi aniq.

Shaxsning cheklangan mantiqiyliги, qaror qabul qilish vaziyatini sinchkovlik bilan o'ylab ko'rishning iloji bo'lmaganda yoki xohlamasa, intuitiv qaror qabul qilish xaridorni maksimal miqdordagi xaridlarni amalga oshirishga undash uchun ishlatiladi. Ingliz faylasufi A.N. Whitehead, zamonaviy hayotning o'ziga xos xususiyati – biz ular haqida o'ylamasdan amalga oshiradigan operatsiyalar sonini ko'paytirish orqali sivilizatsiya rivojlanishidir deb ta'kidlaydi. Individual xulq-atvorning ushbu modelining mashhurligining sababi uning haqiqiy ma'lumotlar bo'yicha muvaffaqiyatli va samarali empirik sinovlarida yotadi. Istiqbollar nazariyasi yordamida K.Kamererning "Haqiqiy hayotda istiqbol nazariyasi: daladan foydalanish tajribasi" asarida tahlil qilingan xo'jalik yurituvchi subyektlarning har xil turdagi anomal xatti-harakatlarini mantiqiy tushuntirish mumkin bo'ldi. Kamerer tomonidan umumlashtirilgan tadqiqotlar turli mamlakatlarda o'tkazildi, shuning uchun turli xalqlar vakillari o'rtasida xavf va noaniqlik bilan bog'liq hodisalarni idrok etishda sezilarli farqlar mavjudligini aytish, shubhasiz, oqilona va asosli ko'rinmaydi. Ushbu muallifning so'zlariga ko'ra, uning ishi "tabiiy ravishda kuzatilgan ma'lumotlar asosida aniqlangan o'nta naqshni tasvirlaydi, ular kutilayotgan foydalilik nazariyasi uchun anomaldir, ammo barchasini istiqbollar nazariyasining uchta oddiy komponenti – yo'qotishdan qochish prinsipi yordamida tushuntirish mumkin, aks ettirish effekti va chiziqli bo'lmagan ehtimollikni baholash – odamlar yechimlarni ... bu yechimlarni guruhlash mumkin bo'lgan boshqa muammolardan ajratib turadi degan taxmin bilan bir qatorda. Kuzatilgan hodisalar iqtisodiy faoliyatning turli sohalariga (moliyaviy bozorlar, sug'urta, iste'molchilarning xatti-harakatlari kabi) tegishli bo'lganligi va shu bilan ularni tushuntirish uchun xulq-atvor iqtisodiyoti tarafdorlari tomonidan taklif qilingan modellarning universal xususiyatini ko'rsatishi katta qiziqish uyg'otadi.

Biz ulardan ba'zilarini sanab o'tamiz va qisqacha ta'riflaymiz. Qimmatli qog'ozlar mukofoti jumbog'i davlat obligatsiyalari yoki risksiz aktivlarga nisbatan aktsiyalarga investitsiya qilingan pulning juda yuqori daromadlilikini anglatadi. "Dispozitsiya effekti" jismoniy shaxslarning yo'qotilgan aktsiyalarni juda uzoq vaqt ushlab turishi bilan bog'liq, ya'ni qiymati tushib borayotgan qimmatli qog'ozlar, shu bilan birga qiymati juda tez o'sib borayotgan aktsiyalarni sotish. "Asimmetrik narx egiluvchanligi" hodisasi xaridlar hajmi uning ekvivalent pasayishiga nisbatan narxning oshishiga nisbatan sezgir bo'lganda yuzaga keladi. Bir martalik daromad haqida yomon xabarlariga chidamlilik, o'z daromadlari haqida noqulay ma'lumot olgandan keyin iste'mol darajasini pasaytirmaydigan iste'molchilarga xosdir. Mumkin bo'lgan yo'qotishlar va foydalarni ortiqcha baholash xo'jalik subyektlari tomonidan nomaqbul oqibatlariga qarshi ortiqcha baholangan sug'urta polislarini, shuningdek lotereya chiptalarini sotib olishga olib keladi, shu bilan birga yutuqning kutilayotgan foydasi odatda chiptaning o'z narxidan past bo'ladi(masalan, yutuq(150)-chipta narxi(100)=kutilayotgan foyda(50)).

1.6. Yu.Kozeleskiyning transgressiya nazariyasi

Xulq-atvor nazariyasining kelib chiqishi orasida biz polshalik iqtisodchilar, xususan, Yu.Kozeletskiyning ishlarini qayd etamiz. U transgressiya nazariyasini ishlab chiqdi. Olimning ijodkorlik va halokat tabiati haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir. U, shuningdek, insonning o'zining oldingi yutuqlari va natijalarini doimiy ravishda yengib o'tishga bo'lgan ajralmas istagi, o'zida mavjud bo'lgan narsadan tashqariga chiqish istagi borligidan kelib chiqadi, buni u qonunbuzarlik deb ataydi. Aynan qonunbuzarliklar, olg'a intilish tufayli odamlar o'z dunyosini kengaytiradi, yangi moddiy va ma'naviy qadriyatlarni yaratadi, fan, texnika va san'atni rivojlantiradi. Qonunbuzarlik turlaridan biri bu ijodkorlikdir. Transgressiya yangi shakllarning paydo bo'lishi uchun imkoniyatlar yaratadi, inson bilimlari chegaralarini kengaytiradi, shaxs erkinligini kengaytiradi. Biroq, konstruktiv, ijodiy huquqbuzarlik bilan bir qatorda, «odam madaniyat me'yorlariga mos keladigan avvalgi shakllarning yo'q qilinishiga olib keladigan buzg'unchi harakatlarni amalga oshiradi... Shaxs o'zboshimchalik qilishga qaratilgan harakatlardan foydalanadi, ko'pincha mutlaq, sadistik kuchga ega bo'lishga intiladi. Insoniyat jamiyatiga qarshi qaratilgan ekstremistik mafkuralarni

targ'ib qiladi, nihoyat, o'z joniga qasd qilishga o'xshash buzg'unchi harakatlarni amalga oshiradi. Shunday qilib, transgressiya, Yu.Kozeletskiyning fikricha, ijodiy (an'anaviy tarzda ijodkorlik deb ataladi) va buzg'unchi faoliyatni o'zida birlashtirgan tushunchadir. Tadqiqotchi nuqtai nazaridan, odamning transgressiv faoliyati uning viloyat motivatsiyasining mavjudligi bilan izohlanadi.

Shuni ta'kidlash kerakki, Yu.Kozeletskiy tomonidan kiritilgan "gubristik" atamasi qadimgi yunoncha g'ururdan – "manmanlik", "mag'rurlik", "o'zini hurmat qilish", "shon-sharafga intilish" dan kelib chiqqan. Qadimgi yunon falsafasi va adabiyotida bu atama dastlab cheksiz takabburlik va xudoning g'azabini qo'zg'atuvchi ustunlik istagini bildirgan. Endi u o'zining kamsituvchi ma'nosini yo'qotdi va shaxsning oddiy harakatlantiruvchi kuchlarini tasvirlash uchun ishlatila boshlandi. Yu.Kozeletskiy yozadiki, g'urur so'zining o'zi insoniyat madaniyati yetuklashgan sari o'z ma'nosini kengaytirdi. Muallif gubristik motivatsiyani insonning o'zini o'zi qadrlashini (o'zini-o'zi ahamiyatini) mustahkamlash va oshirishga bo'lgan doimiy istagi deb ataydi. Gubristik motivatsiya jamiyatda shaxsda shakllanadi. P.Kusi ta'kidlaganidek, odamlar doimo o'zini-o'zi tasdiqlash va raqobatga intilishadi, chunki har qanday shaxs nafaqat o'zida singdirilgan genetik ma'lumotlarga ko'ra, balki madaniy merosiga ko'ra ham noyob individuallikdir, shuning uchun ham inson doimo o'zini boshqa odamlar bilan taqqoslaydi va hokimiyatga ega bo'lishga intiladi. Har qanday insonning o'ziga xosligi uni tinimsiz raqobat va hayotdagi o'z o'rnini uchun kurashga mahkum etadi.

Demak, insonda "ijodiy kuch", "buzg'unchilik istagi" mavjud bo'lib, ular uning erkinligini kengaytiradi, unga atrofdagi dunyoga ta'sir qilish, uni o'zgartirish va o'zini amalga oshirish – chuqur shaxsiy ehtiyojni qondirish imkonini beradi. Bunga konstruktiv va buzg'unchi harakatlar orqali erishish mumkin. Huquqbuzarlikning eng chuqur sabablaridan biri (ham buzg'unchi, ham konstruktiv) insonning tabiatdan va butun dunyodan begonalashishidir. Bunday intilishlarni qondirish yoki "o'z qadr-qimmatini tasdiqlash" zavq bag'ishlaydi va g'ururga sabab bo'ladi. Bu individual xavfsizlik hissi ortishi, shaxsning o'ziga xosligini saqlashda ifodalanadi va dunyoga yanada optimistik qarashga imkon beradi, hayotga mazmun bag'ishlaydi. Yu.Kozeletskiy viloyat motivatsiyasi yoki provinsiya manfaatlarining psixologik, antropologik va biologik ahamiyatini ta'kidlaydi (u bu ikki

tushunchani almashtiradi). Biroq, har qanday psixologik hodisa singari, gubristik motivatsiya ham ikki tomonlama xususiyatga ega. Viloyat motivatsiyasining ikki shakli mavjud. Har bir insonning gubristik motivlari bor, lekin agar ba'zilar idealga intilish bilan ajralib tursa va bunday odamlar o'z hayotlarini mukammallik sari doimiy harakatsiz tasavvur qila olmasalar, boshqalari doimo atrofga qarashni, o'zlarini boshqalar bilan solishtirishni va o'z egoistligini oshirish uchun hamma narsani qilishni afzal ko'radilar.

“Ustozlik – pastlik” uzluksizligida inson o'zini boshqalardan ustun qo'yib, o'z qadrini oshirishga intiladi. Bunday holda, inson "boshqalardan yaxshiroq bo'lishga" yoki "boshqalarga teng bo'lishga" intiladi. Boshqalar bilan solishtirganda uning mavqei qanchalik yaxshi bo'lsa, uning viloyat intilishlari shunchalik to'liq qondiriladi. Bunday viloyat motivlari ustunlikka intilish deb ataladi.

Yu.Kozeletskiy kamolotga intilish deb ataladigan viloyat motivatsiyasining ikkinchi shakli boshqa tuzilishga ega. Inson o'z yutuqlarini doimiy ravishda takomillashtirish, mukammallik darajasini oshirish, mahoratga intilish orqali o'z qadr-qimmatini mustahkamlaydi. Bu jarayonda ijtimoiy taqqoslash ko'lemi muhim emas – shaxs tomonidan yaratilgan va o'z-o'zini hurmat qilishiga ta'sir qiluvchi mukammallik standartlari yetakchi rol o'ynaydi.

Agar maktabda siz uchun muvaffaqiyatning asosiy belgisi stol ustidagi jurnalda qo'shningizdan ko'ra ko'proq beshlik bo'lgan bo'lsa, jismoniy tarbiya darslarida har qanday holatda ham boshqalarga qaraganda yuz metr tezroq yugurishingiz kerak bo'lsa va hozir siz sizning barcha sobiq sinfdoshlaringiz uzoq vaqtdan beri butun Evropa bo'ylab sayohat qilgan va sizning hali ham pasportingiz yo'q, degan fikr sizni hayratda qoldiradi, ehtimol siz mukammallikka intilasiz. Albatta, odamni tabriklash mumkin, agar karerizm, raqobat va xodimlarning boshiga sakrash uning ustunligi bo'lmasa va u o'zi yoqtirgan ish bilan shug'ullanayotganidan juda mamnun bo'lsa ham, unchalik foydali bo'lmasa ham va hamma xohlagan martaba o'sishiga olib kelmasa. lekin u bu borada ulkan natijalarga erishdi, uni mukammal idrok etdi, mahoratga erishdi. Hayotda u uchun asosiy narsa mukammallikka intilishdir, shunchaki idealni izlashda o'z imkoniyatlaringizni oshirib yuboring.

Bundan tashqari, Yu.Kozeletskiy qaror qabul qilishning psixologik yondashuvlarini aniqlab berdi. U qaror qabul qilish jarayonida to'rt bosqichni aniqladi, masalan:

- topshiriqning subyektiv g'oyasini yaratish;
- muqobil qarorlar qabul qilish oqibatlarini baholash;
- muqobil qarorlar qabul qilishda samaradorlikni belgilovchi shart-sharoitlarni prognozlash;
- barcha ko'rib chiqilgan muqobil variantlarni tanlash asosida qaror qabul qilish.

Yu.Kozeletskiyga ko'ra aqliy qaror qabul qilish tartibining imkoniyatini nazarda tutsak, qaror qabul qilish nazariyasining alohida bosqichlarini amalga oshirishning psixologik xususiyatlarini tahlil qilaylik.

Yechish kerak bo'lgan vazifa to'g'risida subyektiv g'oyani shakllantirish, agar vazifa ushbu mavzuga tegishli bo'lsa, amalga oshirilishi mumkin. Muammoni hal qilish uning manfaatlari, vazifalari, ambitsiyalari va boshqalar doirasida bo'lishi kerak. Shu bilan birga, subyektiv vazifani qabul qilishi mumkin, agar uning yechimi, uning fikriga ko'ra, kamida o'z-o'zini bajarishga, o'zini o'zi yaxshilashga yoki har qanday darajadagi (fiziologik, xavfsizlik, bog'liqlikdan tortib o'zini-o'zi amalga oshirishgacha) ehtiyojlarni qondirishga yordam berishi mumkin.

Shaxsiy ehtiyojlar darajasi ko'p jihatdan intellektning rivojlanish darajasiga bog'liq. Shu bilan birga, subyektiv intellekti unga vazifani obyektiv ("hushyor") baholashga imkon beradi.

Vazifani qabul qilish subyektiv faoliyat, muloqot va bilish motivlari tizimi bilan bevosita bog'liqdir.

Qaror qabul qilgandan so'ng, subyektiv muqobil usullarni, muammoni hal qilish yo'llarini saralashni (baholashni) boshlaydi. Qaror qabul qilishning ushbu bosqichida subyektiv analitik aqli juda muhimdir.

Qaror qabul qilish, qoida tariqasida, muayyan faoliyatda natijaga, muvaffaqiyatga erishishga qaratilgan. Har qanday faoliyat sohasidagi muvaffaqiyat nafaqat qobiliyat, ko'nikma, bilimga, balki muvaffaqiyat motivatsiyasiga ham bog'liq. Yutuq motivatsiyasi yuqori bo'lgan odam o'z maqsadlariga erishish uchun ko'p mehnat qiladi.

Faoliyat va qaror qabul qilishda motivatsiya darajasi quyidagilar bilan belgilanadi:

- muvaffaqiyatga erishishning ahamiyati;

- muvaffaqiyatga umid qilish;
- muvaffaqiyatga erishish ehtimolini subyektiv baholash, muvaffaqiyatning subyektiv standartlari.

Muvaffaqiyatga erishish uchun motivatsiyaga ega bo'lgan mavzu muammoning eng yaxshi yechimini topishga harakat qiladi, muammoni hal qilishda muvaffaqiyatga olib kelishi mumkin bo'lgan juda murakkab va juda oson usullarni rad etadi. Muvaffaqiyat motivatsiyasi o'zini o'zi boshqarish subyektivi va kasbiy qarorlar qabul qilish uchun mas'ul bo'lgan shaxs sifatida shaxsga xos bo'lgan afzalliklar va cheklovlarni belgilaydi.

Muvaffaqiyat uchun kuchli motivatsiyaga ega bo'lgan subyektlar quyidagilar bilan ajralib turadi:

- yuqori natijalarga (muvaffaqiyatga) erishish istagi;
- hamma narsani iloji boricha yaxshiroq qilish istagi;
- murakkab vazifalarni tanlash va ularni bajarish istagi;
- malakasini oshirish istagi.

Muvaffaqiyatsizlikka yo'l qo'ymaslik uchun motivatsiyaga ega bo'lgan subyektlar muvaffaqiyatga erishish uchun eng oson yo'lni tanlaydilar. Ularning subyektiv "akme" (Muvaffaqiyatli odamlarning yaxshi odatlari) darajasi ancha past. Muqobil yechimlarning oqibatlarini baholash bilim, ko'nikma va malakalarga asoslangan intellektual faoliyat jarayonida yuzaga kelishi shart emas. Muammoni hal qilish yo'lini tanlash subyekttning hissiy holati, obro'li, hurmatli odamning ta'siri ostida, eyforiya (qabul qilaman) holatida, o'z imkoniyatlari va vaziyatni hisobga olmasdan rag'batlantirilishi mumkin. "Imkoniyat" ("balki") kutilgan saylovlar shunday. Muvaffaqiyatga erishish yoki muvaffaqiyatsizlikka yo'l qo'ymaslik motivlari shaxsiy o'zgaruvchilar bo'lib, o'z-o'zini hurmat qilish, orientatsiya, qiymat yo'nalishlari, da'volar va boshqalar kabi asosiy shaxsiy xususiyatlar bilan belgilanadi.

Har bir qaror qabul qiluvchi qabul qilingan qarorlarning bajarilishi muvaffaqiyatsizlikka olib kelishi mumkinligiga tayyor bo'lishi kerak. Muvaffaqiyatsizlik, qoida tariqasida, shaxsiy omillar ta'sirining natijasidir: motivatsiyaning past darajasi, malakaning yetishmasligi, shuningdek obyektiv sharoitlarni – moddiy, ijtimoiy va psixologik haqiqatni e'tiborsiz qoldirish. Muvaffaqiyatsizlik sababi qaror qabul qilishda asossiz optimizm, o'z imkoniyatlarini ortiqcha baholash bo'lishi mumkin. Qabul qilingan qarorni amalga oshirishda muvaffaqiyatga erishish, ko'pchilik odamlarning

tezkor muvaffaqiyatga e'tibor qaratishlari bilan to'sqinlik qiladi. Uzoq muddatli motivatsiya, faoliyat jarayoniga ishtiyoq kerak. Muvaffaqiyatsizlikka konstruktiv munosabat motivatsiyani oshiradi. Inson o'z muvaffaqiyatsizliklarini anglab, maqsadga erishish uchun kuch va vaqt sarfini oshiradi. Unga konstruktiv munosabatda bo'lgan muvaffaqiyatsizlik xarakterni pasaytiradi, qat'iyatlilik va motivatsiya darajasini oshiradi. Muvaffaqiyatsizliklarga halokatli reaksiya o'z-o'zini hurmat qilishning pasayishiga, pastlik kompleksining shakllanishiga, yordamsizlikka, faoliyatning tartibsizligiga va harakat qilishdan bosh tortishga olib kelishi mumkin.

Shaxs tomonidan qabul qilingan qarorning sifati uning da'volari darajasiga bog'liq. Haqiqiy da'vo darajasi yuqori bo'lgan shaxs qaror qabul qilishda o'z harakatlarining qiymatiga ishonadi. Uning qaror qabul qilish barqaror hayot rejalari mavjudligi, o'z-o'zini tasdiqlash istagi, mas'uliyat va o'z harakatlari bilan muvaffaqiyatsizliklarni tuzatishga tayyorlik bilan bog'liq.

Haqiqiy bo'lmagan da'vo darajasiga ega bo'lgan shaxs boshqalarga nisbatan talablarning ortishi va o'z muvaffaqiyatsizliklarida boshqalarni ayblashga tayyorligi, bolalarcha ta'sirchanligi va boshqalarning qarorlariga bo'ysunmaslik bilan tavsiflanadi. Bunday shaxsiy fazilatlar uning qarorlarining past sifati va haqiqiy emasligini belgilaydi. O'rtacha darajadagi ambitsiya (muayyan intilish va intilishlarning mavjudligi shaxsning rivojlanishiga qanday ta'sir qilishini nazarda tutadi) – bu shaxsning real, ambitsiyasiz qarorlar qabul qilish sharti. Bunday da'vo darajasiga ega bo'lgan odamlar o'zlariga ishonadilar, muvaffaqiyatga erishadilar va o'z sa'y-harakatlarini erishgan narsalarining qiymati bilan o'lchaydilar.

Da'vo darajasi past bo'lgan odamlar jiddiy qarorlar qabul qila olmaydilar, boshqalarga bo'ysunishga moyil, ko'pincha nochor, o'zlarining past imkoniyatlarini bilishadi, hayotlari istiqbollari haqida aniq tasavvurga ega emaslar.

Qaror qabul qilish muammosi har doim xavf muammosi bilan bog'liq, chunki qarorni amalga oshirish, qoida tariqasida, ma'lum darajada noaniqlik sharoitida sodir bo'ladi. Noaniqliklar vaziyat va dispozitsion (shaxsiy) omillarning harakat va o'zaro ta'siri natijalarini to'g'ri bashorat qilishning mumkin emasligi tufayli yuzaga keladi. Qabul qilingan qarorlarni amalga oshirish samaradorligiga erishishning ehtimollik xususiyatini kognitiv

psixologiya vakillari A.Tverskiy va D.Kannemannning “istiqbollar nazariyasi”ga tayanib izohlash mumkin. Ushbu nazariya hodisalarning yuzaga kelishining subyektiv ehtimolini, shuningdek, ularning subyektiv qiymatini ta’minlaydigan oldindan belgilangan ehtimollik bilan muqobil variantlardan qarorlarni tanlashni psixologik tartibga solish jarayonlarini tahlil qilishni ko’rib chiqishga imkon beradi. Qaror qabul qilishning oqibatlari salbiy bo’lishi mumkin. Bunday holda, qabul qilingan qarorga munosabat L. Festingerning kognitiv dissonans nazariyasiga muvofiq belgilanishi mumkin:

- qarorni o’zgartirish yoki bekor qilish;
- mavjud yechim muqobillarining jozibadorligini o’zgartirish;
- muqobillarning bir-biriga o’xshash kognitiv elementlarini aniqlash, ular yangi kontekstda joylashtirilganda bir xil natijaga olib kelishi mumkinligini ta’minlash.

Turli omillarning ta’sirini hisobga olgan holda, har qanday, hatto ehtiyotkorlik bilan muvozanatli qarorni amalga oshirish har doim ma’lum bir xavf bilan bog’liq. Qaror qabul qiluvchining intellektual salohiyati xavf darajasini pasaytirishi mumkin, lekin uni bartaraf eta olmaydi. Shu munosabat bilan, qarorni amalga oshirish tartibi tadbirlarni muqobil yo’nalishlarda rivojlantirish imkoniyatini ta’minlashi kerak. Inson hayotidagi faoliyatning namoyon bo’lishi uchun qaror qabul qilishning yetakchi, rag’batlantiruvchi boshlanishidan biri bu uning qadriyat yo’nalishlaridan kelib chiqqan ehtiyojlaridir. Ta’limga innovatsiyalarni joriy etishda qarorlar qabul qilish xususiyatlarini aniqlash uchun o’qituvchilarning yetakchi qiymat yo’nalishlarini aniqlash uchun so’rov natijalarini tahlil qilish kerak. Qadriyat yo’nalishlarini aniqlaydigan Edvards shaxsiy imtiyozlar jadvali so’rovnomasidan foydalangan holda o’qituvchilarning motivatsion tendentsiyalari bo’yicha so’rov ma’lumotlari T.V. Kornilova (2003). O’qituvchilar uchun eng maqbul bo’lganlar vasiylik (1-o’rin), muvaffaqiyat va avtonomiya (2-3), maqsadga erishishda qat’iyatlilik (4) motivatsion tendentsiyalari ekanligi aniqlandi. Ushbu tendentsiyalar bo’yicha ko’rsatkichlarning o’rtacha qiymatlaridagi farq taxminan 1 ballni tashkil qiladi (maksimal qiymati 20 ball bilan 17,5 dan 16,5 gacha). Ko’rsatkichlarning eng past qiymatlari qabul qiluvchi organlarning qiymati (15), namoyishkorlik (16) bo’yicha bo’ldi. Bunday ko’rsatkichlarga muvofiq, universitetning o’quv jarayoniga innovatsion texnologiyalarni joriy etish to’g’risida qaror qabul qilishda talabalarga o’quv va tadqiqot muammosini hal

qilish yo'llari va vositalarini topishda yordam beradigan shart-sharoitlarni ta'minlaydiganlarga e'tibor qaratish lozim, yani ularning yutuq va mustaqillik motivatsiyasini rivojlantirish, maqsadga erishish uchun faol faollikni rag'batlantirish. Hokimiyatni rad etish tendentsiyasining rivojlanishi tanqidiy fikrlash ko'rsatkichi sifatida baholanishi kerak, bu boshqa mualliflar tomonidan taklif qilingan innovatsion ta'lim texnologiyalarini qabul qilish yoki rad etish to'g'risida qaror tanlashda juda muhimdir.

Ta'lim jarayoniga innovatsiyalarni joriy etish to'g'risida qaror qabul qilishda o'qituvchi talabalar va o'qituvchining o'zi faoliyati natijalariga ta'sir ko'rsatishga qodir bo'lgan barcha omillarni har tomonlama tahlil qilishi kerak. Didaktik (ta'lim beruvchi) va moddiy omillarga qo'shimcha ravishda, birinchi navbatda, o'qituvchi va talabalarining o'quv va kognitiv faoliyatga innovatsiyalarni kiritishga tayyorligini hisobga olish kerak (innovatsion faoliyat tartiblarining o'quvchilarning individual tipologik xususiyatlariga muvofiqligi va o'qituvchilar). O'qituvchi o'quvchilarning qaysi qismi uchun ta'lim faoliyatidagi yangilik maqbul bo'lishini bilishi kerak. O'qituvchi o'z ixtiyorida talabalarni psixodiagnostik tekshirish natijalariga ega bo'lishi kerak. Ba'zi talabalar innovatsion protseduralarning dinamik talablariga, masalan, harakatlarning tezligi, intensivligi kabi immunitetga ega bo'lishi mumkin. Ba'zi talabalar, ko'pincha introvertlar uchun o'yin o'rganish texnologiyalari qabul qilinishi mumkin emas. Har qanday innovatsion o'qitish texnologiyasining o'ziga xos xususiyatlari o'quvchilarning u yoki bu qismining individual tipologik xususiyatlariga mos kelmasligi mumkin, shuning uchun o'quv jarayoniga innovatsiyalarni kiritish to'g'risida qaror qabul qilishda o'qituvchi individuallashtirish haqida g'amxo'rlik qilishi, ya'ni innovatsion texnologiya dasturlarini amalga oshirish kerak. Ta'lim jarayoniga innovatsion texnologiyalarni joriy etish bo'yicha qarorlar qabul qilish uchun o'qituvchining shaxsiy javobgarligi muammosi o'z intellektual salohiyati va talabalarining imkoniyatlarini amalga oshirish imkoniyati bilan bog'liq. Bundan tashqari, innovatsiyalarni joriy etish tartibini ma'naviy jihatdan tartibga solish, qaror qabul qilish holati va o'zini o'zi anglashiga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan talabalarga zarar etkazish ehtimolini oldini olish uchun zarurdir.

Xulq-atvor iqtisodi tadqiqotchisi D. Ariely, klassik vizual illyuziyalar va o'zining juda aniq bo'lmagan, ba'zan esa shunchaki hayratlanarli tadqiqotidan foydalangan holda, "Predictable Irrational" kitobining muallifi,

odamlar o'z qarorlarini qabul qilishning taxminiy mantiqiyligidan qanchalik uzoq ekanligini ko'rsatadi. Ko'pincha shunday vaziyatlar bo'ladiki, biz hozir qanday harakat qilish yaxshiroq va oqilona bo'lishini boshimiz bilan bilamiz, lekin shu bilan birga biz aksincha yo'l tutamiz. Xulq-atvor iqtisodi bo'yicha mutaxassis D.Arieli boshqa kitobida so'z yuritadigan mantiqsiz harakatlarimizning sabablari va motivlarini aniqlab, bunday holatlarni o'rgandi. U insonning mantiqsizligining tabiati to'g'risida olingan bilimlardan o'zi uchun foyda olib foydalanishni taklif qiladi, chunki aslida ba'zida mantiqsiz xatti-harakatlar tufayli yangi kashfiyotlar tug'iladi. Nima uchun yuqori mukofot g'alaba qozonish imkoniyatini kamaytiradi va kafolat bilan ishni qanday ma'nosiz qilish kerak – bularning barchasi va bizning xatti-harakatlarimizni belgilaydigan boshqa yashirin kuchlar haqida, deydi D. Arieli. U aniqlagan naqshlarni bilib, kelajakda yaxshiroq qaror qabul qilish osonroq bo'ladi deb ta'kidlaydi. Quvonch va qayg'u qisqa umr ko'radi. Mana biz maqsadimizga erishdik: orzu uchun pul topdik, yoqimli xarid qildik. Keyin bundan quvonamiz? Odatda ko'p emas. Avtomobil bo'lsa ham, eyforiya maksimal bir oy davom etadi va so'nib ketadi. Muvaffaqiyatsizlik haqidagi salbiy his-tuyg'ular odatda uzoqroq davom etadi, ammo moslashish va odatlanish mexanizmi tufayli ular ham qisqa muddatli bo'ladi. Xo'sh, qanday qilib yoqimli his-tuyg'ularni uzaytirish va salbiy tajribalarni, aksincha, kamroq jonli qilish kerak? Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, buning uchun siz yoqimli vaqtni to'xtatib turishingiz kerak (ma'lum bo'lishicha, ajoyib film tomosha qilishda reklama bu borada ijobiy rol o'ynaydi) va salbiy his-tuyg'ular paydo bo'lganda, aksincha, vaziyatni tezroq yengishingiz kerak (masalan, muntazam ishlarni tezda bajarish). Amaliy tavsiyalar D. Arieli tomonidan ishlab chiqilgan:

1) g'ayratni uyg'otadigan, ammo juda fantastik yoki shunchalik katta bo'lmagan, ichki hayajon ularga erishishga to'sqinlik qiladigan shuhratparast, hayajonli maqsadlarni qo'ying;

2) faqat moddiy tovondan tashqari, ma'naviy foyda keltiradigan narsalar bilan shug'ullanish. Bunday hollarda, nima uchun bu umuman kerakligi haqida tushuncha mavjud;

3) yoqimli mashg'ulotdan his-tuyg'ularni uzaytirish, unda pauza qilish, zerikarli, yoqimsiz mashg'ulotlarda esa, aksincha, ularni imkon qadar tez va bir vaqtning o'zida bajarish.

Evolyutsiya jarayonida insoniyat tomonidan ishlab chiqilgan mexanizmlar faqat o'tmishda ma'noga ega edi. Ammo texnologik rivojlanish tezligi va inson evolyutsiyasi o'rtasidagi tafovutni hisobga olsak, ilgari bizga yordam bergan instinktlar va qobiliyatlar endi bizga xalaqit bera boshlaydi. Ilgari odamlarga ozgina noqulaylik tug'diradigan noto'g'ri qarorlar qabul qilish endi ularning hayotiga eng katta ta'sir ko'rsata boshladi. Zamonaviy texnologiyalarni yaratuvchilar insonning xatoga yo'l qo'yish moyilligini tan olmaganida, ular fond bozori, sug'urta, ta'lim, qishloq xo'jaligi yoki sog'liqni saqlash sohalarida o'ziga xos xususiyatlarni hisobga olmaydigan yangi va "takomillashtirilgan" tizimlarni yaratishga kirishadilar. D. Ariely bu texnologiyalarni odamlarga mos kelmaydigan deb ataydi, ularning izlarini hamma joyda ko'rish mumkin. Natijada, odamlar muqarrar xatolarga yo'l qo'yish bilan yakunlanadi, ba'zan esa ularning muvaffaqiyatsizligi shovqin va yorilish bilan birga keladi.

Bir qarashda, inson tabiatiga bunday baho berish tushkun ko'rinadi, ammo ishlar unchalik yomon emas. Xulq-atvor bo'yicha iqtisodchilar inson zaifligining ildizlarini tushunishni va odamlar uchun vasvasalardan qochish, ko'proq o'zini tuta bilish va uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun ko'proq rahmdil, real va samarali usullarni topishni xohlashadi. Odamlar qanday va qachon muvaffaqiyatsizlikka uchraganini tushunish butun jamiyat uchun juda foydali bo'lishi mumkin. Bu bizga xatolarimizni bartaraf etishning yangi usullarini yaratishga imkon beradi. "Xulq-atvorimizga nima sabab bo'layotganini va bizni nima chalg'itayotganini yaxshiroq tushuna boshlaganimizda (mukofot yoki motivatsiya bilan bog'liq biznes qarorlari yoki baxt yoki sherik topish bilan bog'liq shaxsiy masalalar bo'ladimi), biz pulimizni, aloqalarimizni, resurslarimizni yaxshiroq nazorat qila olamiz, ya'ni xavfsizlik va sog'liq – o'zimiz uchun ham, butun jamiyat uchun ham kerakdir. Bu xulq-atvor iqtisodiyotining asl maqsadi: agar biz aslida qanday harakat qilayotganimizni tushunsak, biz o'zimizning noto'g'ri qarashlarimizni tezroq tekshira olamiz, ular bizga qanday ta'sir qilishini yaxshiroq tushunamiz va shuning uchun biz yaxshiroq qarorlar qabul qilishimiz mumkin."

Subyektlarning iqtisodiy va moliyaviy xulq-atvori psixologiyasi alohida fan sifatida uzoq vaqtdan beri iqtisodiy tahlilning chekkasida bo'lib kelgan, ammo moliyaviy inqiroz uni iqtisodchilar va moliyaviy tahlilchilarning diqqat markaziga olib keldi. Akerlof va R.J. Shiller "Spiritus

"Animalis" yoki "Inson psixologiyasi iqtisodiyotni qanday boshqaradi va nima uchun u global kapitalizm uchun muhim?" Ratsionallik "otib tashlandi" va ustuvorliklar o'zgardi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, odamlar ko'pincha o'zlarining manfaatlariga mos kelmaydigan qarorlar qabul qiladilar yoki ekspertlarning iqtisodiy xulosalariga ishonadilar, ular bironing hamyoniga qayg'uradilar. J.Akerlof va R.Shillerning kitobida an'anaviy iqtisodiy nazariya hisobga olinmagan iqtisodiyotga ta'sir etuvchi omillar haqida so'z boradi.

Muallif tomonidan o'quv qo'llanma nomiga qo'yilgan hayvon ruhlari (so'zma-so'z "hayvon ruhi") atamasi XX asrning mashhur iqtisodchisining ishlariga ishora qiladi. J. Keyns. "Ruh" har qanday odamga xos bo'lgan ma'lum bir irratsional prinsipni ifodalaydi va unga mashhur iqtisodiy modellarning cheklovlariga rioya qilishga imkon bermaydi. Akerlof va Shiller u yoki bu darajada moliyaviy inqiroz ehtimolini aniqlaydigan irratsional xatti-harakatlarning eng mashhur misollarini keltirdilar. Birinchi tur – bu ishonch (inglizcha confidence so'zining taxminiy tarjimasi), bu muvaffaqiyatga asossiz ishonchni va voqealarning ijobiy rivojlanishini anglatadi. Haddan tashqari optimizm: bozor o'sib bormoqda va o'sishda davom etadi. Ikkinchisi – suiiste'mollik va insofsizlik: xudbin maqsadlarga intilish, odamlar o'zlarini ko'pincha to'xtata olmaydi. Shu ma'noda, ba'zi buxgalteriya manipulyatsiyalari zanjiridan boshqalar hisobiga, undan ham xavfliroq bo'lganlar hisobidan chiqishga harakat qilgan Enron kompaniyasining misoli juda dalolatlidir. Irratsional xatti-harakatlarning uchinchi turi – bu inflyatsiyaning ahamiyatini e'tiborsiz qoldirish tendentsiyasi bo'lib, mualliflar buni pul illyuziyasi deb atashgan: ko'p odamlar pul nafaqat nominal, balki haqiqiy qiymatga ega ekanligini unutishadi, shuning uchun ko'pincha ish haqining o'sishi aslida ulardan biri hisoblanadi, ya'ni inflyatsiya oqibatlari. Nihoyat, odamlar statistik ma'lumotlarga ishonmaydilar, lekin ular doimo to'liq hikoyalar (yoki N. Taleb ta'biri bilan aytganda "rivoyat")da o'ylashadi.

Natijada, qandaydir shubhali biznesning muvaffaqiyati haqidagi keng tarqalgan mish-mishlar mashhur namunaga aylanadi va do'stlarning maslahati sog'lom fikrdan ko'ra muhimroq bo'lib chiqadi. Akerlof va Shillerning ta'kidlashicha, bu omillar birgalikda moliya bozorlarida yangi "pufakchalar" paydo bo'lishiga olib keladi. Ular inqirozdan chiqishning aniq retseptlarini taklif qilmaydi, balki iqtisodchilar, siyosatchilar, bank tahlilchilari va kuzatuvchilarni odatiy makroiqtisodiy modellar va ommabop e'tiqodlar inson

xatti-harakatlarining mantiqsizligini hisobga olmasligiga e'tibor berishga chaqiradi. Bu fikrlarni qo'llab-quvvatlash uchun ular ko'plab tarixiy faktlar, misollar, tadqiqot va tajribalar natijalarini keltiradilar.

Xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha so'nggi ishlar Freakonomics va Super Freakonomics S.D. Levitt va S.J. Dubner tomonidan amalga oshirilgan.

Freakonomika – bu g'alati nom va hatto g'alati janrga ega kitob (turli, bir-biriga bog'liq bo'lmagan mavzularda bir nechta maqolalar), lekin "yuqori" va uni o'qiganlarning fikriga ko'ra, juda foydali. Asar mualliflarning nostandart qarashlari va g'ayrioddiy uslubi bilan ajralib turadi. Har qanday yangi nazariyalardan farqli o'laroq, Freakonomika mualliflari o'z tezislari raqamlar va misollar bilan isbotlashni boshlaydilar. Ushbu asarning uslubi haqida fikr uning uslubiga xos bo'lgan iqtibos bilan berilgan: "Iqtisodchilarning qiziq odati bor – ular raqamlar yordamida eng murakkab hodisalarni tasvirlashga moyildirlar. Keling, masalan, bizni qorli dog'li boyqushlarning yo'q bo'lib ketishidan qutqarish uchun bizni nima qilishini ko'rib chiqaylik. Bir tadqiqotga ko'ra, 5000 boyqushni himoya qilish uchun mintaqada daraxt kesish faoliyatini to'xtatish kerak, bu esa ishlab chiqarish zanjiri bo'ylab keyingi faoliyatni to'xtatishga olib keladi. Biznesni tugatish 46 milliard dollarga tushadi, ya'ni boyo'g'li uchun 59 million dollardan. Rossiyalik o'quvchilar ushbu asarni ma'lumotni to'g'ri tanlash, filtrlash va baholash qobiliyatini oshirish, shuningdek, jamiyat tomonidan qabul qilingan umume'tirof etilgan qarashlardan mavhumlashtirish vositasi sifatida qadrlashdi.

"Superfreakonomika" bu mualliflarning iqtisodiyotga noan'anaviy tarzda yondashgan birinchi ishlarining davomidir. Ularning yondashuvini empirik deb atash mumkin, ammo mualliflar o'z savollariga javob topish uchun doimo ma'lumotlarga tayanadilar.

Ular o'z kitoblarida so'ragan va javob beradigan savollar orasida: ko'proq politsiyachilar kamroq jinoyatni anglatadimi; pul saylovlarda g'alaba qozonishi rostmi (gap AQSh haqida ketyapti); nima uchun XIX-asr oxirida AQShda jinoyatchilikning katta pasayishi kuzatildi; maktabda o'qituvchilar o'quvchilarning imtihonlarida aldayaptimi, buni qanday aniqlash mumkin; nima uchun crack dilerlari ota-onalari bilan yashaydi; ko'chmas mulk agenti uchun uyingizni qimmatroqqa sotish haqiqatan ham foydaliroqmi; bemor tarixi ma'lumotlaridan foydalanib, kim yaxshi shifokor va kim emasligini qanday aniqlash mumkin; ota-onalar bolalarni tarbiyalashda va ularning

keyingi muvaffaqiyatlarida qanday rol o'ynaydi; tug'ilganda bolaga berilgan ism uning kelajakdagi muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi mumkinmi; nega xudkush o'z hayotini sug'urta qilishi kerak; qaysi biri xavfsizroq: bardan mast holda uyga piyoda borish yoki rulga o'tirib, mashina haydash; bolalar uchun nima xavfli: uyda saqlanadigan qurol yoki uy yaqinidagi hovuz; nega shifokorlar qo'llarini yaxshi yuvmaydilar; Bolalar uchun avtomobil o'rindiqlarining afzalliklari nimada? terrorchini qo'lga olishning eng yaxshi usuli qanday; televidenie jinoyatchilikning kuchayishiga qanday olib kelishi mumkin; kenguru sayyorani qutqara oladimi; bo'ronlar, yurak xurujlari va o'lim yo'llari qanday umumiyliklarga ega.

Ushbu savollarga javob izlayotganda, bu mualliflar har bir insonning u yoki bu tarzda harakat qilish uchun rag'batga ega ekanligidan boshlashadi. Keyin ular ma'lumotlarni qanday tahlil qilish mumkinligi haqida faraz qiladilar.

Ushbu tadqiqotchilarning sa'y-harakatlari bilan iqtisodchining qiyofasi atrofdagi dunyoni, odamlarning va undagi hodisalarning o'zaro ta'sirini o'rganadigan g'ayrioddiy, qiziquvchan shaxs sifatida quriladi.

Muvaffaqiyatli biznes yuritish uchun faqat tovarlarning o'zi yetarli emas, deb ta'kidlaydi ushbu kitob mualliflari. Standartlashtirilgan mahsulotlardan charchagan iste'molchilar o'zlari uchun maxsus yaratilgan va hatto ularning ichki dunyosiga mos keladigan mahsulotni olishga intiladilar, shuning uchun mualliflarning fikriga ko'ra, hozirgi vaqtda yangi iqtisodiyot paydo bo'lmoqda – iste'molchilarning hissiyotlariga yo'naltirilgan tajriba iqtisodiyoti. Ushbu iqtisodiyot sharoitida mualliflar kompaniya va mijozlar o'rtasidagi an'anaviy munosabatlardan voz kechishni taklif qilmoqdalar, buning o'rniga kompaniya "taassurotlar direktori", mijozlar esa "tomoshabinlar" yoki "mehmonlar" ga aylanishi kerak.

Kitobda muvaffaqiyatli sahnalashtirish tamoyillari, shuningdek, kompaniya foydalanishi mumkin bo'lgan teatr texnikasi muhokama qilinadi. Iste'molchi qiymatini oshirishning o'ta samarali vositasi – ommaviy shaxsiylashtirish, shuningdek, iste'molchilarga imtiyoz berish shakllariga katta e'tibor qaratilmoqda.

Demak, xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining kelib chiqishi va turli yo'nalishlarini tahlil qilish ularning paydo bo'lishi tasodifiy emas degan xulosaga kelishimizga imkon beradi. Iqtisodiyot jamiyatning asosi sifatida sanoat bosqichidan postindustrial bosqichga o'tish jarayonida subyektlar –

shaxslar, firmalar va boshqalar hayotining tobora ko'proq yangi sohalarini qamrab oluvchi jadal rivojlandi, bu esa obyektiv sabab bo'ldi. Iqtisodiy fikrni yangilash, modernizatsiya qilish zarurati. Yangi yondashuvlar, tadqiqot usullari kerak edi – ular xulq-atvor nazariyasini taqdim etdilar. Xulq-atvor iqtisodiyoti doirasidagi ushbu tadqiqotlar natijalari amaliy qo'llanilishini topdi. Masalan, iste'molchilarning kayfiyati haqidagi ma'lumotlar (Michigan maktabi tomonidan tahlil qilingan) prognozlashda, shu jumladan AQSh Iqtisodiy tadqiqotlar milliy byurosining siklik ko'rsatkichlari tizimida va boshqa ko'plab mamlakatlarda qo'llaniladi.

Tayanch so'z va iboralar

Xulq-atvor, genezis, General dilemmasi, kashshof, qaror qabul qilish, transgressiya, qonunbuzarlik, iqtisodiy fikr, iqtisodiy tizim, iqtisodiy munosabatlar, iqtisodiy faoliyat, ishlab chiqarish, menejment, mehnat, zamonaviy ilmiy tizimlar, erkin raqobat, institutsional doktrinasi, insoniy his-tuyg'ular, neoklassik sintez, neoklassik yo'nalish, neoklassik paradigma, neoklassik konsepsiya, postulat.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Xulq-atvor iqtisodiyoti deganda nimani tushunasiz?
2. Xulq-atvor iqtisodiyoti oddiy iqtisodiyotdan nimasi bilan farq qiladi?
3. General dilemmasining mohiyatini tushuntirib bering?
4. Transgressiya nima va uning qanday turlari bor?
5. Iqtisodiy munosabatlar deganda nimani tushunasiz?
6. Iqtisodiy faoliyat deganda nimani tushunasiz?
7. Zamonaviy ilmiy tizimlarning mohiyatini tushuntirib bering?
8. Institutsional doktrina deganda nimani tushunasiz?
9. Insoniy his-tuyg'ular deganda nimani tushunasiz?
10. Neoklassik paradigmaning mohiyatini tushuntirib bering?
11. Neoklassik konsepsiyaning mohiyatini tushuntirib bering?
12. Postulat so'zining ma'nosini izohlab bering?

Testlar

1. Iqtisodchilar va siyosatchilarning g'oyalari, – deb yozgan Jon Meynard Keyns...

A. - ular to'g'ri bo'lganida ham, noto'g'ri bo'lganlarida ham, dunyoni faqat ular boshqaradilar.

B. Ular to'g'ri bo'lganida, dunyoni faqat ular boshqaradilar

C. Ular noto'g'ri bo'lganida, dunyoni faqat ular boshqaradilar

D. Barcha javoblar to'g'ri

2. Zamonaviy iqtisodiy nazariyaning xilma-xilligini qanday izohlash mumkin?

A. U turli xil maktablar va tendensiyalar pozitsiyasidan kelib chiqib, iqtisodiy muammolarni hal qilishning turli yo'llarini belgilab beradi.

B. U turli xil maktablar va tendensiyalar pozitsiyasidan kelib chiqadi

C. Iqtisodiy muammolarni hal qilishning turli yo'llarini belgilab beradi.

D. Turli maktablarning tavsiyalari o'rtasida tanlovni amalga oshiradi.

3. Turli maktablarning tavsiyalari o'rtasida tanlov qilishning qiyinchiligi nimada?

A. ularning har birining nazariyasi, o'z mavqeiga ega bo'lib, iqtisodiyotning haqiqiy tomonlaridan faqat bittasini aks ettiradi.

B. ularning har birining nazariyasi, o'z mavqeiga ega bo'lmay, iqtisodiyotning haqiqiy tomonlaridan faqat bittasini aks ettiradi.

C. ularning har birining nazariyasi, o'z mavqeiga ega bo'lib, iqtisodiyotning haqiqiy tomonlarini aks ettiradi.

D. ularning har birining nazariyasi, o'z mavqeiga ega bo'lmay, iqtisodiyotning haqiqiy tomonlarini aks ettiradi.

4. Nima uchun haqiqiy hayotda ilmiy maktablarning o'zgarishi va ularning nazariyalarining asosiy qoidalarini o'rgatish kurashda yuz beradi?

A. chunki ularning har biri o'z nazariyasining universalligini da'vo qilishadi.

B. chunki ularning har biri o'z nazariyasining universalligini da'vo qilishmaydi.

C. chunki ularning har biri o'z nazariyasining mustaqilligini da'vo qilishadi.

D. chunki ularning har biri o'z nazariyasining mustaqilligini da'vo qilishmaydi.

5. Yangi asrning o'zgaruvchan iqtisodiy dunyosi nimada?

A. jamoat ongida iqtisodiy, ijtimoiy va ma'naviy jarayonlarning dinamikasini tushunishda.

B. jamoat ongida iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarning dinamikasini tushunishda.

C. jamoat ongida iqtisodiy jarayonlarning dinamikasini tushunishda.

D. jamoat ongida iqtisodiy, ijtimoiy va ma'naviy jarayonlarning dinamikasini tushunmaslikda.

6. Iqtisodiy fanning asosiy vazifasi nimadan iborat bo'lgan?

A. har doim ham iqtisodiy olamning tuzilishi haqidagi savolga javob berishdan iborat bo'lgan.

B. har doim ham ijtimoiy olamning tuzilishi haqidagi savolga javob berishdan iborat bo'lgan.

C. har doim ham ma'naviy olamning tuzilishi haqidagi savolga javob berishdan iborat bo'lgan.

D. har doim ham iqtisodiy olamning tuzilishi haqidagi savolga javob berishdan iborat bo'lmagan.

7. Bugungi kunda dunyo o'zgarganligi sababli, zamonaviy iqtisodiy fanning vazifasi nimadan iborat?

A. dunyoni yangicha tushuntirishdir.

B. dunyoni eskicha tushuntirishdir.

C. dunyoni boshqacha tushuntirishdir.

D. dunyoni yangicha tushunishdir.

8. Akademik L.N.Abalkin ta'kidlaganidek...

A. Fanda biron bir ilmiy maktabning mutlaq monopoliyasi mavjud emas va bo'lishi mumkin emas.

B. Fanda biron bir iqtisodiy maktabning mutlaq monopoliyasi mavjud emas va bo'lishi mumkin emas.

C. Fanda biron bir ijtimoiy maktabning mutlaq monopoliyasi mavjud emas va bo'lishi mumkin emas.

D. Fanda biron bir xususiy maktabning mutlaq monopoliyasi mavjud emas va bo'lishi mumkin emas.

9. Xulq-atvor iqtisodiyoti...

A. bu nisbatan yangi fan hisoblanadi. Bu tabiatan fanlararo va ikki fanning birlashmasida joylashgan psixologiya va iqtisod, bu psixologik asos va shaxs hamda boshqa agentlar tomonidan qaror qabul qilish dinamikasini aniqlashga imkon beradi.

B. bu nisbatan eski fan hisoblanadi. Bu tabiatan fanlararo va ikki fanning birlashmasida joylashgan psixologiya va iqtisod, bu psixologik asos

va shaxs hamda boshqa agentlar tomonidan qaror qabul qilish dinamikasini aniqlashga imkon beradi.

C. bu nisbatan yangi fan hisoblanadi, bu psixologik asos va shaxs hamda boshqa agentlar tomonidan qaror qabul qilish dinamikasini aniqlashga imkon beradi.

D. bu nisbatan yangi fan hisoblanadi. Bu tabiatan fanlararo va ikki fanning birlashmasida joylashgan ya'ni psixologiya va iqtisod.

10. So'nggi paytgacha ko'pchilik xulq-atvor iqtisodiyotini...

A. ikkinchi darajali, ixtiyoriy fan – olimlar an'anaviy iqtisodiyotning kichik qarindoshi deb bilar edi.

B. ikkinchi darajali, ixtiyoriy fan deb bilar edi.

C. ikkinchi darajali fan deb bilar edi.

D. birinchi darajali, ixtiyoriy fan – olimlar an'anaviy iqtisodiyotning kichik qarindoshi deb bilar edi.

II BOB. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI NAZARIYASINING O'ZIGA XOS USLUBI

2.1. Iqtisodiy muammolarni jiddiy o'rganish uchun metodologiya masalalari.

Iqtisodiy muammolarni jiddiy o'rganish uchun falsafiy va ilmiy-nazariy bilimlarning muayyan sohasi bo'lgan metodologiya masalalari muhim ahamiyatga ega. Endi metodologiyaga e'tibor sezilarli darajada oshdi. Shuni ta'kidlash kerakki, o'tgan asrning ikkinchi yarmidagi (XX asr) G'arb iqtisodiy tafakkuri "uslubiy bum" deb ataladigan davr bilan tavsiflanadi, ya'ni bu quyidagilardan dalolat beradi:

1. Zamonaviy falsafada postpozitivizm muammolari haqida keskin munozara.

2. Iqtisodchi-metodistlar ilmiy jamoasining shakllanishi.

3. «Iqtisodiy fan va falsafa», «Iqtisodiyot metodologiyasi» va boshqalar jurnallarining paydo bo'lishi; «Iqtisodiyot falsafasi» nomli monografiyalar (masalan, Yu. Osipova).

4. G'arbning yetakchi universitetlari metodologiya bo'yicha kurslarni taklif qiladi. Nashr qilingan darsliklar: Blaug "Iqtisodiyot metodologiyasi" (1994), Kolduell "Pozitivizm: XX-asrda iqtisodiy metodologiya" va boshq.

5. Moris Allais «Iqtisodiyot fan sifatida» (1995) kitobida falsafa fani nuqtai nazaridan metodologiya masalalari iqtisodiyotni fan sifatida hozirgi holatida o'rganish aftidan samarali ekanligini, chunki har qanday yosh fan kabi iqtisod fani ham duch keladi, deb yozgan edi.

6. 2001 yildan boshlab 08.00.01 – iqtisodiy nazariya ixtisosligi bo'yicha OAKda ilmiy tadqiqot sohasi – iqtisodiy nazariya metodologiyasi kiritildi. Bu zamonaviy iqtisodiy fan uchun ushbu muammolarning ahamiyatini e'tirof etishdan dalolat beradi.

Metodika ikki komponentdan iborat: "usul" va "logotiplar". "Usul" so'zi (yunoncha metodosdan) qandaydir maqsadga erishish, muayyan muammoni hal qilish yo'lini bildiradi; voqelikni amaliy yoki nazariy rivojlantirish (idrok etish) usullari yoki operatsiyalari majmui. "Logos" so'zi (yunoncha logosdan) ham "so'z" (gap, bayon, nutq) va "ramz" (tushuncha, hukm, asos) ma'nosini bildiradi va qadimgi yunon falsafasi tushunchalaridan biridir. Umuman olganda, metodologiya nazariy va amaliy faoliyatni tashkil

etish va qurish tamoyillari va usullari tizimi, shuningdek, ushbu tizim haqidagi ta'limotdir.

Iqtisodiyotning hozirgi hukmron neoklassik konsepsiyasi insonni mantiqiy fikrlaydigan avtomat sifatida qaraydi, u o'zi uchun mavjud bo'lgan ma'lumotlarni aniq hisobga oladi va shu asosda o'z manfaatlarini maksimal darajada oshiradigan va shunga mos ravishda o'z maqsadiga erishishda xavf darajasini minimallashtiradigan qarorlar qabul qiladi. Bunday xatti-harakatlar ratsional deb ataladi. Ushbu taxminga asoslanib, neoklassik iqtisodchilar talab va taklif, biznes sikllari, soliq tizimlari, inflyatsiya va boshqalarning nafis modellarini yaratadilar.

Ammo barcha zamonaviy iqtisodchilar an'anaviy modellarga qo'shilmaydi. Bular, xususan, iqtisoddagi nisbatan yangi konsepsiya tarafdorlarini o'z ichiga oladi, ya'ni xulq-atvor iqtisodiyoti yoki xatti-harakat iqtisodiyoti. Uning mafkuraviy asoslari ikki amerikalik-isroillik psixolog – iqtisod bo'yicha 2002 yilgi Nobel mukofoti sovrindori D.Kanneman va uning uzoq yillik hammuallifi A.Tverskiy (Amos Tverskiy)ning maqolasida qo'yilgani hamma tomonidan qabul qilingan. "Kutish nazariyasi: xavfli vaziyatlarda qaror qabul qilish" maqolasi 1979 yilda *Econometrica* jurnalida nashr etilgan. Ushbu ishning mualliflari bir qator eksperimentlarda tirik odamlar hech qanday holatda neoklassik iqtisodning ko'rsatmalariga muvofiq harakat qilishga moyil emasligini va ko'pincha mutlaqo mantiqsiz xatti-harakatlarga moyilligini ko'rsatdilar. Qayd etish joizki, Kaneman va Tverskiyning o'tmishdoshlari bo'lgan (masalan, fransuz iqtisodchisi M. Allais), lekin bu olimlarning maqolasi kuchliroq yangradi (balki shunchaki o'z vaqtida chop etilgani uchundir).

O'shandan beri bunday g'oyalar Amerika universitetlarida juda obro'li kafedralarni egallagan ko'plab izdoshlariga ega bo'ldi. Xususan, ular go'yoki mantiqsiz xatti-harakatlar hech qanday tartibsiz emasligini aniqladilar. U ma'lum naqshlarga amal qiladi va shuning uchun hech bo'lmaganda statistik nuqtai nazardan juda bashorat qilinadi. Bu fikrni Kembrijdagi Massachusetts texnologiya institutining xulq-atvor iqtisodiyoti professori D. Arieli (Dan Arieli) qo'shadi. 2008-yilda chop etilgan "Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions" kitobida u ushbu konsepsiyani ilgari suradi.

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining zamonaviy tarafdorlarining shaxsiy tarkibi haqida batafsilroq to'xtalib o'tish kerak. O'z fikricha, D.Kanneman,

D.Prelek, A.Tverskiy, R.Chaler va E.Shafir birinchi avlod olimlarining asosiy vakillari bo'lib, o'z tadqiqotlarida xulq-atvor iqtisodiyotining mustaqil sohasi sifatida shakllanishiga katta hissa qo'shgan. Aniqroq aytadigan bo'lsak, ekspertlarning fikricha, xulq-atvor iqtisodiga oid birinchi haqiqiy ish R.Chalerning 1980 yilda nashr etilgan "Iste'molchi tanlovi nazariyasi tomon" maqolasi bo'ldi.

Chikago universiteti professori R.Chalerning ishini alohida ta'kidlash joiz. Uning pravoslav iqtisodiy nazariya asoslari asosida qoniqarli tushuntirib bo'lmaydigan g'ayritabiiy hodisalarni izlash, to'plash va tizimlashtirish bo'yicha ko'p yillik mehnati tufayli biz hozirda ushbu muammolarni empirik dalillar bilan aniq miqdorga asoslanib muhokama qila olamiz. R. Chalerning ushbu mavzu bo'yicha ko'plab nashrlari (shuningdek, hamfikrlar bilan birgalikda) so'nggi 20 yil ichida The Journal of Economic Perspectives jurnalida muntazam ravishda nashr etilgan bo'lib, unda "Anomaliyalar" maxsus bo'limi ushbu mavzuga bag'ishlangan.

Tafakkur tarzi va tadqiqot yo'nalishiga yuqorida sanab o'tilgan shaxslar katta ta'sir ko'rsatgan keyingi guruh olimlari L.Babkok, K.Kamerer, J.Lovenshteyn, M.Rabin va K.Ekkellardir. Bu nomlar ro'yxatini, o'z navbatida, ularning yosh shogirdlarining nomlari bilan davom ettirish mumkin, ular ham shu yo'nalishda faoliyat olib bormoqda. Ularning o'zlari xulq-atvor iqtisodiyoti vakillarini psixologiya sohasida keyingi nazariya uchun yangi g'oyalarni topadigan iqtisodchilar deb atashadi. Ular o'zlarining asosiy vazifalarini shundan ko'radilarki, vaqt o'tishi bilan o'z tadqiqotlari boshqa olimlar tomonidan iqtisod fanining tarkibiy qismlaridan biri sifatida ko'rib chiqiladi va bu nom – "xulq-atvor iqtisodiy nazariyasi" hozirgi ramziy ma'nosini yo'qotadi.

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasini rivojlantirishda yuqorida qayd etilgan olimlardan tashqari, yangi yo'nalish vakillariga mafkuraviy yordam ko'rsatgan, iqtisodiy tadqiqotlarning boshqa yo'nalishlari bo'yicha o'z ishlari bilan mashhur bo'lgan olimlar ham katta rol o'ynadi. Ular orasida J. Akerlof, P. Diamond, R. Zexauzer, S. Vinter, B. Shiller, K. Ok va boshqalar kabi nomlarni alohida ajratib ko'rsatish kerak, ya'ni iqtisodiy nazariya, ular to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita pravoslav nuqtai nazarining yumshatilishiga guvohlik beruvchi asarlarni qanday nashr etishgan.

Va nihoyat, shu nuqtai nazardan, 1986 va 1996 yillarda AQShda bo'lib o'tgan ikkita vakillik konferensiyasini eslatib o'tmaslik mumkin emas, chunki

bu konferensiyalar bitta mavzuga – “Zamonaviy iqtisodiy nazariyaning xulq-atvor asoslari”ga bag’ishlandi. Ularning ishlarida ishtirok etgan olimlar tarkibiga va keyingi yakuniy nashrlarga ko’ra, bu muammo allaqachon iqtisodiy fanning asosiy yo’nalishining vazifalari orasida mustahkam o’rin egallagan degan xulosaga kelish mumkin. Dunyoning deyarli barcha yetakchi universitetlarida xulq-atvor iqtisodiyoti bo’yicha kurslar paydo bo’lganligi va hozirda mavjud bo’lgani ham ushbu tendentsiya istiqbollari e’tirof etilganidan dalolatdir.

Shubhasiz, neoklassik iqtisodning dialektikasi zamonaviy iqtisodiy nazariyaning shakllanishida ifodalangan. Klassik siyosiy iqtisodni tanqid qilish nazariyaning asosi deb hisoblangan taxminlarga qaratilgan. Shu kabi taxminlardan biri iste’molchining oqilona xatti-harakatidir. Ratsionallik sharoitida iqtisodiy nazariya muhim cheklovlar ostida maqsad funksiyasini maksimalashtirishni tushunadi. Har qanday shaxs iste’mol qilinadigan tovardan maksimal foyda, zavq olishga intiladi, deb ishoniladi va ratsionallik tamoyili iqtisodiy xulq-atvor xususiyatlarining asosiy izohi sifatida belgilanadi. Bu A.Smitning "iqtisodiy odam" modeliga kiritilgan bo’lib, unga ko’ra bir xil sharoitlarda odamlar teng darajada oqilona harakat qiladilar, deb taxmin qilinadi. Biroq, bu har doim ham shunday emas. Bu bir necha omillarga bog’liq. Birinchidan, ratsionallik turli xalqlar tomonidan turlicha baholanadi. Ba’zi etnik guruhlar uchun mantiqiy bo’lgan narsa boshqalar uchun mantiqsiz bo’lishi mumkin. Irratsionallik yoki etnik ratsionallik iqtisodiy, diniy va boshqa determinantlar ta’sirida shakllangan xalq mentalitetining individualistik yoki kollektivistik xususiyati bilan belgilanadi. Ikkinchidan, iqtisodiy jihatdan bir xil bo’lgan ikkita vaziyatga munosabat siyosiy, diniy, iqlimiy va boshqa ko’plab noiqtisodiy determinantlar tufayli har xil bo’ladi, ya’ni iqtisodiy omilning ustunligini saqlab qolish uchun, qolganlarning hammasi tasodifiy sharoitlarga tushiriladi, bunda iqtisodiy motivlar sabab bo’ladi. Klassik siyosiy iqtisod modellari ana shunday omillar, shart-sharoitlar va sabablardan mavhum bo’lib, ma’lum sharoitlarda shaxsning xulq-atvorini o’rganilayotgan hodisaga nisbatan ideal deb hisoblaydi. Uchinchidan, farovonlikdagi o’zgarishlarga munosabatning assimetriyasi odamning yo’qotish va daromad olish hissiyotlari assimetrik ekanligini ko’rsatadi: sotib olishdan qoniqish darajasi yo’qotishdan umidsizlik darajasidan ancha past, shuning uchun odamlar yo’qotishlarga yo’l qo’ymaslik uchun tavakkal qilishga tayyor, lekin foyda olish uchun tavakkal

qilishga moyil emas, ya'ni xulq-atvor iqtisodiyoti – iqtisodiy nazariyaning inson idroki, mulohazalari va harakatlarining psixologik xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi hisoblanadi. Ushbu xususiyatlarni hisobga olgan holda, agentlarning xatti-harakati to'g'risida qo'shimcha taxminlarni kiritish orqali iqtisodiy nazariyaning tushuntirish qobiliyatini yaxshilash, iqtisodiy nazariyaning yagona mumkin bo'lgan asosi sifatida foydalilikni maksimal darajada oshiradigan ratsional agentlar to'g'risidagi "qo'pol" taxmindan yanada realroqqa o'tish imkonini beradi, ya'ni vaziyatlar va shunga mos ravishda yuqori tushuntirish kuchiga ega bo'lgan qurilish modellaridir.

Biroq, o'tmishdagi bir nechta iqtisodchilar odamlarning iqtisodiy qarorlarini qabul qilishiga ta'sir qiluvchi xatti-harakatlarning psixologik tamoyillariga oid savollarni ko'tardilar, shuning uchun bu yo'nalish XX-asr boshlariga qadar faol rivojlandi deb aytish qiyin.

Buyuk depressiya davrida iqtisodchilarning kichik guruhi, jumladan V.Pareto, I.Fisher kabi olimlar qaror qabul qilishda inson omilini hisobga olish zarurligi haqida yoza boshladilar. Shunday qilib, Fisher "Qiziqish nazariyasi" asarida iqtisodiy agentlar tomonidan iste'molni yumshatishni tahlil qilishda psixologiyani hisobga olish zarurligini ta'kidladi: agentlar o'zlarining kutilayotgan umr ko'rish davomiyligiga oid tushuncha va umidlardan tashqari, moda, ish bilan mashg'ul bo'lish bilan ham shug'ullanadilar.

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, bu sohadagi eng muhim ish A. Tverskiy va D. Kahnemannning "Istiqbol nazariyasi: xavf ostida qarorning tahlili" nashri bo'ldi, unda mualliflar nazariyadan foydalanadigan nazariya muvaffaqiyatsizliklarini tushuntirish uchun psixologik usullardan foydalanganlar, ya'ni yechimlarni qabul qilishda iqtisodiy agentlarning ratsionalligini taxmin qilish orqali. Yuqorida ta'kidlanganidek, xulq-atvor iqtisodiga bag'ishlangan birinchi ilmiy konferensiya faqat etti yildan so'ng Chikago universitetida psixologlar, iqtisodchilar va sotsiologlarni birlashtirgan. 1988-yildayoq X.Shefrin jamg'armaning «xatti-harakatlarning hayot sikli» tushunchasini taklif qilgan edi, bunda odamlar XX asr oxirida o'z hayoti davomida o'z iste'molini silliqlashtirmaydi, aksincha, darhol iste'mol qilishni afzal ko'radi. Xulq-atvor iqtisodiyotiga to'liq bag'ishlangan yetakchi jurnallarda allaqachon alohida masalalar mavjud. Nihoyat, 2008-2009 yillarda Jahon moliyaviy inqirozini aniq investorlarning bozor strategiyalarining xulq-atvor xususiyatlaridan kelib chiqadigan bir qator ishlar mavjud.

Xulq-atvor iqtisodiyoti doirasida iqtisodiy nazariyaning quyidagi muammolari hal etiladi:

a) kutilayotgan foydalilik nazariyasi uchun mustaqillik aksiomasi haqidagi taxmin, bu haqiqatga mos kelmaydi: iste'molchining tanlovini aniqlash uchun faqat alternativalar to'plamini bilish yetarli emas – qaror qabul qilingan vaziyatda buni ham hisobga olish kerak, chunki agent o'z daromadlari va yo'qotishlarini u joylashgan muhit sharoitiga qarab turli yo'llar bilan baholashi mumkin;

b) barcha tovarlarning bir xilligini taxmin qilish (dastlabki zahiraning ta'siri: agent ayirboshlash natijasida olishi mumkin bo'lgan narsalardan ko'ra dastlab o'zi ega bo'lgan foydani ko'proq qadrlaydi; shuning uchun nostandart vaziyatlar yuzaga keladi);

c) inson xotirasi va hisoblash qobiliyatining nomukammalligi, eng yaxshi natijaga erisha olmaslik;

d) diskontlash(chegirma) muammosi (aslida agentlar uzoq muddatli rejalashtirishdan ko'ra ko'proq qisqa muddatli manfaatlarga yo'naltirilgan).

Iqtisodiy xulq-atvor nafaqat hisob-kitoblar ta'sirida, balki xo'jalik yurituvchi subyektlarning irodasi va ularning kuzatilayotgan hodisalarni idrok etishi va talqini ta'sirida shakllanayotganini e'tirof etgan holda, odamlarning baholari va harakatlarida psixologik omil iqtisodiyotda hal qiluvchi rol o'ynashiga guvohlik beramiz. Bu xulosa nafaqat uy xo'jaligini boshqarish, oddiy fuqarolarning iqtisodiy harakatlariga, balki iqtisodiy siyosatga, tadbirkorlar, kompaniyalar, yirik korporatsiyalar, hatto butun bir davlatlar strategiyasiga ham to'g'ri keladi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti shuni tan oladiki, inson haqiqiy hayotda to'liq bo'lmagan ma'lumotlar bilan samarasiz bozorlarda ishlashi, piramida sxemalarida ishtirok etishi, uzoq muddatli istiqboldan ko'ra qisqa vaqt ichida topishi mumkin bo'lgan narsani ko'proq qadrlashi, jamoat manfaatlariga yetarlicha e'tibor bermasligi mumkin, ya'ni davlat tashkilotlari ko'rsatmalarga bo'ysunish mantiqsiz. Yuqoridagi barcha faktlar vaziyatni to'liq tahlil qilish va bashorat qilishga qodir bo'lmagan agent nazariyasini joriy etish zarurligini ko'rsatadi. Xulq-atvor iqtisodiyoti ba'zida juda kulgili faktlarni ochib beradi. Misol uchun, amerikaliklar fitnes klublariga kamroq borishlarini oldindan bilib, uzoq muddatli a'zolikni sotib olishadi. Ammo, pul to'langanligi sababli, ular bir martalik obuna sotib olgandan ko'ra, fitness mashg'ulotlariga bir oz ko'proq qatnashadilar. Binobarin, odamlar o'zlarini

sport bilan shug'ullanishga majbur qilish uchun oqilona ortiqcha pul to'laydilar.

Xulq-atvor iqtisodiyoti fanning nazariy sohasidir, ammo uning rivojlanish yo'nalishlari iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ta'bir joiz bo'lsa, ular tomonidan "yonilg'ilanadi". Bu manbalarga quyidagilar kiradi:

- neyroiqtisodiyot – miyaning turli qismlarining atrof-muhitga va uning o'zgarishlariga, shu jumladan iqtisodiy sharoitlarda reaksiyasini o'rganish;

- xulq-atvor – hayvonlarning xulq-atvorini o'rganish (oxir-oqibat, barchamiz "go'sht, qon va neyronlardan" iborat; ammo, bu yondashuv ehtiyotkorlik bilan qo'llanilishini talab qiladi);

- kompyuter simulyatsiyalari(taqlid);

- tajribalar o'tkazish.

Xulq-atvor nazariyasi o'ziga xos tadqiqot usullaridan foydalanadi, masalan:

- 1) birlashtirishga urinishlarsiz alohida firmalarda qaror qabul qilishning aniq jarayonining tavsifi;

- 2) subyektlar xo'jalik yurituvchi subyektlar (asosan iste'molchilar) tomonidan qaror qabul qilish uchun taxminan real sharoitlarga mos keladigan holatda joylashtirilgan laboratoriya tajribalarini o'tkazish;

- 3) tadbirkorlar yoki iste'molchilarning u yoki bu xatti-harakatlarining sabablarini yoritib beruvchi ommaviy so'rovlar;

- 4) real qaror qabul qilish jarayonlarini simulyatsiya qiluvchi kompyuter dasturlarini kompilyatsiya(dasturlash) qilish.

Xulq-atvor iqtisodiyoti noaniqlik sharoitida, shaxsning kognitiv qobiliyatlari cheklangan va qaror qabul qilish qiyin bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlarning irratsional xatti-harakatlarini o'rganadi. Irratsional xatti-harakatlar o'zboshimchalik bilan uyg'unlik xususiyatiga ega bo'lib, bu noto'g'ri tanlangan tanlov, o'z xatosini tan olishdan psixologik o'zini o'zi himoya qilish natijasidir. Muayyan xatti-harakat yoki harakat foydasiga tanlov dastlab tasodifiy bo'lsa ham, keyingi xatti-harakatlarning uyg'unligi tabiiydir.

Xulq-atvor iqtisodiyotining metodologik asosi eksperimental tadqiqot usullari bo'lib, uning yordamida shaxsning xatti-harakatlarida o'rganilayotgan o'zgaruvchilarni yanada aniqroq nazorat qilish va kuzatish, kerak bo'lganda,

pravoslav tushuntirishni muqobil xatti-harakatlar tushunchalaridan ajratish mumkin, ya'ni agar real dunyoda har qanday tahlil qilinadigan obyekt yoki jarayon, qoida tariqasida, bir vaqtning o'zida bir nechta omillar ta'sirida bo'lsa (iqtisodiy xususiyatga ega bo'lishi shart emas), eksperiment sharoitida olim atrof-muhit sharoitlarini shunday sozlashi mumkin: natijada bu omillarning har birining ta'sirini alohida, bir-biridan mustaqil ravishda baholash mumkin bo'ladi.

Eksperimental iqtisodda nazariyani barcha empirik sinovdan o'tkazish test kuzatuvlarini to'g'ri talqin qilish uchun zarur bo'lgan turli yordamchi gipotezalarni kiritishni talab qiladi. Nazariyaning har bir testi yordamchi gipotezalar bilan aniqlangan sharoitlarda nazariyaning kompleks sinovi bo'lib, yordamchi shartlar esa boshlang'ich shartlardir, ya'ni nazariya sinovdan o'tgan paytda mavjud bo'lgan yordamchi taxminlardir. Tekshirib bo'lmaydigan yordamchi farazlar keyingi tadqiqotlar uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Xulq-atvor nazariyasini qurish va uni tekshirish empirik tadqiqot jarayonida amalga oshirilishi kerak deb taxmin qilinganligi sababli, xususiydan umumiyga o'tadigan induktiv usullarga alohida e'tibor beriladi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti me'yoriy usullarni ham qo'llaydi. Muammolar doirasini va ularni hal qilishning mumkin bo'lgan yo'llarini aniqlab, xulq-atvor iqtisodiyoti shaxsning xulq-atvori va eng yaxshi xulq-atvor strategiyasini topadi, shu bilan birga me'yoriy konsepsiyani yaratish quyidagi bosqichlardan o'tadi:

1) pravoslav fanining ustun nazariy g'oyalari asosida kashf etilgan hodisalarni, g'ayritabiiy ko'rinadigan iqtisodiy hodisalarni izlash, hujjatli tasdiqlash va takroriy eksperimental yoki empirik tekshirish;

2) iqtisodiy subyektlarning xatti-harakatlarida kuzatilgan aniqlikni tushuntirishga, qo'lga kiritishga qodir bo'lgan muqobil modelni ishlab chiqish, bu esa o'z navbatida qo'llaniladigan standart nazariyadan, qoida tariqasida, bir yoki ikkita qo'shimcha o'zgaruvchilar, mustaqil argumentlar kiritish orqali farq qiladi, ya'ni shaxslarning xatti-harakatlariga jiddiy ta'sir ko'rsatadigan psixologik omillar;

3) yangi taklif qilingan modeldan ahamiyatsiz, inkor etilmaydigan oqibatlarni olish va ularni pravoslav versiyaga nisbatan bashorat qilish qobiliyatini aniqlash uchun haqiqiy ma'lumotlarda tekshirish.

Xulq-atvor iqtisodiyoti chegaralangan ratsionallik nazariyasi metodologiyasiga asoslanadi. G. Simonning chegaralangan ratsionallik konsepsiyasi kompaniyaning o'zining asosiy maqsadi – foydani maksimal darajada oshirishga intilib, oqilona harakat qilishiga shubha tug'diradi. Saymon konsepsiyasiga ko'ra, firma – bu murakkab tashkilot bo'lib, unda qarorlar uning a'zolari tomonidan birgalikda qabul qilinadi, shuning uchun ular har doim ham mantiqiy emas, chunki ular firma a'zolarining shaxsiy manfaatlari va qarorlarning oqibatlarini to'liq oldindan ko'ra olmaslik izlarini o'z ichiga oladi. Saymonning ta'kidlashicha, firmaning asl maqsadi foydani ko'paytirish emas, balki uning barcha a'zolari uchun maqbul yechimlarni topishdir.

Shaxsga kelsak, foydalilikni maksimal darajada oshirish uchun u shunchaki hisoblash qobiliyatiga ega emas. Buning sababi yetarli ma'lumotlarning yetishmasligi va xo'jalik yurituvchi subyektning uni qayta ishlash qobiliyatidir. Simon modelida qaror qabul qilish jarayonini ikkita asosiy tushuncha bilan tavsiflash mumkin – qoniqarli variantni izlash va qabul qilish (qoniqish). Neoklassik nazariyadan farqli o'laroq, cheklangan ma'lumot va hisoblash qobiliyatiga ega bo'lgan odam foydali funktsiya uchun faqat uchta alternativa – qoniqarli, qoniqarsiz va befarq variantlarga ega. Natijada, xo'jalik yurituvchi subyektt quyidagicha ishlaydi: variantlarni qidirish birinchi maqbul (qoniqarli) variant topilgunga qadar amalga oshiriladi va keyin to'xtaydi. Variantning maqbul yoki nomaqbulligini har kim o'zi belgilaydi. Simon bu jarayonni psixologiya fanidan olingan "da'volar darajasi" toifasi yordamida tavsiflaydi. Da'volar darajasi konsepsiyasi har bir daqiqada odam nimaga ishonishi mumkinligi (huquqi bor) haqida tasavvurga ega bo'lishini taxmin qiladi. Da'volar darajasi bunday harakatning oldingi to'plangan tajribasiga bog'liq. Agar oldingi urinish muvaffaqiyatli bo'lsa, da'volar darajasi ko'tariladi – odam o'z oldiga yuqori maqsad qo'yadi. Muvaffaqiyatsiz bo'lsa, da'volar darajasi pasayadi, chunki inson o'z qobiliyatlarini tanqidlay boshlaydi. Variant, agar u odamga da'volar darajasini yengib o'tishga imkon bersa, qoniqarli deb hisoblanadi. Shu bilan birga, chegaralangan ratsionallik tushunchasi keng ko'lamli hodisalarga nisbatan qo'llanilishi uchun yetarlicha mavhumdir, chunki uni amalda qo'llash murakkab formulalar va hisob-kitoblarni talab qiladi.

2.2. Noaniqlik sharoitida odamlarning xatti-harakati.

Odatda bunday sharoitda qabul qilinadigan qarorlar ehtimollik nazariyasiga mos kelmaydi. Masalan, inson kelajakdagi daromadlarini mutlaq ko'rinishda baholay olmaydi – u ularni qandaydir odatiy daromad darajasi bilan yoki hozirgi daraja bilan solishtirganda baholaydi. Bundan tashqari, agar biror kishi xavf va noaniqlik ostida ketma-ket qarorlar qabul qilsa, u har bir qadamda foyda va yo'qotishlarni baholaydi va ularni hech qachon yagona foyda yoki zararga birlashtirmaydi va qarorlarning butun ketma-ketligi uning farovonligiga ta'sirini baholamaydi. Hozirgi vaqtda xulq-atvor iqtisodiyoti nazariyasining asosiy tadqiqot yo'nalishlari quyidagilardir:

- istiqbol nazariyasi (xavf va noaniqlik sharoitida shaxsni oqilona tanlash nazariyasi, kutilmagan foydalilik nazariyasi, aniqlangan tipik og'ishlar, shaxsning xatti-harakatlaridagi stereotiplar, kognitiv evristika deb ataladigan);

- o'yin nazariyasi va savdolashish nazariyasi (xulq-atvor o'yin nazariyalari, "adolatli muvozanat", "ultimatimli o'yinlar" va "diktator o'yinlari" tushunchalari);

- auktsionlar nazariyasi, kim oshdi savdosi turiga (golland, ingliz, amerika) qarab turli narx strategiyalarini eksperimental sinovdan o'tkazish va an'anaviy modellarning real ma'lumotlar bo'yicha oqibatlarini tasdiqlash darajasini aniqlash.

Ehtimollar nazariyasiga asoslangan qaror qabul qilishning oldindan mavjud bo'lgan nazariyalari o'rniga, Kahneman va Tverskiy o'zlarining tadqiqotlari natijalarini talqin qilish, istiqbollor nazariyasi yoki xavf va noaniqlik sharoitida oqilona tanlovga asoslangan alternativani taklif qildilar. Asosan, istiqbol nazariyasi oddiy risk lotereyalari yoki koeffitsientlarini baholash funksiyasining uchta o'ziga xos xususiyatiga tayanadi. Ushbu xususiyatlar xavfni o'z ichiga olgan oddiy alternativalar o'rtasida tanlov sharoitida turli shaxslarga xos bo'lgan psixologik bog'liqlikni aks ettiradi, masalan:

- a) boshlang'ich pozitsiyaga bog'liqlik: harakatlar qiymatini baholash o'zgarishlarni tahlil qilish orqali boshlang'ich pozitsiyasiga nisbatan aniqlanadi;

- b) yo'qotishdan qochish: yo'qotishlar bo'lsa, shaxs tanlov qiymatini salbiy deb baholaydi, foyda bo'lsa – ijobiy;

c) sezgirlikning pasayishi: daromad va yo'qotishlarning chegaraviy qiymati ularning o'lchamlari ortishi bilan kamayadi. Bu xususiyat ham baholash funksiyasi, ham ehtimollik vazni funksiyasining o'ziga xos xususiyati hisoblanadi.

Ehtimol, o'yin nazariyasini ko'rib chiqishda e'tibor berish kerak bo'lgan eng muhim narsa bu ijtimoiy imtiyozlar va adolatli taqsimot nazariyasi. Eng oddiy tushuntirish standart ultimatum o'yini. Ushbu oddiy o'yin holati olimlarning katta e'tiborini tortdi, chunki eksperimental tadqiqotlar natijalari rasmiy o'yin nazariyasi bashoratlaridan keskin farq qiladi, ya'ni shaxs faqat o'zining shaxsiy manfaatlariga amal qiladi. Gap shundaki, o'yin nazariyasiga asoslanib, ikkinchi o'yinchi pulni bo'lish uchun har qanday taklifni qabul qilishga tayyor bo'lishi kerak, bu qanchalik kichik bo'lishidannazar, ijobiy qiymatni nazarda tutadi. Birinchisining maqsadi – bu holatda imkon qadar ko'proq pul ushlab turish. Biroq, so'nggi yillarda turli mamlakatlardagi turli olimlar guruhlaridan o'tkazilgan ko'plab shunga o'xshash eksperimentlar ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, pulni ikkinchi o'yinchiga bo'lish bo'yicha dastlabki taklif umumiy miqdorning o'rtacha 35-45% ni tashkil etdi, pulning 20% dan kamrog'i ko'pincha rad etildi. Shunday qilib, xulq-atvor o'yinlari nazariyasi deb ataladigan sohada allaqachon pravoslav nazariya bilan raqobatlasha oladigan bir qator muqobil modellar ishlab chiqilgan (hech bo'lmaganda haqiqiy ma'lumotlarni tasdiqlash nuqtai nazaridan).

Kim oshdi savdosi nazariyasida auksion deganda tovarlarni taqsimlash va sotuvga qo'yilgan tovarlar narxini shakllantirishning iqtisodiy mexanizmi tushuniladi. Kim oshdi savdosida sotiladigan tovarlarning xossalari va xususiyatiga qarab, auksionlarning har xil turlari mavjud: inglizcha (narxni oshirish), gollandcha (pasayish narxi), muhrlangan taklif, Vikri.

Ingliz auksioni, eng keng tarqalgan turi, san'at, vino, antiqa buyumlarni sotish uchun ishlatiladi. Sotish narxi avval taklif qilinadi, keyin esa ko'tariladi. Kim oshdi savdosi hech kim narxni yanada oshirishga tayyor bo'lmaganda tugaydi. Yakuniy narx xaridorlar tomonidan taklif qilingan oxirgi maksimal narx sifatida shakllantiriladi. Ingliz auksioni quyidagilar bo'lishi mumkin:

a) to'g'ridan-to'g'ri, sotuvchi o'z narxini belgilaganda va xaridorlar o'zaro kurashganda;

b) aksincha, xaridor tovar uchun to'lashga tayyor bo'lgan boshlang'ich maksimal narxni belgilaganda va sotuvchilar unga o'z takliflarini kiritib, narxni asta-sekin pasaytirganda.

Gollandiya auksioni yoki pasayib borayotgan narx auksioni narxning asl narxidan pasayishini anglatadi. Kim oshdi savdosi sotuvchilar o'rtasida o'tkaziladi va hech kim narxni yanada pasaytirishga tayyor bo'lmaguncha davom etadi. Gollandiya auksionining asosiy afzalliklaridan biri bu tezlik bo'lib, butun jarayon nisbatan oz vaqtni oladi. Bunday auksionlar Gollandiyada gul bozorlarida qo'llaniladi.

Muhrlangan kim oshdi savdosida har bir ishtirokchi yopiq konvertida bitta taklifni taqdim etadi. G'olib, agar u eng yuqori narxni taklif qilsa, konvertlarning ochilishida aniqlanadi. Ushbu turdagi auksion ko'pincha boshqa (birinchi navbatda moliyaviy) joylarda kredit va valyutani qayta moliyalashtirish uchun ishlatiladi.

Vickrey auksioni yopiq auksionga o'xshaydi, unda ishtirokchilar o'z takliflarini yopiq konvertlarda taqdim etadilar. Auksion ishtirokchilari bir-birining stavkalarini bilishmaydi va maksimal taklifni taklif qilgan ishtirokchi sotib olish huquqini oladi, lekin narx ikkinchi maksimal taklif darajasida belgilanadi. Ushbu kim oshdi savdosining o'ziga xos xususiyati kim oshdi savdosi ishtirokchilari tomonidan tovar qiymatini baholashning haqiqatidir.

Daromad ekvivalentligining klassik nazariyasiga ko'ra, kim oshdi savdosining barcha to'rt turi sotuvchi uchun bir xil daromad darajasiga olib kelishi kerak. Biroq, lotning qiymatini baholash individualdir, shuning uchun xaridor xayr-ehson qilishga tayyor bo'lgan mablag'lar miqdori boshqacha. Agar shaxsiy tovar sotish niyatisiz foydalanilsa, uning individual qiymati past bo'ladi. San'at va antiqa buyumlar kabi tovarlarning qiymati qayta sotish, boyligni saqlash va qo'shimcha daromad olish istagiga asoslanadi. Har qanday mahsulotga ega bo'lish istagi darajasi shaxs to'lashga tayyor bo'lgan narxning individual darajasini belgilaydi.

Darhaqiqat, Gollandiya auksionida ham, muhrlangan taklif auksionida ham ishtirokchilar raqobatchilarning narxlari haqida hech qanday ma'lumotga ega emaslar, g'alaba qozongan taqdirda, ishtirokchi tovarni o'zi kutgan narxda oladi. Shuning uchun, daromadni maksimallashtirish nuqtai nazaridan, sotuvchi ushbu auksionlardan qaysi birini tanlashi muhim. Xaridorlar tomonidan xavflarni kamaytirish nuqtai nazaridan, bu ikki auksion pulni tejashga qodir emas. Savdo ishtirokchilarining taklif qilish uchun faqat bitta

imkoniyati borligi sababli, lotni yo'qotish qo'rquvi ularni shaxsning obyekt qiymatini baholash darajasidan biroz yuqoriroq taklif qilishga majbur qiladi. Ingliz auksionida va Vikri kim oshdi savdosida ishtirokchilar xavf koeffitsientlaridan qat'iy nazar, tovarni baholash bo'yicha taklif berishga majbur.

Shunday qilib, ba'zi xulosalar chiqarish mumkin.

An'anaviy iqtisod odamlarning, agar universal bo'lmasa ham, hech bo'lmaganda bozor munosabatlari ishtirokchisi sifatida harakat qiladigan vaziyatlarda juda oqilona ekanligini taxmin qiladi. Bu shuni anglatadiki, ular barcha tegishli ma'lumotlarga ega (har qanday holatda ham, olishlari mumkin) va shu asosda ular duch keladigan tanlov oqibatlarini oldindan hisoblash va baholashga qodir. Buning yordamida ular oqilona va muvozanatli qarorlar qabul qilish qobiliyatiga ega bo'lishadi. Albatta, bunday qarorlar noto'g'ri bo'lib chiqishi mumkin, klassik iqtisod bu imkoniyatni tan oladi. Biroq, u biz o'z xatolarimizdan samarali saboq olishimiz mumkinligiga ishonch hosil qiladi – o'z kuchimiz va A. Smit bozorning ko'rinmas qo'li deb atagan narsaning yordami va majburlashi bilan. Ushbu taxminlarga asoslanib, klassik iqtisodchilar zamonaviy hayotning eng xilma-xil tomonlari haqida uzoqni ko'zlagan xulosalar chiqaradilar.

Xulq-atvor iqtisodiyoti tarafdorlari bu postulatlarga qat'iy rozi emaslar. Ularning nuqtai nazari bo'yicha, oqilona iqtisodiy odam bo'lmagan, mavjud emas va hech qachon bo'lmaydi. Irratsionallik bizning fikrlashimizda ham, xatti-harakatlarimizda ham chuqur va qaytarib bo'lmaydigan tarzda muhrlangan. Eng muhimi, bu tasodifiy ham, ma'nosiz ham emas – aksincha, bu juda tizimli va oldindan aytib bo'ladigan. Biz doimo ratsionallik qonunlaridan chetga chiqamiz, hatto ular hech qanday cheklovlarsiz hukmronlik qiladigan vaziyatlarda ham. Ehtimol, bunday xatti-harakatlar bizning miyamiz tuzilmalarida va, ehtimol, genlarimizda chuqur va qat'iy dasturlashtirilgan.

Standart iqtisod axloqiy jihatdan xulq-atvor iqtisodiyotidan ustunroq deb o'ylash mumkin, chunki u odamni ancha optimizm bilan qabul qiladi. Ammo bu optimizm afsonalarga tayanadi, uning haqiqiy hayotga hech qanday aloqasi yo'q. Xulq-atvor iqtisodining ko'zga ko'ringan pessimizmi shunchaki noloyiq belgidir. Insonni qanday bo'lsa, shunday ko'rish qobiliyati pessimizm emas, balki realizm belgisidir. Va bu realizm juda pragmatikdir. Inson xulq-atvorining tuzatib bo'lmaydigan mantiqsizligini tan olish ushbu

mantiqsizlikni to'g'irlash va uning inson va jamiyat uchun salbiy oqibatlarini zaiflashtirishi mumkin bo'lgan harakatlarni (masalan, moliyaviy yoki ijtimoiy siyosat sohasida) izlashga yo'l ochadi.

Misol uchun, ma'lumki, so'nggi yillarda amerikaliklar qarilik uchun jamg'arishni to'xtatgan bo'lsa, endi ular topganidan ko'ra ko'proq mablag' sarflamoqda. Bunday xatti-harakatlar, albatta, mutlaqo mantiqsizdir, chunki davlat mablag'laridan to'lovlar hech qanday tarzda normal hayot tarzini ta'minlamaydi. Siz ushbu tendentsiyani e'tiborsiz qoldirishingiz mumkin yoki siz (xuddi xulq-atvor iqtisodchilari kabi) ish beruvchilar, banklar, kredit kompaniyalari va hukumatlar odamlarga o'z daromadlarini oqilona boshqarishda yordam berish usullari haqida o'ylashingiz mumkin.

D. Ariely keltirgan misolni eslash mumkin, u bitta yirik kompaniya universitet maslahatchilarining maslahati asosida o'z xodimlarini kelajakdagi ish haqining ma'lum foizini avtomatik ravishda pensiya jamg'armalariga investitsiya qilishga taklif qilganini ta'kidlaydi. Bu tavsiya eksperimentlar natijalariga (albatta, xulq-atvor iqtisodchilari tomonidan) asoslangan bo'lib, odamlar hali yo'q, lekin ega bo'lishga umid qilayotgan puldan xayrlashishga ko'proq tayyor ekanligini ko'rsatdi. U a'lo darajada ishladi: bir necha yil ichida pensiyalarga ushlab qolingan maoshlarning ulushi 3,5 foizdan 13,5 foizga ko'tarildi.

Shunday qilib, biz "iqtisodiy odam" klassik iqtisod uni deb hisoblagandek mukammal emas, balki o'zini-o'zi takomillashtirishga qodir degan xulosaga kelishimiz mumkin. Hech bo'lmaganda xulq-atvor iqtisodchilari bunga ishonishadi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti tahlil farazlari uchun yanada real psixologik asosni ta'minlash orqali an'anaviy nazariyaning tushuntirish kuchini oshiradi. Shuni ta'kidlash kerakki, bu neoklassik yondashuvni, ya'ni foydalilikni maksimallashtirish, umumiy iqtisodiy muvozanat va samaradorlik tushunchasini umuman rad etishni anglatmaydi. Aksincha, xulq-atvor nazariyotchilari pravoslav nazariyasining bir versiyasini o'zlarining boshlang'ich nuqtasi sifatida qabul qiladilar va neoklassik yondashuv iqtisodiy xatti-harakatlarning barcha mumkin bo'lgan turlarining ko'pligini tushuntirishda, shuningdek, rad etilishi mumkin bo'lgan farazlarni ilgari surishda o'z samarasini bergan deb hisoblaydilar. Bu holda, butun gap shundaki, tadqiqot metodologiyasi neoklassitsizm ilmiy paradigma sifatida (an'anaviy ravishda uning faoliyat sohasi hisoblanmaydigan bilim sohaslariga

tarqalishi tufayli) keng qamrovli rivojlanish usullarini tugatgan va asl nusxani sifatli modernizatsiya qilishni talab qiladi.

2.3. Iqtisodiy nazariyada xulq-atvor.

Modernizatsiyaning o'xshash versiyasi aynan xulq-atvorli iqtisodiy nazariyadir. U qaror qabul qilish jarayonlarida me'yoriy va ijobiy tadqiqotlar o'rtasidagi farqlarni yanada aniqlaydi. Agar M.Fridmanning uzoq vaqt davomida tirik iqtisodchilarning ko'pchiligi uchun o'ziga xos manifest va harakat dasturiga aylangan "Pozitiv iqtisodiyot metodologiyasi" (1953) nomli mashhur maqolasini eslasak, bu jarayon yanada qiziqarliroq ko'rinadi. Fridmanning asosiy yo'nalishi farazlarning iqtisodiy tahlildagi roli va ahamiyati bilan bog'liq.

Shu sababli, qarama-qarshi uslubiy yo'nalishni o'rganish katta qiziqish uyg'otadi – sof mavhum mantiqiy hisob-kitoblar va mulohazalar bilan bir qatorda, qat'iy fikrni tayyorlagan xulq-atvor iqtisodiyoti vakillari tomonidan Fridmanga (biroz kechikkan bo'lsa ham) javobning o'ziga xos turi, ya'ni real iqtisodiy hayotdan olingan faktlar va kuzatishlar asosi bo'lib, ularning foydasiga guvohlik beradi.

J.Stigler o'z asarlaridan birida raqobatlashuvchi iqtisodiy nazariyalarni solishtirish uchun quyidagi uchta mezon asos bo'lishi kerakligini ta'kidlagan: umumiylik, foydalanish qulayligi va voqelikka muvofiqligi. Xulq-atvor iqtisodining vakillari o'z ishlariga nisbatan bu nuqtai nazarni to'liq qo'llab-quvvatlaymiz: "Biz nazariyaning yakuniy sinovi xatti-harakatning haqiqiy sabablarini aniqlaydigan aniqlikdir, degan zamonaviy g'oyalarni baham ko'ramiz; to'g'ri bashorat qilish qobiliyati nazariyaning to'g'ri asoslarini, xatti-harakatlarning sabablarini topgani va modellarning yanada real taxminlari bunga hissa qo'shadigan kuchli dalildir.

Shunday qilib, agar bugungi kunda xulq-atvor iqtisodiyoti doirasida qo'llaniladigan usullar haqida gapiradigan bo'lsak, ular iqtisodning boshqa sohalarida qo'llaniladigan usullar bilan bir xil bo'lib, dala tadqiqotlari natijasida to'plangan ma'lumotlarni tahlil qilishning ekonometrik usullaridan tortib, eksperimental sinov bilan yakunlanadi. laboratoriya sharoitida turli iqtisodiy tushunchalar. Biroq, chuqurroq o'rganib chiqqach, ma'lum bo'ladiki, rivojlanishning dastlabki davrida xulq-atvorli iqtisodiy nazariyaning asosi asosan eksperimental iqtisodiyot deb ataladigan ma'lumotlar va natijalar edi, chunki bu yo'nalishning mafkuraviy salafлари

iqtisodchilar emas edi, balki ilmiy ishning boshqa usullarini qo'llagan kognitiv psixologiya vakillari edi.

Ilgari, individual iqtisodchilarning laboratoriyada real iqtisodiy hodisalarning analoglarini (masalan, bozor almashinuvining turli xil turlari, nomukammal ma'lumotlar va institutsional cheklovlar sharoitida qaror qabul qilish holatlarida individual xatti-harakatlarning turli modellari va strategiyalari) va ularning keyingi sa'y-harakatlari bo'lib, tahlillar faqat qiziqarli tajribalar sifatida qabul qilingan, so'nggi o'n yilliklarda vaziyat keskin o'zgargan. Eksperimental tadqiqotlarning butun oqimi va olingan natijalar ilgari shubhasiz bo'lgan an'anaviy nazariyaning xulosalarini jiddiy ravishda tuzatdi. 2002 yilda iqtisod sohasidagi laboratoriya tajribalarining kashshofi V. Smitga iqtisod bo'yicha Nobel mukofoti berilishi muhim voqea bo'ldi.

So'nggi o'n yilliklardagi eksperimental tadqiqotlarning eng aniq natijalaridan biri bu Neumann-Morgensternning kutilgan foydalilik nazariyasi (xavf ostida individual tanlov bilan) va L. Savagening subyektiv kutilgan foydalilik nazariyasi (noaniqlik sharoitida xatti-harakatlarni o'rganish uchun mo'ljallangan) sifatida obro'sizlantirishdir, ya'ni odamlarning haqiqiy xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun yetarli vosita hisoblanadi. Aynan eksperimental ish zamonaviy ratsional tanlov nazariyasi sohasida hal qiluvchi nuqta bo'ldi, shundan so'ng ko'plab olimlar (iqtisodchilar, psixologlar) o'zlarining an'anaviy qarashlarini qayta ko'rib chiqdilar. Nazariy modellarda inson tabiatining o'ziga xos xususiyatlari va fazilatlarini aks ettiruvchi turli xil psixologik va ijtimoiy omillarni aniqlash va hisobga olish istagi paydo bo'ldi (masalan, cheklangan kognitiv imkoniyatlar va axborotni qayta ishlash jarayoniga xos bo'lgan og'ishlar; shaxslarning adolatga intilishi), bir-biri bilan o'zaro munosabat; podani his qilish, ijtimoiy maqomning ahamiyati va boshqalar.

Xulq-atvor iqtisodchilarining eksperimental tadqiqot usullaridan foydalanishni qo'llab-quvvatlovchi asosiy dalil shundan iboratki, bu holda oddiy ma'lumotlarni to'plash va faktlarni bayon qilishdan farqli o'laroq, olimlar shaxsning xatti-harakatlaridagi o'rganilayotgan o'zgaruvchilarni yanada aniqroq nazorat qilish va kuzatishga muvaffaq bo'lishdi va agar kerak bo'lsa, pravoslav tushuntirishni muqobil xulq-atvor tushunchalaridan ajratish, ya'ni agar real dunyoda har qanday tahlil qilinadigan obyekt yoki jarayonda, qoida tariqasida, bir vaqtning o'zida bir nechta omillar (iqtisodiy xususiyatga

ega bo'lishi shart emas) ta'sir qilsa, olim V. Smit terminologiyasidan foydalangan holda, tajriba sharoitida "sozlashi" mumkin, atrof-muhit sharoitlari shunday bo'ladiki, natijada bu omillarning har birining ta'sirini bir-biridan mustaqil ravishda alohida baholash mumkin bo'ladi.

Xulq-atvor iqtisodchilari an'anaviy nazariyani modernizatsiya qiladigan harakatlar dasturiga kelsak, u quyidagilarga to'g'ri keladi. Birinchidan, bu pravoslav fanining hukmron nazariy g'oyalarga (masalan, M. Alle va D. Elsbergning paradokslari, uchta – g'ayritabiiy g'oyalarga asoslanib, g'ayritabiiy ko'rinadigan iqtisodiy hodisalarni izlash, hujjatli tasdiqlash va takroriy eksperimental yoki empirik tekshirish (xavfga bo'lgan munosabatning to'rtta namunasi)). Ikkinchidan, bu, qoida tariqasida, jiddiy psixologik omillarni tavsiflovchi bir yoki ikkita qo'shimcha mustaqil dalillarni kiritish orqali standart nazariyadan farq qiladigan iqtisodiy subyektlarning harakatlarida aniqlangan qonuniyatlarni tushuntira oladigan alternativ modelni ishlab chiqishdir. Uchinchidan, bu yangi modeldan ahamiyatsiz, inkor etilmaydigan oqibatlarni olish va ularni pravoslav versiyaga nisbatan bashorat qilish qobiliyatini aniqlash uchun haqiqiy ma'lumotlarda tekshirish.

Yuqorida aytilganlarning barchasini umumlashtirgan holda, uning tarafdorlari tomonidan xulq-atvor iqtisodiy nazariya deb atalgan tadqiqot yo'nalishi, umuman olganda, turli xil iqtisodiy hodisalarni o'rganishda o'z samarasini isbotlagan mantiqiy analitik tuzilma ekanligini ta'kidlash o'rinlidir. Shunga qaramay, biz tushunchalar va qarashlarning yaxshi shakllangan tizimi bilan shug'ullanmoqdamiz, deyishga erta tuyuladi. Xulq-atvor konsepsiyasining faqat bir nechta bo'limlari izchil nazariya va turli xil amaliy qo'llanmalar bilan maqtanishi mumkin. Biroq, bizning fikrimizcha, bu yo'nalish vakillarining keyingi ilmiy ishlari va vaqt talabidir. Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasi vakillari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarning ilmiy hissasi va amaliy ahamiyati shundan iboratki, bu tufayli an'anaviy yo'nalishga xos bo'lgan mavjud cheklovlar asta-sekin yo'q qilinadi. Bir tomondan, nazariyaning bashorat qilish imkoniyatlari sezilarli darajada yaxshilanadi, ikkinchi tomondan, uning ilgari tahlilda ishtirok etmagan hodisalar maydoniga kengayishi kuzatiladi. Binobarin, neoklassik nazariyaning o'zi mafkuraviy jihatdan yanada kuchliroq va tushuntirilgan hodisalar soni jihatidan mazmunli bo'ladi.

Bunga ko'p jihatdan an'anaviy tadqiqot metodologiyasini qayta ko'rib chiqish orqali erishildi, ya'ni iqtisodiy tahlilda inson tabiati bilan bog'liq boshlang'ich binolarning roli va ahamiyati bilan. Bunday holda, nazariyani bunday modernizatsiya qilishga chaqiriqlarni sodir bo'lgan o'zgarishlar davridan ancha oldin turli olimlarning ishlarida topish mumkinligini hisobga olsak, bu yanada ramziy ko'rinadi.

2.4. An'anaviy iqtisodiy nazariyaning to'liq muvaffaqiyat bilan tasdiqlanganligi

An'anaviy iqtisodiy nazariyani qanday sinovdan o'tkazish kerak? Shu bilan bog'liq savol: "Agar an'anaviy iqtisodiy nazariya to'liq muvaffaqiyat bilan tasdiqlanmasa uning ko'pgina ilovalari va bashoratlari haqiqatga to'g'ri kelmaydi, uni qanday yaxshilash mumkin?" Mumkin bo'lgan javoblardan biri tahlil asosidagi taxminlarni yanada realroq tasvirlashdadir. Iqtisodiyot nazariyasida ijtimoiy o'rganish va dinamik tahlil tamoyillaridan foydalanish bu yo'nalishda taraqqiyotni va'da qiladi.

Biroq, mikroiqtisodiy darajada olingan shunga o'xshash natijalar allaqachon alohida iqtisodchilar tomonidan ma'lum makroiqtisodiy hodisalarni tushuntirishda (masalan, ish haqi, ishsizlik darajasini aniqlash va hokazo), iqtisodiyotni bir butun sifatida tavsiflovchi modellarni yaratishda foydalanilgan. Shu bois, J.Akerlofning 2001-yil dekabr oyida Kopengagenda mukofot topshirish marosimida o'qigan "Xulq-atvor makroiqtisodiyoti va makroiqtisodiy xulq" nomli Nobel ma'ruzasining sarlavhasi bu borada muhim ahamiyat kasb etadi. Unda keltirilgan g'oyalar xulq-atvor sohasidagi yutuqlardan dalolat beradi, yani iqtisodiy nazariya allaqachon hamma joyda qo'llanilmoqda.

Xulosa qilishimiz mumkinki, xulq-atvor iqtisodiyoti vakillari tomonidan neoklassitsizmdan chekinish radikal emas. Ular mavjud tadqiqot ishlariga butunlay mos keladi. Buning yagona maqsadi – shaxslarning ratsionalligi haqidagi kuchli, qat'iy taxminlarni psixologik tadqiqotlar natijalariga ko'proq mos keladigan taxminlar bilan almashtirish va shu bilan birga bu natijalarning matematik tuzilishiga alohida e'tibor berishdir. Shunday qilib, xulq-atvor iqtisodiy nazariyaning nazariy konstruksiyalari bilan real hayot faktlari o'rtasidagi bog'lanishga erishiladi va nazariyaning o'zi ijobiy xarakter kasb etadi.

Tayanch so'z va iboralar

Iqtisodiy muammolar, metodologiya, noaniqlik sharoiti, modernizatsiya, gipoteza, post-pozitivizm muammolari, iqtisodiy fan, iqtisodiyot metodologiyasi, nazariy va amaliy faoliyat, xavf darajasi, talab va taklif, biznes sikllari, soliq tizimlari, inflyatsiya, g'oya, tafakkur, ratsional agent, "Qiziqish nazariyasi", muvaffaqiyatsizlik, psixologiya, bozor strategiyasi, daromad, tavakkalchilik, kognitiv evristika, adolatli muvozanat, ultimatumli o'yinlar, diktatorlik o'yinlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Iqtisodiy muammolar metodologiyasi deganda nimani tushunasiz?
2. Noaniqlik sharoiti degan iborani mohiyatini tushuntirib bering?
3. Modernizatsiya deganda nimani tushunasiz?
4. Mamlakat rivojlanishida modernizatsiyaning ahamiyatini tushuntirib bering?
5. Gipoteza so'zining ma'nosini izohlab bering?
6. Post-pozitivizm muammolari deganda qanaqa muammolarni tushunasiz?
7. Amaliy faoliyat nazariy faoliyatdan nimasi bilan farq qiladi?
8. Biznes sikllari deganda nimani tushunasiz?
9. Sizingcha inflyatsiya darajasini pasaytirish uchun nima qilish kerak?
10. Adolatli muvozanat deganda nimani tushunasiz?
11. Ultimatumli o'yinlar qanaqa o'yinlar?
12. Diktatorlik o'yinlar qanaqa o'yinlar?

Testlar

1. Hozirgi vaqtda Qo'shma Shtatlarda iqtisod talabalarining necha foizi mamlakatning y yetakchi universitetlarida xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha ixtisoslashgan?
 - A. 20 foizi
 - B. 25 foizi
 - C. 15 foizi
 - D. 10 foizi

2. 2002 yil uchun Nobel mukofotining ushbu soha tadqiqotchisi – amerikalik psixolog ...ga berilishi xulq-atvor iqtisodiyotining rivojlanishida ijobiy rol o'ynadi.

- A. D.Kaneman
- B. A.Smit
- C. D.Rikardo
- D. J.Mill

3. Xulq-atvor iqtisodiyotini o'rganish orqali mutaxassislar nimani tushunishga harakat qilishadi?

A. Xulq-atvor iqtisodiyotini o'rganish orqali mutaxassislar psixologik hodisalar, hissiyotlar va guruh dinamikasi iqtisodiy qarorlarni qabul qilishga qanday ta'sir qilishini tushunishga harakat qilishadi.

B. Xulq-atvor iqtisodiyotini o'rganish orqali mutaxassislar psixologik hodisalar va hissiyotlar iqtisodiy qarorlarni qabul qilishga qanday ta'sir qilishini tushunishga harakat qilishadi.

C. Xulq-atvor iqtisodiyotini o'rganish orqali mutaxassislar psixologik hodisalar va guruh dinamikasi iqtisodiy qarorlarni qabul qilishga qanday ta'sir qilishini tushunishga harakat qilishadi.

D. Xulq-atvor iqtisodiyotini o'rganish orqali mutaxassislar psixologik hissiyotlar va guruh dinamikasi iqtisodiy qarorlarni qabul qilishga qanday ta'sir qilishini tushunishga harakat qilishadi.

4. Xulq-atvor iqtisodiyoti ...

A. Xulq-atvor iqtisodiyoti ilmiy jamoatchilikning yangi intellektual platformasi, yangi yo'nalishi sifatida shakllanmoqda.

B. Xulq-atvor iqtisodiyoti iqtisodiy jamoatchilikning yangi intellektual platformasi, yangi yo'nalishi sifatida shakllanmoqda.

C. Xulq-atvor iqtisodiyoti ijtimoiy jamoatchilikning yangi intellektual platformasi, yangi yo'nalishi sifatida shakllanmoqda.

D. Xulq-atvor iqtisodiyoti ilmiy jamoatchilikning eski intellektual platformasi, yangi yo'nalishi sifatida shakllanmoqda.

5. Iqtisodiyot atamasi nechanchi asrda ixtiro qilingan?

- A. VI asrda
- B. VIII asrda
- C. XI asrda
- D. XV asrda

6. Zamonaviy sharoitda "iqtisod" atamasi turli ma'nolarda qo'llaniladimi?

A. ma'lum bir mamlakatning milliy iqtisodiyoti yoki uning bir qismi, shu jumladan alohida tarmoqlari (sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqalar); tuman, viloyat, mamlakat, mamlakatlar guruhi yoki butun dunyo iqtisodiyoti.

B. ma'lum bir mamlakatning milliy iqtisodiyoti, shu jumladan alohida tarmoqlari (sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqalar); tuman, viloyat, mamlakat, mamlakatlar guruhi yoki butun dunyo iqtisodiyoti.

C. ma'lum bir mamlakatning milliy iqtisodiyoti yoki uning bir qismi, shu jumladan alohida tarmoqlari (sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqalar); tuman, mamlakat, mamlakatlar guruhi yoki butun dunyo iqtisodiyoti.

D. ma'lum bir mamlakatning milliy iqtisodiyoti yoki uning bir qismi, shu jumladan alohida tarmoqlari (sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqalar); tuman, viloyat, mamlakat, mamlakatlar guruhi iqtisodiyoti.

7. Iqtisodiyot fan sifatida nechanchi asrlarda vujudga kelgan?

A. XIII – XIV asrlarda.

B. XIV – XV asrlarda.

C. XV – XVI asrlarda.

D. XVII – XVIII asrlarda.

8. Xulq-atvor iqtisodiyoti – bu ...

A. iqtisodiyotning asosiy, hanuzgacha eng keng tarqalgan neoklassik yo'nalishiga alternativa sifatida qaraladigan eng zamonaviy tadqiqot yondashuvlaridan biridir.

B. iqtisodiyotning asosiy, hanuzgacha eng keng tarqalgan klassik yo'nalishiga alternativa sifatida qaraladigan eng zamonaviy tadqiqot yondashuvlaridan biridir.

C. iqtisodiyotning asosiy, hanuzgacha eng keng tarqalgan neoklassik yo'nalishiga alternativa sifatida qaraladigan eng qadimiy tadqiqot yondashuvlaridan biridir.

D. iqtisodiyotning asosiy, hanuzgacha eng keng tarqalgan klassik yo'nalishiga alternativa sifatida qaraladigan eng qadimiy tadqiqot yondashuvlaridan biridir.

9. Xulq-atvor iqtisodiyoti fani nimaga qaratilgan?

A. xulq-atvor iqtisodiyoti faqat tavsiflovchi usullar bilan cheklanib qolmasdan, qaror qabul qilishning umumlashtirilgan modelini yaratishga qaratilgan.

B. xulq-atvor iqtisodiyoti faqat qaror qabul qilishning umumlashtirilgan modelini yaratishga qaratilgan.

C. xulq-atvor iqtisodiyoti faqat tavsiflovchi usullar modelini yaratishga qaratilgan.

D. xulq-atvor iqtisodiyoti Faqat tavsiflovchi usullar bilan cheklanib qolmasdan, tahlil qilishning umumlashtirilgan modelini yaratishga qaratilgan.

10. Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasi doirasida tadqiqotchining maqsadi nimadan iborat?

A. haqiqiy qaror qabul qilish jarayoni qanday amalga oshirilayotganligini, uni qanday iqtisodiy omillar va sharoitlar belgilashini, ushbu qaror qabul qilish jarayonlariga xos tendensiyalar va qonuniyatlarni tushunishdan iborat.

B. haqiqiy qaror qabul qilish jarayoni qanday amalga oshirilayotganligini, uni qanday iqtisodiy omillar va sharoitlar belgilashini, tushunishdan iborat.

C. haqiqiy qaror qabul qilish jarayoni qanday amalga oshirilayotganligini, ushbu qaror qabul qilish jarayonlariga xos tendensiyalar va qonuniyatlarni tushunishdan iborat.

D. qanday iqtisodiy omillar va sharoitlar belgilashini, ushbu qaror qabul qilish jarayonlariga xos tendensiyalar va qonuniyatlarni tushunishdan iborat.

III BOB. A. KAHNEMAN VA A. TVERSKIYNING ISTIQBOL NAZARIYASI

3.1. "Iqtisodiyot" va iqtisodiy nazariyada qaror qabul qilish nazariyasi.

"Iqtisodiyot" va iqtisodiy nazariyada eng muhim va mashhur bo'lgan qaror qabul qilish nazariyasi ikkita tushunchaga asoslanadi: iqtisodiy agentlarning xatti-harakati va iste'molchilarning xatti-harakatlari. Ushbu konsepsiyalarning asosiy maqsadi qarorlar qabul qilishni o'rganish va savollarga javob olishdir: u yoki bu tanlovni amalga oshirishda shaxs nimaga rahbarlik qiladi va ularning iqtisodiy faoliyatida qaror qabul qilish mexanizmlari qanday.

Yigirmanchi asrda xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan qaror qabul qilishning ratsionalligining muqobil tushunchalari, shuningdek, "to'liq bo'lmagan ratsionallik" tushunchasi katta shuhrat qozona boshladi.

Hozirgi vaqtda biz iqtisodiy fanda qaror qabul qilishning bir nechta konsepsiyalarining birgalikda mavjudligi haqida gapirishimiz mumkin, ularning hech birini so'zsiz ustun deb hisoblash mumkin emas.

Qarorlar qabul qilishning muqobil iqtisodiy konsepsiyasini ishlab chiqishda katta hissa iqtisodning xulq-atvor maktabining asoschilaridan biri – Daniel Kahneman (1934 – hozirgi) va Amos Tverskiyga (1937-1996) tegishli. D. Kahneman 2002 yilda iqtisod bo'yicha Nobel mukofotiga sazovor bo'lgan "psixologik tadqiqotlar natijalarini iqtisodiyotga, birinchi navbatda, noaniqlik sharoitida hukmlar va qarorlar qabul qilish sohasidagi integratsiya uchun". Kahneman va Tverskiy empirik tarzda iqtisodiy odam tushunchasini sezilarli darajada to'ldirish va o'zgartirish kerakligini ko'rsatdi, chunki noaniqlik sharoitida biz ratsionallik postulatlariga zid keladigan bunday inson xatti-harakatlarini kuzatishimiz mumkin.

Olimlar irratsional xulq-atvor hodisalarini tushuntirish uchun istiqbol nazariyasi deb ataladigan nazariyani ilgari surdilar. Ushbu nazariyada aytilishicha, odamlar o'z tanlovlarida qabul qilingan qarorning foydaliligini maksimal darajada oshirmaydilar, balki eng katta psixologik nuqtai nazarga ega variantni tanlashadi. Tajribalar davomida ma'lum bo'lishicha, odamlar ekvivalent g'alabalardan ko'ra o'zlarining yo'qotishlari haqida ko'proq tashvishlanadilar, shuning uchun ular uchun psixologik qulaylik darajasi yuqori bo'lgan variantni tanlash juda muhim, shundan keyingina ular rentabellikni hisobga olishadi.

A. Tverskiy va D. Kahneman o'zlarining eksperimental tadqiqotlari natijasida iqtisodchilar tomonidan deviant (Aksariyat odamlarning tushunchasiga mos kelmaydigan xatti-harakatlar deviant deb ataladi) va tasodifiy deb hisoblangan irratsional xatti-harakatlar, ayniqsa, noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish haqida gap ketganda, aslida ancha keng tarqalgan degan xulosaga kelishdi. Bundan tashqari, odamlar tasodifiy bo'lmagan tarzda xatolarga yo'l qo'yishadi, irratsional xatti-harakatlarni psixologik usullar yordamida aniqlash va bashorat qilish mumkin.

Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar kutilayotgan foyda yoki yo'qotishlar hajmini ham, ularning ehtimolini ham oqilona baholay olmaydilar.

Birinchi, odamlar yo'qotish yoki g'alaba qozonishlariga qarab ekvivalent (daromad/yo'qotish nisbati bo'yicha) vaziyatlarga boshqacha munosabatda bo'lishlari aniqlandi. Bu hodisa boylikdagi o'zgarishlarga assimetrik javob deb ataladi. Inson yo'qotishdan qo'rqadi, ya'ni uning yo'qotishlar va daromadlar haqidagi his-tuyg'ulari assimetrikdir: odamning, masalan, 100 dollarni qo'lga kiritishdan qoniqish darajasi xuddi shu miqdorni yo'qotishdan umidsizlik darajasidan ancha past, shuning uchun odamlar yo'qotishlarning oldini olish uchun tavakkal qilishga tayyor, ammo foyda olish uchun tavakkal qilishga moyil emaslar.

Ikkinchi, eksperimentlar shuni ko'rsatdiki, odamlar ehtimollikni noto'g'ri baholashga moyil: ular sodir bo'lishi mumkin bo'lgan voqealar ehtimolini kam baholaydilar va kamroq bo'lgan hodisalarni ortiqcha baholaydilar. Olimlar qiziq bir qonuniyatni aniqladilar: ehtimollik nazariyasini yaxshi biladigan matematika talabalari ham o'z bilimlarini hayotiy vaziyatlarda ishlatmaydilar, balki o'zlarining stereotiplari, noto'g'ri qarashlari va his-tuyg'ularidan kelib chiqadilar.

Demak, ehtimollar nazariyasiga asoslangan qarorlar qabul qilish nazariyalari o'rniga D.Kanneman va A.Tverskiy yuqorida aytib o'tilgan istiqbol nazariyasini taklif qildilar.

Ushbu nazariyaga ko'ra, qaror qabul qilish jarayoni ikki bosqichda sodir bo'ladi: ular birinchi bosqichni axborotni qayta ishlash bosqichi (tahrirlash bosqichi), ikkinchisini – baholash (baholash bosqichi) deb atashadi. Birinchi bosqichda muqobil variantlarning dastlabki tahlili va ularni mavzu uchun qulayroq, soddalashtirilgan shaklda taqdim etish amalga oshiriladi. Ikkinchi bosqichda qayta ishlangan va mos shaklda taqdim etilgan alternativalar

baholanadi va yuqorida baholangan muqobil foydasiga yakuniy qaror qabul qilinadi. Birinchi bosqichning roli muqobillarni keyingi baholash va qaror qabul qilish jarayonini osonlashtirish uchun ularni tashkil qilish va o'zgartirishdan iborat. Baholash bosqichida muqobillar bilan bog'liq natijalar va ehtimollarni o'zgartiradigan muayyan operatsiyalar bajariladi. Bu operatsiyalar qaror qabul qilishning birinchi bosqichidagi ma'lumotlarni taqdim etish evristikasi bo'lib, odamlarga ma'lumotni sodda, tushunarli va ixcham tarzda tasavvur qilishiga yordam beradi, bu esa keyingi bosqichda muqobillarning foydaliligini baholashni osonlashtiradi.

Ushbu nazariyaga ko'ra, oddiy odam kelajakdagi foydani mutlaq ma'noda to'g'ri baholay olmaydi, aslida u buni umume'tirof etilgan standartlar bilan taqqoslab baholaydi, birinchi navbatda o'z pozitsiyasini yomonlashtirmaslikka harakat qiladi. Istiqbollar nazariyasi odamlarning "iqtisodiy odam" nuqtai nazaridan tushunib bo'lmaydigan ko'plab mantiqsiz harakatlarini tushuntirish uchun ishlatilishi mumkin.

Muvaffaqiyatli biznesmenni belgilaydigan D.Kahnemannning mashhur formulasi quyidagicha ko'rinadi:

Iqtisodiyotda muvaffaqiyat = (Bilim + sezgi – hissiyotlar)

Odamlar ko'pincha evristik (izlayman, topaman) xulosalarga tayanadilar, ular rasmiy mantiqiy xulosalarga to'g'ri kelishi mumkin, ammo ba'zi hollarda noto'g'ri hukmlarga olib keladi. Noaniqlik ostidagi hukm: Evristik va tarafkashlik (1974) asarida mualliflar odamlar noaniqlik bilan duch kelganlarida, voqea sodir bo'lish ehtimolini baholash vazifasini soddalashtiradigan bir nechta evristik tamoyillardan foydalanishlarini ko'rsatdilar. Bu tamoyillar umuman amal qilsa-da, ayrim hollarda jiddiy tizimli xatolarga olib keladi. Bu reprezentativlik (vakolatli, vakillik), foydalanish imkoniyati va saqlash xatolariga taalluqlidir.

O'xshashlik asosida olingan xulosalar ehtimollik baholarining xususiyatlariga taalluqli bo'lgan taqdirda vakillik xatolariga yo'l qo'yiladi. Misol uchun, agar siz tajriba o'tkzangiz va bir guruh subyektlardan ma'lum bir guruh odamlardan tasodifiy tanlangan kishi kutubxonachi bo'lish ehtimolini taxmin qilishni so'rasangiz, agar u yumshoq va uyatchan odam ekanligi ma'lum bo'lsa, real dunyoga qiziqmaydi va ozodalik va tartibni yaxshi ko'radi, ularning javoblarida subyektlar uning kutubxonachi bo'lish ehtimolini oshirib yuborishga moyil bo'ladi, chunki ularning nuqtai nazari bo'yicha u kutubxonachiga juda o'xshaydi. Bundan tashqari, respondentlarga

dastlab bu shaxs 70% fiziklar va atigi 30% kutubxonachilardan iborat guruhdan tasodifiy tanlanganligi haqida xabar berilsa ham, bu ma'lumot e'tiborga olinmaydi.

Reprezentativlik xatosi, shuningdek, ko'p sonli kuzatuvlar bilan tajribalarda olingan ehtimollik taqsimotlari, analogiya bo'yicha, obyektlar soni kam bo'lgan to'plamlarga kengaytirilganda ham paydo bo'ladi. Misol uchun, odamlar kichik namunalar katta bo'lganlar kabi vakili ekanligiga ishonishadi; tanga tashlab, odamlar boshiga bir necha marta urilgandan keyin keyingi imkoniyatlar paydo bo'lish ehtimolini oshiradi, garchi u obyektiv ravishda o'zgarmasa ham.

Ushbu turdagi xatolar, shuningdek, kichik namunalar bo'yicha qilingan xulosalarning umumiy populyatsiya (lot. *populus* — guruh, uyushma, xalq) xususiyatlariga, ishonch oralig'ini hisobga olmagan holda kengayishi uchun ham xarakterlidir.

Vakolatlilik xatolar ro'yxatini davom ettirish mumkin.

Kahneman va Tverskiy tadqiqotlari natijalariga ko'ra, vakillik inson uchun to'liq tasodifiy tanlash muammosidir. Odatda qabul qilinadigan qarorlar ehtimollik nazariyasiga aniq ziddir.

Mavjudlik evristikasi hodisaning sodir bo'lish ehtimoli aqlga kelgan o'xshash hodisalar turkumidan chiqarilganda noto'g'ri xulosalarga olib keladi. Masalan, agar odam bunday baxtsiz hodisalarning yetarlicha ko'p sonini eslay olsa, samolyot halokatida o'lish ehtimolini baholash ortadi. Shunga o'xshash vaziyat, agar odamdan barcha erkaklar mashhur aktyorlar, yozuvchilar, rassomlar va ayollar unchalik mashhur bo'lmagan ro'yxatdagi erkaklar ulushini hisoblash so'ralganda rivojlanadi. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, bunday hollarda erkaklarning ulushi har doim ortiqcha baholanadi. O'z ko'zlari bilan ko'rilgan yong'in gazetadagi ma'lumotlarga nisbatan ushbu hodisaning ehtimolini subyektiv baholashni, shuningdek, yaqinda sodir bo'lgan voqealarni uzoqroq voqealar bilan solishtirganda oshiradi. Sayohatchi duch kelishi mumkin bo'lgan barcha mumkin bo'lgan va mumkin bo'lmagan qiyinchiliklarni tasavvur qila oladigan boy tasavvur, ushbu qiyinchiliklarning haqiqiy ehtimolidan qat'iy nazar, sayohat xavfini subyektiv idrok etishni oshiradi.

D.Kahneman va A.Tverskiy qaror qabul qilishning kelajakdagi oqibatlarini noaniq bo'lgan qiyin vaziyatlarda odamlar to'liq tahlil qilishga qodir emasligini ko'rsatdilar. Bunday sharoitda ular evristika yoki tasodifiy

tanlashga tayanadilar. Eng aniq, ular tasodifiy hodisalar ehtimolini baholashda odam (har qanday) namunaning hajmini hisobga olmasligini ko'rsatdi, ya'ni hodisalarning sodir bo'lish ehtimoli qancha sodir bo'lishidan qat'iy nazar, teng deb hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, o'z qarorlarining oqibatlarini baholashda inson "vaqtni sezmaydi".

Ankrajning (langarning) ta'siri odamning qaroriga muammoni qo'yishda birinchi navbatda aqlga keladigan tasodifiy va ma'nosiz taxmin ta'sirida namoyon bo'ladi. O'z tajribalarida tadqiqotchilar respondentlardan BMT a'zolari orasida Afrika qit'asidagi mamlakatlarning nisbati haqidagi savolga javob berishni so'rashdi. Javobni qabul qilishdan oldin respondentlardan birinchi navbatda tasodifiy yaratilgan raqamga qarash va to'g'ri javob bu raqamdan ko'p yoki kamroq bo'lishini taxmin qilish va keyin aniq javob berish so'ralgan. Natijada, bu raqamning qiymati va yakuniy javob o'rtasida yuqori korrelyatsiya topildi.

D.Kanneman o'z tadqiqotlarida noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishga alohida e'tibor berdi. U tomonidan aniqlangan fakt shundan iboratki, inson kelajakdagi daromadlarini mutlaq ma'noda baholay olmaydi, u ularni qandaydir odatiy daromad darajasi (e'lon darajasi) yoki hozirgi daraja, statuskvo bilan solishtirganda baholaydi. Bundan tashqari, agar biror kishi xavf va noaniqlik ostida ketma-ket qarorlar qabul qilsa, u har bir qadamning foyda va yo'qotishlarini baholaydi va ularni hech qachon yagona foyda yoki zararga birlashtirmaydi va qarorlarning butun ketma-ketligi uning farovonligiga ta'sirini baholamaydi.

1979-yilda *Econometrica* jurnalida chop etilgan o'zlarining navbatdagi mashhur "Istiqbol nazariyasi: Risk qarorlarini o'rganish" nomli maqolasida mualliflar riskli qarorlar qabul qilishning ilgari aniqlangan barcha xususiyatlarini hisobga olgan holda, iste'molchilar tanlovini tahlil qilib, o'z g'oyalarini ishlab chiqdilar va ratsional kutishlar nazariyasidan ko'plab og'ishlar topdilar. Ushbu maqola mualliflarga dunyo miqyosida shuhrat keltirdi va ularning eng yaxshi asarlaridan biri hisoblanadi.

Odamlar, agar unga qarshi kamida yuzta imkoniyat bo'lsa, sodir bo'lishi mumkin bo'lgan hodisa ehtimolini kam baholaydilar. Shunday qilib, eksperiment davomida respondentlar kamroq foydali, ammo ishonchli taklifga rozi bo'lib, nol natijaga erishish ehtimoli minimal bo'lsa ham, foydaliroq taklifni rad etishdi. Noaniqlik sharoitida tanlovning nomuvofiqligining yana bir tasdig'i subyektlardan birinchi bo'lib ikkita

ehtimoliy hodisani tanlash so'ralganda olingan, bu yerda ehtimoli ko'proq bo'lgan variant kamroq foyda keltiradi, keyin esa bir xil printsipga rioya qilgan holda ikkita ehtimol bo'lmagan hodisa o'rtasidagi bog'lanish o'rganiladi. Ma'lum bo'lishicha, birinchi holatda odamlar kamroq foyda keltiradigan, lekin ehtimoli ko'proq variantni afzal ko'rgan bo'lsa, ikkinchisida, aksincha, foydaliroq, lekin ehtimoli kamroq. Ratsional tanlash nazariyasi farazlaridan bu og'ish aniqlik effekti deb ataladi.

3.2. Xavfni tanlash boshqa anomaliyalar (me'yordan chiqish) ga ham bog'liqligi.

Xavf ostidagi tanlov boshqa anomaliyalarga bog'liq. Ma'lum bo'lishicha, odamlarning xohish-istaklari doimiy emas, balki tanlov shartining faqat so'zlarini o'zgartirish natijasida o'zgaradi. Ushbu og'ish oyna effekti (aks ettirish effekti) deb nomlandi, chunki tanlov shartlarining so'zlariga qarab, respondentlar tavakkalchilikka bo'lgan munosabatini ko'zguda o'zgartirdilar, daromadni shakllantirishda tavakkal qilishni afzal ko'rdilar va so'zda xavfdan qochishdi. Xatarlarni sug'urtalashga bo'lgan munosabatni tahlil qilishda ham qiziqarli xulosa olindi. Shunday qilib, odatdagi sug'urta bilan bir qatorda, respondentlarga ikki baravar arzonroq bo'lgan ehtimoliy sug'urta shakli taklif qilindi, chunki u sug'urta hodisasi teng kunlarda sodir bo'lgan taqdirdagina mumkin bo'lgan zararni to'liq qoplaydi (oddiy sug'urta qoidalariga o'xshash), shuning uchun oyning toq kunlarida xavflar qoplanmadi. Respondentlar sug'urtaning ushbu turini xavfliroq deb baholaganlari va undan qochishlari g'ayrioddiy edi, garchi ratsional kutishlar nazariyasi nuqtai nazaridan, ehtimollik sug'urtasi oddiy sug'urtadan afzal bo'lsa ham.

Muqobil variantlarni tanlashni osonlashtirish uchun odamlar ko'pincha farqlarga e'tibor qaratib, o'zlarining umumiy tarkibiy qismlaridan mavhumlashadilar. Ushbu "izolyatsiya effekti" ko'pincha ularning afzalliklaridagi nomuvofiqliklarga olib keladi. Ikki lotereya o'rtasida tanlov qilishning klassik namunasiga aylangan narsada, taxminiy 1000 dollar yutib olgan bir guruh subyektlardan aniq 500 dollar yutib olish imkoniyati va yana 1000 dollar yutib olish yoki hech narsa olmaslik uchun 50% imkoniyat o'rtasida tanlov so'raldi. Ko'pchilik xavfdan qochishni afzal ko'rdi va birinchi variantga rozi bo'ldi. Faraziy ravishda 2000 dollar yutib olgan boshqa respondentlarga yo 500 dollar yo'qotish yoki 1000 dollar yo'qotish yoki hech

narsa yo'qotish ehtimoli 50% ni xavf ostiga qo'yish imkoniyati berilgan. Bunday holda, subyektlarning aksariyati tavakkal qilishni afzal ko'rdilar. Garchi ikkala holatda ham odamlarga bir xil tanlov taklif qilingan bo'lsa-da: yo 1500 dollarni aniq olish yoki tavakkal qilish va teng imkoniyat bilan yana 500 dollar yutib olish yoki mavjud 1500 dollardan 500 dollarni yo'qotish, subyektlarning xohish-istaklari boshqacha bo'lib chiqdi.

Ratsional tanlashning ideal modelidan bu doimiy og'ishlarning barchasi D.Kahneman va A.Tverskiyni psixologik eksperimentlar jarayonida topilgan ratsional kutishlar nazariyasi bilan solishtirganda shaxslarning iqtisodiy xatti-harakatlari odamlar tomonidan qaror qabul qilish qonunlarini induktiv tarzda o'zida mujassam etgan istiqbol nazariyasi modellashtirish uchun ancha mos keladi, degan xulosaga keldi. Tadqiqotchilar tomonidan olib boriladigan asosiy g'oya shundan iboratki, qaror qabul qilishda inson zavqni maksimal darajada oshirish va yo'qotishlarni minimallashtirishning mavhum tamoyillariga emas, balki birinchi navbatda tanlangan mos yozuvlarga qarab, o'z harakatlarining mumkin bo'lgan oqibatlarini foyda yoki zarar sifatida kodlaydi. Shunday qilib, agar shaxsning daromaddan zavqlanishi, odatda, uning yo'qotishdagi iztirobiga qaraganda ancha zaif bo'lsa, uning xatti-harakati ratsional kutish nazariyasi tomonidan bashorat qilinganidan chetga chiqadi va bu holda bu xavfdan qochish istagi bilan bog'liq bo'lmaydi.

D. Kahneman va A. Tverskiy o'rtacha bir xil xavf-xatarlar bilan odamlar erishilgan moliyaviy darajani oshirishdan ko'ra uni saqlab qolishga ko'proq moyil bo'ladi, degan xulosaga keldi. Ekvivalent sharoitlarda kichik yo'qotishlar ehtimoli xususiy investorlarni sezilarli daromadga erishishdan ko'ra ko'proq qaytaradi. Ular yuqori bozorda xavfdan qochishadi va pasaygan bozorda xavfga ko'proq toqat qiladilar.

Bu odatiy anomaliya bo'lib, u inson ruhiyati o'z boyligining mutlaq qiymatini emas, balki uning o'zgarishini idrok etishi bilan izohlanadi, g'alaba quvonchi esa mag'lubiyatning achchiqligidan ancha kam. Yo'qotishlar har doim ekvivalent daromaddan kattaroq ko'rinadi.

Eksperimental tadqiqotlarga asoslanib, istiqbol nazariyasi paradoksal xulosaga keladi: odamlar katta xavf sharoitida qo'shimcha mukofot olishdan ko'ra yo'qotishlarning oldini olish uchun ko'proq tavakkal qilishadi. Ushbu nazariyaga ko'ra, investor qadrsizlanayotgan aktsiyalarni ushlab turishga tayyor, lekin qiymati oshib borayotganini sotish. Shuning uchun, hazilda: "Strategik investor – muvaffaqiyatsiz chayqovchi" – bunda qandaydir haqiqat

bor. "Bilaman, kelajakda narxlar hali ham ko'tariladi, keyin men aksiyalarimni sotaman." Bunday fikrlar nafaqat havaskorlarga, balki ko'pchilikka tanish. Nazariyaning nomi shu yerdan keladi.

Istiqbol nazariyasi tomonidan ochib berilgan noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishning yana bir xususiyati shundaki, odamlar ehtimollik parametrlarini yetarli darajada idrok etmaydilar. Psixologik nuqtai nazardan, shaxs kichik ehtimolliklarni ortiqcha baholaydi va o'rta va kattalarni kam baholaydi. Bundan tashqari, odamlar kichik ma'lumotlar va o'xshashliklar evaziga oldingi ehtimollarni umuman e'tiborsiz qoldirishga tayyor. Prospektlar nazariyasida qo'llaniladigan ehtimollik qiymati funksiyasining chiziqli bo'lmagan xususiyatiga asoslanib, olimlar hodisalarni inson tomonidan hissiy idrok etish ularning ehtimollik talqinini buzishini tushuntiradi.

3.3. Psixologik tadqiqotlarga asoslangan istiqbol nazariyasi.

Model an'anaviy nazariyadan chetga chiqadigan xatti-harakatlarning javoblarini tushuntirish uchun ishlatilishi mumkin.

D. Kahneman va A. Tverskiyning innovatsion roli iqtisodchilarning nazariyani qurishda noodatiy tarzda, ya'ni qulay rasmiy konstruksiyadan ratsionallik aksiomalariga emas, balki kuzatilayotgan xatti-harakatlarning xususiyatlaridan uning rasmiy tavsifigacha va faqat keyin aksiomalarga yotadi.

Istiqbol nazariyasi o'z tanqidchilariga ega. Xususan, ular ushbu nazariya tomonidan tasvirlangan xatti-harakatlar hech qanday ma'noda maqbul emasligiga ishonishadi, ikkinchisi, albatta, me'yoriy qiymat deb da'vo qilmaydi, balki haqiqiy xatti-harakatlarning normadan chetlanishini tasvirlashga urinishlardan biridir.

Hozirgi vaqtda psixologik omillarning odamlarning xulq-atvoriga ta'siri tobora ortib borayotgan olimlar va mutaxassislariga ayon bo'lmoqda. Zamonaviy postindustrial dunyoda iqtisodiy subyektlarning iqtisodiy xatti-harakatlariga psixologiya va subyektiv baholarning ta'sirini inkor etish qiyin. Kahneman va Tverskiyning nazariy yutuqlari ularning izdoshlari uchun asos bo'ldi. Bir qator turli xil tajribalar o'tkazildi, ularning ko'pchiligi neoklassik konsepsiya XXI asr iqtisodiyotining barcha qonuniyatlarini tasvirlab bermasligini tasdiqlaydi. An'anaviy iqtisodiy reglamentlarni qayta ko'rib chiqish zarurati tug'ildi. Xulq-atvor iqtisodining vakillari tahlilga psixologik

omillarni qo'shmasdan to'liq vakillik iqtisodiy nazariyani yaratish mumkin emasligini ta'kidlaydilar. Kahneman va Tverskiy iqtisodiy nazariyani boshi berk ko'chaga olib kelgan nuqtani – iqtisodiy agentlar xatti-harakatlarining ratsionalligi haqidagi farazni aniq belgilab oldilar. Ushbu band iqtisodiy tizimlarning barcha yoki deyarli barcha mavjud modellarining asosi edi. Shuning uchun bixevioristlarning natijalari misli ko'rilmagan bahs-munozaralar va qattiq tanqidlarga sabab bo'ldi: dastlabki taxmin noto'g'ri bo'lganligi sababli, yakuniy modellar va nazariyalarning to'g'riligi haqida gap bo'lishi mumkin emas.

Shu munosabat bilan qaror qabul qilishning noratsional tomonlarini hisobga oladigan yangi modellashtirish metodologiyasini yaratish zarurati paydo bo'ldi. Xulq-atvor maktabi vakillari tomonidan tashkil etilganligi sababli, xatti-harakatlar psixologik omillarga bog'liq, shuning uchun modellashtirishda bunday o'zgaruvchilar ham hisobga olinishi kerak. Shuning uchun qaror qabul qilish jarayonini turli xil o'zgaruvchilarning oddiy yig'indisi yoki yig'ilishi sifatida emas, balki neyronlarning o'zaro ta'sirini taxminan takrorlaydigan ba'zi bir tizimda sintezlanadigan o'zgaruvchilar orasidagi ko'plab yashirin bog'lanishlarning o'zaro ta'siri jarayoni sifatida tavsiflash muhim edi. Ba'zi neyronlar boshqalarni faollashtiradi, shundan so'ng miya yarim korteksining ma'lum joylari harakatga keladi, ma'lum hislar va his-tuyg'ular kuchayadi, xuddi shu narsa millionlab boshqa neyronlar (nerv hujayralari)da sodir bo'ladi va oxir-oqibat bu ta'sirlarning barchasi bitta qaror yoki harakatga aylanadi.

3.4. Istiqbol va tanqid nazariyasi.

Sintez effektini simulyatsiya qilish uchun loyqa mantiq nazariyasi qo'llanildi, uning yakuniy o'zgaruvchilari hisoblash tuzilishi asab tizimida sodir bo'ladigan jarayonga juda o'xshash. Bundan tashqari, ushbu asboblar to'plamini tanlash matematik tilda og'zaki o'zgaruvchilarni tasvirlash zarurati bilan bog'liq.

Shunday qilib, mantiqiy qoidalar yordamida turli xil empirik ma'lumotlar o'rnatiladi, o'yinchining xatti-harakatlarining yaxlit modeli shakllanadi, bu ma'lum bir parametrni (masalan, kutilgan foydalilik) optimallashtirishga va ma'lum bir qatorni sintez qilishga asoslanmagan psixologik parametrlar va iqtisodiy ko'rsatkichlarni baholash o'rtasidagi

munosabatlar, bu sizga qaror qabul qilishning real jarayonlarining tavsifiga yaqinlashish imkonini beradi.

D.Kahneman va A.Tverskiyning ilmiy ishlari iqtisodchilar orasida yaxshi nazariyani nafaqat faktlar (pozitivistik yondashuv talab qilganidek) inkor etmaslik, balki u kuzatayotgan obyektning fundamental xususiyatlaridan kelib chiqishi kerakligi haqidagi tushunchani tasdiqlash va tasvirlash uchun yaratilgan. Bugungi kunda hech bir iqtisodchi individual xatti-harakatlar haqida yoza olmaydi, qaror qabul qilish jarayonining psixologik xususiyatlarini hisobga olmasdan. Xuddi shu iqtisodiy psixologiya va uni bizning davrimizda qo'llash iqtisodiy bilimlarning maxsus tarmog'i – xulq-atvor iqtisodiyoti deb ataladigan sohaga aylandi. Ikkinchisi iqtisodiy muammolarning eng keng doirasini – individual xatti-harakatlarning dolzarb nazariyasidan tortib, jamoat tanlovi va moliyaviy iqtisod muammolarigacha ishonchli tarzda o'zlashtiradi.

Albatta, xulq-atvor iqtisodiyotining barcha muammolari nihoyat hal etilmagan. Bu yosh fan endigina yetuklik bosqichiga kirmoqda, iqtisod, psixologiya, matematika va hatto falsafa chorrahasida tadqiqot dasturini tuzmoqda. Muhimi, birinchidan, D.Kahneman va A.Tverskiy o'z tadqiqotlarida ilgari noma'lum bo'lgan bir qancha fakt va hodisalarni (masalan, ustunliklarning o'tkazilmasligi, kichik sonlar qonuni, aspektlar bo'yicha istisno qilish nazariyasi kabi) kashf etdilar. Ikkinchidan, bu olimlarning faoliyati turli fanlar vakillari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning prinsipial yangi modeliga asos soldi va empirik hamda nazariy tadqiqotlar o'rtasidagi aloqani mustahkamladi.

Istiqbollar nazariyasi D.Kahneman va A.Tverskiyning iqtisodiy nazariyaga qo'shgan eng muhim hissasidir. Ular individual mulohazalarning evristikasi va og'ishlarini o'rganish bo'yicha fundamental va uzoq muddatli loyihani amalga oshirdilar, iqtisodiy nazariyada qabul qilingan me'yoriy standartga nisbatan xatti-harakatlarni kuzatishdi. Psixologik tadqiqotlar natijasida to'plangan boy empirik materiallar, unda D.Kahneman asosiy rollardan birini o'ynaydi, homo ekonomikos (ratsional iqtisodchi odam) modeli asoslarini yaratishdan boshlab o'rnatilgan uslub va ta'limotlarni qayta ko'rib chiqishga asos bo'ldi. Axir, qarorlarni tizimli ravishda qabul qilishga moyil bo'lgan ko'pchilik odamlar oqilona emas, balki intuitiv mulohazalar bilan boshqariladi, bu D.Kahneman va uning hamkasbi xatti-harakat evristikasi deb atashgan.

Shunday qilib, biz D.Kahneman va A.Tverskiyning istiqbol nazariyasining asosiy tezislarni, shuningdek, ular bilan bog'liq bo'lgan turli effektlar va evristikalarni bayon qildik, ular ushbu mualliflar tomonidan istiqbollarni nazariyasiga bag'ishlangan ishlarda ham, o'zlarida ham shakllantirilgan.

Tayanch so'z va iboralar

Qaror qabul qilish, xavfni tanlash, psixologik tadqiqot, perspektiv nazariya, matematik modellashtirish, perspektivlar va tanqid nazariyasi, psixologik qulaylik variantini tanlash, rentabellik, ratsional xatti-harakatlar, mantiqsiz xatti-harakatlar, assimmetrik his-tuyg'ular, iqtisodiy odam, iqtisodiyotdagi muvaffaqiyat, respondent, xatarlarni sug'urtalash, ratsional kutish nazariyasi, ehtimollik sug'urtasi, ratsional tanlov.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Qaror qabul qilishda nimalarga e'tibor berish kerak?
2. Xavfni tanlash qanday amalga oshiriladi?
3. Perspektivlar nazariyasi nimadan iborat?
4. Tanqid nazariyasi nimadan iborat?
5. Psixologik qulaylik variantini tanlash qanday amalga oshiriladi?
6. Rentabellik nima va u qanday hisoblanadi?
7. Ratsional xatti-harakatlar deganda nimani tushunasiz?
8. Mantiqsiz xatti-harakatlar deganda nimani tushunasiz?
9. Assimmetrik his-tuyg'ularga qanaqa his-tuyg'ular kiradi?
10. Iqtisodiyotdagi muvaffaqiyatga qanday erishiladi?
11. Ratsional kutish nazariyasining mohiyati nimada?
12. Ratsional tanlov qanday amalga oshiriladi?

Testlar

1. Psixologiya va iqtisodiyotni birlashtirishga qaratilgan yangi fan bu ...
 - A. xulq-atvor iqtisodiyoti nazariyasi
 - B. Iqtisodiyot nazariyasi
 - C. Falsafa
 - D. sotsiologiya

2. Xulq-atvor iqtisodiyoti nazariyasi fani qachondan boshlab shakllana boshlandi?

- A. 1980-yillarda.
- B. 1970-yillarda.
- C. 1960-yillarda.
- D. 1990-yillarda.

3. Xulq-atvor iqtisodiyoti – bu nima?

A. iqtisodiy nazariyaning ma'lum bir iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda odamning idrok etishi, hukmlari va harakatlarining psixologik xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi.

B. iqtisodiy nazariyaning ma'lum bir iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda odamning idrok etishi, hukmlari va harakatlarining sotsiologik xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi.

C. iqtisodiy nazariyaning ma'lum bir iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda odamning idrok etishi, hukmlari va harakatlarining falsafiy xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi.

D. iqtisodiy nazariyaning ma'lum bir iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda odamning idrok etishi, hukmlari va harakatlarining mantiqiy xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi.

4. 1979 yilda “Istiqbol nazariyasi xavf ostida bo'lgan qaror tahlili” asari qaysi muallif (mualliflar) qalamiga mansub?

- A. A.Tverskiy va D.Kahneman.
- B. J.Jenson.
- C. A.Falk.
- D. G.Bekker.

5. Xulq-atvor iqtisodiyotining ko'p qismi nima bilan bog'liq?

- A. Moliya bilan.
- B. Aql bilan.
- C. Bilim bilan.
- D. Hissiyot bilan.

6. Xulq-atvor iqtisodiyotining turli xil muammolari bilan shug'ullanadigan rus olimlarini aniqlang?

- A. Barcha javoblar to'g'ri.
- B. A.Suvorov, Yu.Latov.
- C. I.Pavlov, M.Fedotova.
- D. V.Rutgayzer.

7. Qanday vaziyatda koalitsiya manfaatlarga ega bo'lishi mumkin?
- A. Har qanday vaziyatda koalitsiya firma ichida ham, tashqarisida ham manfaatlarga ega bo'lishi mumkin.
 - B. Faqat firma ichida.
 - C. Faqat firma tashqarisida.
 - D. To'g'ri javob yo'q.
8. Koalitsiya tarkibiga kimlar kirishi mumkin?
- A. tarkibiga ma'muriyat, aksiyadorlar va davlat agentlari hamda tashkilotlari, tarkibidagi bo'limlar kirishi mumkin.
 - B. tarkibiga ma'muriyat, aksiyadorlar va davlat agentlari hamda tashkilotlari, kirishi mumkin.
 - C. tarkibiga ma'muriyat, aksiyadorlar va tarkibidagi bo'limlar kirishi mumkin.
 - D. tarkibiga ma'muriyat va davlat agentlari hamda tashkilotlari, tarkibidagi bo'limlar kirishi mumkin.
9. Qarorlar qabul qilish nazariyasini ishlab chiqish jarayonida R.Kaert va J.March nechta asosiy tushunchalarni shakllantirishdi?
- A. 4 ta
 - B. 6 ta
 - C. 3 ta
 - D. 5 ta
10. Qarorlar nazariyasini ishlab chiqish jarayonida R.Kaert va J.March qaysi asosiy tushunchalarni shakllantirishdi?
- A. Ziddiyatni kvazi yechimi, noaniqlikdan qochish, muammoli qidiruv, tashkiliy ta'lim.
 - B. Ziddiyatni kvazi yechimi, noaniqlikdan qochish, muammoli qidiruv, ma'naviy ta'lim.
 - C. Ziddiyatni kvazi yechimi, noaniqlikdan qochish, muammoli qidiruv, dunyoviy ta'lim.
 - D. Ziddiyatni kvazi yechimi, noaniqlikdan qochish, muammoli qidiruv, diniy ta'lim.

IV BOB. XULQ-ATVORDA O'YINLAR NAZARIYASI

4.1. Xulq-atvorda o'yinlar nazariyasi.

O'tgan asrning ikkinchi yarmida iqtisodiy fan sohasida o'yin nazariyasining matematik apparatidan foydalanish juda samarali bo'ldi. Bu ko'proq nazariyaning ushbu bo'limlarida namoyon bo'ldi, ularning ko'rib chiqilishi obyektlari iqtisodiy subyektlar (jismoniy shaxslar, firmalar, davlatlar) uchun optimal yo'l turli sharoitlarda o'zaro strategik o'zaro ta'siri va ziddiyatli vaziyatni maksimal darajada hal qilish istagi edi. Tahlilning tavsiya etilgan formal tushunchalari (J. Nesh muvozanati, J. Xarshaning kuzatuv protsedurasi – R. Selten, L. Shapli vektori va boshqalar) ishtirokchilarning haqiqiy xatti-harakatlarini tushuntiruvchi nazariyalar sifatida keng qo'llaniladi va muayyan oqibatlarni bashorat qilishadi.

Biroq, vaqt o'tishi va o'tkazilgan eksperimental tadqiqotlar sonining ko'payishi bilan rasmiy o'yin nazariyasining bashorat qilish qobiliyati istalgan darajada emasligi, ko'pincha odamlarning haqiqiy xatti-harakati standart nazariyada ko'rsatilganidan farq qilishi ma'lum bo'ldi. Buning sabablaridan biri boshidanoq o'yin nazariyasiga xos bo'lgan inson tabiatiga nisbatan juda qattiq shartlarning mavjudligi edi (masalan, shaxsiy manfaatlarga qat'iy rioya qilish, gipertrofiyalangan kognitiv imkoniyatlar). Aynan shuning uchun ham alohida iqtisodchilar va psixologlar eksperimental ma'lumotlarga alohida e'tibor berib, eski modellarni takomillashtirishga harakat qilishdi va inson xatti-harakatlarida kuzatilgan ma'lum psixologik qonuniyatlarni qat'iy matematik shaklda aks ettirishga harakat qilishdi. Ushbu tadqiqot yo'nalishi xulq-atvor o'yin nazariyasi deb ataladi.

Ultimatum bilan eng keng tarqalgan standart o'yin (ultimatum o'yini). Ikki o'yinchi o'zaro ma'lum miqdordagi pulni bo'lishishlari kerak.

Odatda taklif qiluvchi deb ataladigan birinchi o'yinchi bu miqdorning bir qismini Javob beruvchi deb ataladigan ikkinchi o'yinchiga taklif qiladi. Agar so'roq qilinayotgan shaxs birinchi o'yinchining shartlarini qabul qilsa, unga taklif qilingan pul miqdorini oladi va tashabbuskor qolganini oladi. Agar ikkinchi o'yinchi biron sababga ko'ra birinchi o'yinchining taklifini qabul qilishdan bosh tortsa, ikkalasi ham hech narsa olmaydi. Ushbu oddiy o'yin holati olimlarning katta e'tiborini tortdi, chunki eksperimental tadqiqotlar natijalari rasmiy o'yin nazariyasi bashoratlaridan sezilarli darajada farq qiladi, bu esa shaxs faqat o'z manfaatlarini ko'zlaydi. Gap shundaki, o'yin

nazariyasiga asoslanib, ikkinchi o'yinchi pulni taqsimlash bo'yicha har qanday taklifni qabul qilishga tayyor bo'lishi kerak, bu qanchalik kichik bo'lishidannazar, ijobiy qiymat olishni anglatadi.

Birinchisining maqsadi – bu holatda imkon qadar ko'proq pul ushlab turish.

Ultimatum bilan o'yin bo'yicha birinchi tajribalar 1982 yilda V. Gut, B. Shvarts va R. Shmittberger tomonidan amalga oshirildi. Ular Iqtisodiyot fakultetining 42 talabasidan iborat namunani ikkiga bo'lishdi. Bir guruh tashabbuskor, ikkinchisi – respondent rolini o'ynash uchun mo'ljallangan edi. Har bir tashabbuskor nemis markalarini o'zi va respondent o'rtasida bo'lishishi kerak edi. Agar x taklifi qabul qilingan bo'lsa, o'yin tashabbuskori $c - x$, respondent esa x oladi. Agar taklif rad etilsa, ikkala o'yinchi ham hech narsasiz qolardi. Tikishning o'lchami 4 va 10 belgilar orasida o'zgarib turardi. Keyin bir hafta o'tgach, o'sha shaxslar yana o'sha o'yinni o'ynashga taklif qilindi.

So'nggi 20 yil ichida turli mamlakatlardagi turli olimlar guruhlarini tomonidan o'tkazilgan ko'plab shunga o'xshash eksperimentlar ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, pulni ikkinchi o'yinchiga bo'lish bo'yicha dastlabki taklif umumiy miqdorning o'rtacha 35-45% ni tashkil etdi va undan kamroq takliflar respondentlar tomonidan ko'pincha rad etilgan. 20% dan ko'prog'i respondentlar tomonidan ko'pincha rad etilmagan, umumiy pul miqdorining maksimal miqdori ikki oylik ish haqi qiymatiga yetgan. O'yinni yakunlash uchun shuni ta'kidlash kerakki, olingan ma'lumotlar psixologlardan farqli o'laroq, faqat iqtisodchilar uchun o'ziga xos ajablanarli bo'ldi.

Ushbu hodisaning mohiyatini yoritishi kerak bo'lgan so'nggi tajribalardan biri yaqinda Shveytsariya olimlari S.Gester va E.Fer tomonidan amalga oshirildi. Tajriba davomida subyektlar to'rt kishidan iborat guruhlariga bo'lingan va ularning har biriga umumiy loyihani moliyalashtirish uchun 20 dollardan berilgan. Subyektlarning har biri bu pulni o'zi uchun saqlashi yoki biznesga (to'liq yoki qisman) "investitsiya" qilishi mumkin edi. Shu bilan birga, guruh a'zolaridan biri tomonidan "investitsiya qilingan" har bir dollar uchun guruh 1,60 dollar oldi, bu esa uning barcha to'rt a'zosi o'rtasida teng taqsimlangan. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, agar guruhning har bir a'zosi pulni o'zi uchun saqlash o'rniga, "umumiy ish"ni moliyalashtirishga rozi bo'lsa, butun guruh 32 dollar oladi. Har bir guruhga 8

dollardan qaytadi. Tajriba olti bosqichda bo'lib o'tdi, unda ishtirokchilarning ism-shariflari sir tutildi, mablag'larni "investitsiya qilish" bo'yicha qarorlar bir vaqtda qabul qilindi va har bir bosqich uchun faqat bir marta pul "investitsiya qilish" mumkin edi.

Bosqichni tugatgandan so'ng, ishtirokchilarga tajriba o'tkazgan hamkasblari qanday qarorlar qabul qilgani va oxirida qancha to'lash kerakligi aytili. Natijada, oltinchi bosqichga kelib, eksperiment ishtirokchilari umumiy pul mablag'larini o'tkazishdan bosh tortdilar.

Eksperimentning ikkinchi qismida ishtirokchilarga keyingi bosqich oxirida o'rtoqlarini "jazolash" imkoniyati berildi: atigi 1 dollar evaziga ularning har biri o'z sherigini anonim tarzda 3 dollardan mahrum qilish imkoniyatiga ega bo'ldi. 240 tadan Tajriba ishtirokchilarining 84 nafari bu imkoniyatdan kamida bir marta foydalandi va subyektlarning taxminan 9 foizi o'z hamkasblarini 10 martadan ortiq "jazolashdi".

Aksariyat hollarda "jazolar"ga boshqalardan ko'ra umumiy qozonga ko'proq mablag' qo'yganlar qo'llanar, o'zlariga o'tkazilgan pullarni o'zlari uchun saqlab qolishni ma'qul ko'rganlarni "qurbon" sifatida tanladilar. Tajriba shuni ko'rsatadiki, bu holatda "jazolash" qobiliyati kerakli ta'sirga ega: subyektlarning taxminan 90% eksperimentning birinchi qismiga nisbatan qozonga o'tkazgan mablag'larning ulushini oshirdi.

Eksperiment tashkilotchilari rejasiga ko'ra, "jazolar"ga murojaat qilish imkoniyati ishtirokchilarda altruizmning namoyon bo'lishiga yordam berishi kerak edi. Gap shundaki, har bir bosqichdan so'ng mavzular yana guruhlariga bo'lingan. Shunday qilib, "adolat uchun kurashchi" o'zining halol topilgan dollaridan voz kechdi, u bilan hech qachon bir jamoada ishlashga majbur bo'lmaydigan egoistni jazolash uchun.

Ba'zi odamlar adolatga erishishni shaxsiy maqsadlaridan ustun qo'yishi haqidagi tezis Michigan biznes maktabi antropologi J. Genrix tomonidan o'tkazilgan navbatdagi tajriba jarayonida ham o'z tasdig'ini topdi. Ushbu tajriba davomida ishtirokchilar juftliklarga bo'lindi, shundan so'ng ulardan biriga ma'lum miqdordagi pul o'tkazildi, bu shartli ravishda butun juftlikning kunlik daromadi hisoblangan. Mavzu bu miqdorni o'zi va hamkasbi o'rtasida taqsimlashi kerak edi. O'z navbatida, ikkinchi ishtirokchi pulni qabul qilishi yoki rad etishi mumkin (bu holda pul yo'qolgan). Birinchi eksperimentda bo'lgani kabi, bu yerda ham subyektlarning juftligi anonimlik talablariga muvofiq tasodifiy asosda tuzilgan: bu juftlikning "xazinachisi" o'zi uchun

mutlaqo notanish odamga pul topshirgan, u bilan hech qachon aloqa qilish shart emas edi. Ushbu tajribaning g'oyasi shundaki, an'anaviy iqtisodiy qonunlarga ko'ra, inson o'zi uchun maksimal foyda olishga intiladi. Shunday qilib, "g'aznachi" o'z sherigiga kamida mablag' ajratishi kerak, "oluvchi" esa, aksincha, unga taklif qilingan har qanday miqdorni qabul qilishi kerak edi. Shunga qaramay, tajriba buning aksini ko'rsatdi: o'tkazilgan pullarning ulushi umumiy mablag'larning 22% dan 58% gacha bo'lgan va ba'zi hollarda "oluvchi" umumiy miqdorning yarmidan oshsa, pulni qabul qilishdan bosh tortgan.

Iqtisodchilar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalari antropologlarga inson tabiati nafaqat moddiy manfaatlariga intilish, balki adolat va boshqa odamlar bilan hamkorlikka intilish bilan bog'liq ekanligi foydasiga qo'shimcha dalil keltirdi. Ko'p hollarda odamlar o'z mablag'lari hisobidan ular bilan birgalikda harakat qilganlarni mukofotlashga va aksincha – "dissidentlar(юн. dissidentes – qo'shilishmaganlar, qarshilar)ni" jazolashga intiladi.

4.2. Xulq-atvorni bir guruhga o'tkazish jarayoni.

Guruh bo'ylab xatti-harakatlar modelini o'tkazishning bunday jarayoni infeksiyaning tarqalishiga o'xshaydi va chuqur evolyutsion ildizlarga ega. Insoniyatning paydo bo'lishi hamkorlikning paydo bo'lishiga hissa qo'shishi mumkin. "Ijtimoiy guruhlarning mavjud bo'lishi uchun mehr-muhabbat va mehr-oqibat g'oyalarining tarqalishi, o'z navbatida, bunday fazilatlarining odamlar orasida tarqalishi uchun bu guruhlar zarur. Shu sababli, odamlar jamoalarni tashkil qiladilar, chunki boshqa odamlar bilan o'zaro munosabatda yashashning foydasi ijtimoiy aloqalarni saqlash xarajatlaridan ustun turadi.

Albatta, hal qiluvchi nuqta, bu kabi kashf etilgan hodisalarni, bir tomondan, oldingi versiyaga qaraganda umumiyroq bo'lgan nazariyaga kiritish, ikkinchi tomondan, keraksiz shartlar bilan bog'liq bo'lmagan va izchil bo'lib qolishi. Ushbu vaziyatdan chiqishning tabiiy yo'li birinchi o'yinchining foydali funksiyasi ikkala o'yinchining to'lovlarini taqqoslash jarayonini tavsiflovchi parametrni o'z ichiga oladi deb taxmin qilishdir. Simpatiya fenomeni birinchi o'yinchi ikkinchi o'yinchining iste'molidan ma'lum foyda olganida kuzatiladi; qarama-qarshi hasad hissi birinchi o'yinchi sherigining ma'lum bir iste'mol darajasini kuzatishda norozilikni boshdan kechirishi bilan tavsiflanadi.

E'tibor bering, "simpatiya omili"ning ma'nosi A. Smit tomonidan "Axloqiy his-tuyg'ular nazariyasi" asarida batafsil ko'rib chiqilgan va chiziqli funksiya yordamida tasvirlanishi F. Edjvort tomonidan "Matematik psixika" asarida muhokama qilingan. Biroq, ushbu turdagi modellarda faqat o'yinchilar o'rtasidagi yakuniy taqsimot hisobga olinadi, shuning uchun bu adolatsiz taqsimot qanday amalga oshirilganligi va ishtirokchilardan biri ikkinchisining harakatlari va niyatlari haqida nima deb o'ylashini tasvirlamaydi (keyin), raqibning xatti-harakatlari strategiyasi, albatta, har qanday o'yinchining harakatlariga ta'sir qiladi. Misol uchun, S. Blount o'yinchilar tashabbuskordan keladigan bir xil takliflarga qaraganda tasodifiy raqamlarni ishlab chiqaradigan mexanik qurilmadan keladigan pullarni tengsiz taqsimlash takliflarini qabul qilishga ko'proq tayyor ekanligini aniqladi.

Altruizm yoki hasadning manbalarini batafsilroq o'rganish ijtimoiy qadriyatlar, insoniy fazilatlar namoyon bo'ladigan yoki boshqa odamlarning xatti-harakatlari va niyatlari ta'sirida o'zini his qiladigan modeldan foydalanishni talab qiladi. Masalan, taniqli amerikalik iqtisodchi M.Rabin qiziqarli modelni taklif qildi, unda aynan shunday muammo hal qilinadi. Agar ikkinchi o'yinchi unga "mehribonlik bilan" yordam bergan bo'lsa, birinchi o'yinchining ijobiy hamdardlik koeffitsienti $a > 0$ deb taxmin qilinadi; aksincha, $a < 0$, ikkinchi o'yinchi o'zini "insofsiz" qilganda, birinchi o'yinchiga zarar etkazadigan harakatlarni tanlaydi. Rabin ushbu subyektiv his-tuyg'ularni pul natijalariga bog'liq bo'lgan foydali funksiyaga kiritadi, ammo pul daromadlari ortishi bilan ular nisbatan kamroq ahamiyatli bo'lish sharti bilan. Bu va boshqa bir qancha binolar bizni Rabin tomonidan tuzilgan "adolat muvozanati" toifasiga olib keladi. Uning konsepsiyasining mohiyati shundaki, u mashhur paradokslar va anomal eksperimental ma'lumotlarni (masalan, mahbusning dilemmasi, bizning holatlarimizda ultimatum o'yini) keyingi tahlil qilish uchun mos keladi, ularning natijalarini boshqa standart yondashuvlar yordamida tushuntirish qiyin.

Oddiy eksperimentga (ultimatum o'yini) katta e'tibor qaratilishining asosiy sababi shundaki, g'oya, to'g'rirog'i, ma'lum bir mulk fondini (masalan, pul, tovar va boshqalar) ajratish muammosi keng tarqalgan iqtisodiy o'zaro ta'sirning butun jarayoni uchun joy, shuning uchun bu o'yin o'ziga xos yagona emas. Bundan tashqari, tajribalarning boshqa tipik turlari ham mavjud bo'lib, ularning maqsadi iqtisodiy faoliyatning turli iqtisodiy

bo'lmagan omillarining (masalan, adolatlilik, ishonch, altruizm) ma'nosini aniqlash va ularning an'anaviy tajribaga qanchalik ta'sir qilishini aniqlashdir, ya'ni iqtisodiy tahlilning o'zgaruvchilari, pirovardida – iqtisodiy o'sish bo'yicha. Ular orasida diktator o'yini va sovg'alar almashinuvi mavjud. Masalan, diktator o'yini birinchi o'yinchining sof altruizm darajasini o'lchashga qaratilgan. Bu ultimatumga ega bo'lgan o'yin, agar tashabbuskor pulni taqsimlash shartlarini aytib bersa va javobgar uning taklifini rad eta olmaydi.

Xulq-atvor o'yin nazariyasi nafaqat shaxslarning, balki raqobatdosh o'zaro ta'sirdagi firmalarning xatti-harakatlarini tahlil qilishda ham qo'llaniladi. Oligopolistik bozor tuzilishi bilan firma passiv muhitga duch kelmaydi. Nazariy modellar qaror qabul qiluvchilarning strategik o'zaro ta'sirini o'z ichiga oladi. Buning uchun kooperativ bo'lmagan o'yinlar nazariyasi keng qo'llaniladi.

Raqobat jarayonida firmalar qayta konfiguratsiya tezligiga qarab tasniflangan bir qancha vositalardan foydalanishlari mumkin. Qisqa muddatda narx firma osongina o'zgartirishi mumkin bo'lgan vosita bo'lib, boshqa vositalar reklama sa'y-harakatlarini o'z ichiga oladi.

Tahlilni qat'iy xarajatlar tuzilmalari va mahsulot xususiyatlari kontekstida narx raqobatidan boshlash odatiy holdir. Uzoq muddatda xarajat tarkibi va mahsulot xarakteristikalarini o'zgartirish, ishlab chiqarish usullarini qayta guruhlash va takomillashtirish, ishlab chiqarish quvvatini oshirish mumkin; talab funksiyasiga ta'sir qiluvchi mahsulot haqidagi iste'molchi tushunchasi reklama orqali o'zgartiriladi. Uzoq muddatda mahsulotning xarakteristikalari va tannarx tuzilmalarini nafaqat mavjud mahsulotlar to'plamiga va ruxsat etilgan xarajatlarga oddiy tuzatishlar kiritish, balki ushbu to'plamni o'zgartirish orqali ham o'zgartirish mumkin.

Tadqiqot va ishlanmalar firmalarga o'z imkoniyatlarini kengaytirish imkonini beradi. "Texnologik innovatsiyalar" ishlab chiqarishning texnologik imkoniyatlarini o'zgartiradi, "mahsulot innovatsiyalari" yangi mahsulotlarni yaratishga imkon beradi.

An'anaga ko'ra, oligopolistik xulq-atvor kooperativ bo'lmagan o'yinlar sifatida modellashtirilgan bo'lib, unda har bir firma o'z manfaatlarini ko'zlaydi. Ushbu o'yinlarda muvozanat alohida qiziqish uyg'otadi. Nesh muvozanati o'yin nazariyasida qaror qabul qilishning asosiy tushunchasidir. Harakatlar to'plami Nesh muvozanatida bo'ladi, agar raqobatchilarning

harakatlarini hisobga olgan holda, firma muvozanatdan farqli harakatni tanlab, o'z foydasini oshira olmasa. Ko'rib chiqilayotgan strategiyalar sof strategiyalardir: har bir firma oddiy harakatni tanlaydi. Aralash strategiya bo'lsa, har bir firma bir qator harakatlardan tasodifiy tanlov qiladi. Nesh muvozanati dinamik vaziyatlar va to'liq bo'lmagan ma'lumotlar bilan bog'liq muammolar uchun umumlashtiriladi.

Sanoatni tashkil etishda til biriktirish va hamkorlik qilmaslik xatti-harakatlari bir-biriga zid kelmaydi. Birinchidan, bir altruistik tomonning maqsad funksiyasi ikkinchi tomonning maqsadlarini o'z ichiga olishi mumkin. Bunday holda, birinchi tomon boshqasiga yordam beradigan qarorlar qabul qilish uchun foydalidir. Shu nuqtai nazardan, "altruizm" tushunchasi faqat g'arazli manfaatlar uchun qilingan hamkorlikdagi harakatlarni anglatadi. Ikkinchidan, altruizm bo'lmasa, tomonlar nizo yuzaga kelgan taqdirda, agar bu o'yin ular uchun halokatli oqibatlarga olib keladigan bo'lsa, o'yin qoidalarini o'zgartirishni xohlashlari mumkin. Buni shartnoma imzolash orqali amalga oshirish mumkin. Misol uchun, duopolistlar (**Duopoliya** – ikki firma hukmronligi bo'lib, oligopoliyaning sodda ko'rinishidir) qattiq raqobatdan qochish uchun bozorni bo'lishga rozi bo'lishlari mumkin. Biroq, shartnomaning imzolanishi rasmiy ravishda koalitsiya bo'lmagan yirik o'yinning bir qismidir. Xudbin xulq-atvordan kelib chiqadigan til biriktirishning ushbu ikki sababi sanoatni tashkil etishda cheklangan ahamiyatga ega: firmalar kamdan-kam hollarda altruistlar sifatida qaraladi, raqobatning oldini olish uchun til biriktiruvchi shartnomalarni imzolash ko'pincha noqonuniy hisoblanadi; dinamik kontekstda firma ehtiyotkorlik bilan harakat qiladi, chunki tajovuzkor harakat raqiblarning oqilona reaksiyasini yoki qarshiliklarini keltirib chiqarishi mumkin. Boshqa tomondan, til biriktirish faqat, bu optimal hamkorliksiz xatti-harakatlarning natijasida ko'rinadi.

Ikki firmaning bir vaqtning o'zida o'yindagi harakatlari strategik to'ldiruvchi (0 dan ortiq foyda uchun) va o'rnini bosuvchi (0 dan kam foyda uchun) sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Narxlar ko'pincha strategik to'ldiruvchidir va ishlab chiqarish quvvatlari ko'pincha o'rnini bosadi. Firma o'z harakatini raqibining harakatini bilishdan oldin tanlaydi. Uning munosabat bildirishga imkoni yo'q. Reaksiya funksiyalari, agar firma o'z raqibining xatti-harakatlaridagi o'zgarishlarni bilsa, nima qilishini ko'rsatadi.

Oligopoliya nazariyasi firmalar bozorda faqat bir marta uchrashishini taxmin qiladi. Ular bir vaqtning o'zida va nomuvofiq ravishda narxni belgilaydilar. Bertran paradoksi shunday sharoitda hatto oligopolistlar ham o'zini raqobatchi firmalar kabi tutadi; narx xatti-harakatlarini o'rganish uchun sanoatdagi firmalar soni sezilarli emas.

Adabiyotlarda bir qator muqobil yondashuvlar mavjud. Ulardan biri miqyosdagi daromadlarning kamayishi yoki imkoniyatlarni cheklash bilan bog'liq; shuningdek, Bertran paradigmasi bilan raqobatlashadigan model, miqdoriy raqobat uchun Kurno modeli tamoyillarini o'rganadi. Kurno modelida firmalar narxlarga emas, balki miqdorga ustunlik beradi, auksioner esa talab va taklifni tenglashtirish uchun narxni tanlaydi. Kurno raqobatini ikki bosqichli o'yin sifatida ko'rib chiqish mumkin, bunda firmalar avvalo imkoniyatlarni (yoki miqyosdagi o'zgaruvchilarni) tanlaydi va keyin narxlar orqali raqobatlashadi. Quyidagi omillar raqobatni kuchaytiruvchi yoki zaiflashtiruvchi omillar sifatida qaraladi.

1. Masshtab va sig'im cheklovlari bo'yicha daromadlarni kamaytirish. Ishlab chiqarishning marjinal qiymati quvvat darajasi deb ataladigan ishlab chiqarishning ma'lum darajasida cheksiz bo'ladi. Berilgan narxda firma o'zining raqobatbardosh taklifidan ko'proq narsani taklif qilishga moyil emas, bu narx va marjinal xarajatlarning tengligi bilan belgilanadi. Qoldiq talab funksiyasining aniq shakli past narxga ega bo'lgan firma qaysi iste'molchilarga xizmat qilishiga bog'liq.

Samarali ratsion qoidasi. Agar iste'molchining ortiqcha miqdorini ko'paytirsam, ratsion samarali hisoblanadi. Samarali ratsion qoidasi bilan belgilanadigan qoldiq talab funksiyasi hakamlilik qilishi mumkin, agar iste'molchi mahsulotni boshqasiga qayta sotish imkoniyatiga ega bo'lsa. Samarali ratsion parallel ratsion deb ataladi. Bu talab egri chizig'i uning bir xil pasayuvchi egri chiziqlaridan iborat bo'lganda va barcha iste'molchilar teng taqsimlanganda yuzaga keladi.

Proportsional (yoki tasodifiy) ratsion qoidasi. Barcha iste'molchilar ratsionga ega bo'lish ehtimoli bir xil. Bu qoida iste'molchilar uchun samarasiz: xaridorlar populyatsiya (lot. populus — guruh, uyushma, xalq)si uchun mahsulotni sotib olishning marjinal narxidan past bahoga ega bo'lgan ba'zi iste'molchilar ushbu mahsulotni yaxshiroq narxda p1 olishlari mumkinligi sababli sotib olishadi, ammo 2-firma bu qoidani samarali ratsion

qoidasidan afzal ko'radi, chunki uning qoldiq talabi har qanday narxda ham yuqori.

2. Doimiy daromadli narx raqobati doimiy marjinal xarajatlarga teng narxni ishlab chiqaradi. Masshtab bo'yicha pasayish rentabelligi uchun tabiiy umumlashma "raqobat natijasi" bo'ladi. Raqobat muvozanatida har bir firma o'zining taklif egri chizig'ida bo'ladi, shuning uchun bir firma boshqasi narxini oshirsa, ko'proq taklif qilmaydi. O'z narxini raqobatbardosh narxdan ancha yuqori ko'targan firma talabning bir qismini yo'qotadi; ammo, bu faqat ikkinchi darajali effekt, chunki oxirgi birliklar marjinal xarajatlarga teng narxda sotilgan. Shu bilan birga, bu firma oldindan marjinal birliklarning narxini oshiradi va o'z foydasini oshirishda birinchi darajali effektini amalga oshiradi.

Ko'tarilgan marjinal xarajat bilan muvozanatni topish ko'pincha qiyin vazifadir. Umumiy holatda u aralash strategiyalarda mavjud. Ammo muvozanatning asosiy xususiyatlaridan biri shundaki, ikkala firmaning narxlari raqobatbardosh narxdan yuqori. Monopolist o'zining marjinal narxidan past sotmaydi.

Narxlar raqobati oddiy natijaga olib keladi: har bir firma ikkala firma o'zlarining ishlab chiqarish quvvatlarini bozorga chiqarishga imkon beradigan narxni tanlashlarini biladi. Bunday holda, biz ikki bosqichli o'yinni ko'rib chiqamiz, unda firmalar bir vaqtning o'zida bir xil imkoniyatlarni tanlaydilar va keyin bir-birining imkoniyatlarini bilib, sinxron ravishda ekvivalent narxni tanlaydilar. Ikki bosqichli o'yinni ko'rib chiqish g'oyasi, unda firmalar investitsiya qarorini qabul qiladilar va keyin narx faqat imkoniyatlarni tanlash bilan cheklanmaydi.

Kosmosdagi mahsulotlarni tanlash bilan bog'liq investitsiya qarorlariga e'tibor qaratish lozim. Ikki bosqichli o'yinlar investitsiya qarori narx to'g'risida qaror qabul qilishdan oldin qabul qilinadi degan fikrni rasmiylashtiradi, ular uzoq yoki o'rta muddatli tanlovni yetarlicha moslashuvchan narxlarda aks ettiradi.

Narxlar raqobati raqobatning oxirgi bosqichini tashkil qiladi. Ishlab chiqarish ko'lamini to'g'risida qarorlar firmalar bozorga kirishidan oldin qabul qilinishi kerak. Talabni aniqlash vaqtida yoki undan keyin firmalar ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan holatlarda ikkinchi shart bajarilmaydi. Biroq, ayrim hollarda, ishlab chiqarish ko'lamini oldindan tanlashning mavjudligi oqilona bo'lishi mumkin.

Narxlar raqobati, hatto bir nechta firmalar orasida ham raqobatbardosh natijalarni keltirib chiqaradi. Biroq, firmalar marjinal xarajatlarning keskin o'sishini boshdan kechirganda, qayta raqobatlashsa yoki o'z mahsulotlarini farqlashda narx raqobati yumshaydi.

Agar firmalar narx raqobatini boshlashdan oldin o'z imkoniyatlarini tanlasalar, kuchli taxminlar ostida ular auksionchi tozalashni tanlagan narxni tanlaydilar. Ushbu natija Cournot modeli uchun bir nechta asoslarni taqdim etadi, bunda firmalar miqdorlarni tanlaydi va auksionchi bozorni tozalash uchun narxni tanlaydi, agar miqdorlar imkoniyatlar sifatida talqin etilsa.

Shunday qilib, Bertran va Kurno modellarini ma'lum bir bozordagi raqobat natijalari to'g'risida qarama-qarshi bashoratlarni ta'minlaydigan ikkita raqobatchi model sifatida ko'rib chiqmaslik kerak. Oxir oqibat, firmalar deyarli har doim narx bo'yicha raqobatlashadilar. Buning o'rniga, bu modellar har xil xarajat tuzilmalariga ega bozorlarni ifodalash uchun mo'ljallangan. Bertran modelida bir xil marjinal xarajatlarga ega bo'lgan tarmoqlar uchun optimal yaqinlik mavjud; Cournot modeli marjinal xarajatlar keskin oshib borayotgan tarmoqlar uchun ko'proq mos keladi.

Cournot modelini kuch cheklovlari mavjudligi bilan asoslashda ehtiyot bo'lish kerak. Miqdoriy raqobatni odatda miqyosdagi raqobat deb hisoblash mumkin, bunda firma tanlagan miqyos uning xarajat funksiyasini va narx raqobati shartlarini belgilaydi.

Xartning ta'kidlashicha, ko'p sonli raqobatchilarga ega bo'lish raqobatbardosh natija uchun har doim ham zarur emas. Firma o'z mahsuloti bozoriga nisbatan kichik bo'lishi va shuning uchun uning bozor narxlari qarorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatmasligi muhimdir.

Allen va Helliwig firmalar soni cheksiz bo'lganida, imkoniyatlar cheklangan narx o'yinini tekshirdilar. Firmalar hajmi unchalik katta bo'lmagan ayrim hududlarda to'liq quvvatga mos keladigan miqdorlarni sotadilar; ikki bosqichli o'yinda birinchi bosqichda vakolatlarni tanlash bu mintaqada tugaydi va natija Kurno natijasiga teng. Imkoniyatlar raqobatidan keyin yuzaga keladigan narx raqobati modelida narxlar sig'imga nisbatan tezroq moslashadi. Narxlarni tanlashda, berilgan imkoniyatlarni hisobga olish mantiqan to'g'ri hisoblanadi. Raqobatchilar narx o'zgarishidan oldin firmaning kuchini kuzatadilar, so'ngra u firma qo'ymoqchi bo'lgan narxning ko'rsatkichi sifatida ishlaydi. Imkoniyatlar butunlay kuzatilmaydigan bo'lsa,

bu xususiyat yo'qoladi, rasmiy ravishda hamma narsa xuddi imkoniyatlar va narxlar bir vaqtning o'zida tanlangandek sodir bo'ladi.

Ketma-ket va bir vaqtning o'zida miqdor-narx o'yinlari aralash strategiyalarda muvozanatni o'z ichiga oladi. Agar haqiqatan ham narxlar imkoniyatlardan ko'ra tezroq o'zgarishi mumkin deb hisoblasa, bu xususiyat biroz qoniqarli emas. Aralash strategiyalarda bitta firma odatda raqobatchisiga qaraganda yuqori narxda to'xtaydi va qoldiq talab kam yoki umuman yo'q. Bu firma bozor ulushini oshirish uchun reaksiyaga kirishib, narxini pastga qarab qayta ko'rib chiqishni xohlaydi.

Aralash strategiyalar narx dinamikasini talab qiladi. Tovar-moddiy zaxiralarni yaratish qobiliyati – bu xususiyat bo'lib, unda imkoniyatlar bo'yicha oldindan majburiyatlar sotishdan oldin ishlab chiqarish shaklini oladi va o'yin takrorlanadi, unda quvvat va narx qarorlari qabul qilinadi.

Dinamik narx raqobati va til biriktirish. Tahlil qilish qulayligi uchun lahzali raqobat qabul qilindi: firmalar bir vaqtning o'zida narxlarni belgilab qo'yidilar, keyin esa yo'qoldi. Amalda firmalar qayta-qayta ishlaydi. Uzoq muddatli investitsiyalar, texnologik bilimlar, kirish uchun to'siqlar nisbatan barqaror firmalar to'plamida uzoq muddatli o'zaro ta'sirga yordam beradi. Takroriy o'zaro ta'sirda firma narxlarni pasaytirish to'g'risida qaror qabul qilganda, nafaqat joriy foydaning mumkin bo'lgan o'sishini, balki narxlar urushi va uzoq muddatli yo'qotishlar ehtimolini ham hisobga olishi kerak.

Hozirgi vaqtda dinamik raqobat modelini ishlab chiqishda bir qancha yondashuvlar qo'llanilmoqda. Barcha yondashuvlarda narxlarni pasaytirish narxni pasaytiruvchi firmaga qisqa muddatli foyda keltiradi, lekin narxlar urushini keltirib chiqaradi, marjinal xarajatlar (qo'shimcha 1 birlik mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarni ifodalaydi)dan yuqori narxlar muvozanatda saqlanishi mumkin.

4.3. Qarama-qarshi yondashuvlarning turlari.

Uchchala yondashuvda ham "qarshilik" yondashuvlari har xil. Birinchi yondashuvda narx urushi o'zini o'zi amalga oshiradigan hodisadir. Firma past narxni qo'yadi, chunki u boshqa firmalardan buni kutadi. Bunday kooperativ bo'lmagan bosqichni boshlaydigan signal firmalardan birining oldingi narxini pasaytirishdir. Ikkinchi yondashuv qisqa muddatda narxning qattiqligini nazarda tutadi; Bir firmaning boshqa firma tomonidan pasaytirilgan narxga munosabati raqobatchining agressiv narx strategiyasini qisqartirgan va

kesishda davom etayotgan bozor ulushini qaytarib olish istagi bilan izohlanadi. Uchinchi yondashuv firmalar o'rtasida bir-biri haqida ma'lumot olish jarayonida yuzaga keladigan vaqtlararo munosabatlarga qaratilgan. Firma narxning pasayishiga past narxni belgilash orqali javob beradi, chunki oldingi narxning pasayishi yoki past xarajatlarni bildirgan yoki kelishuv shartlarini bajarishga ishonish mumkin emas; kelajakda u nisbatan past narxlarni talab qilishi mumkin.

Chamberlindan boshlab, ba'zi mualliflar oligopolistlarning takroriy o'zaro ta'siri til biriktirishni rag'batlantirishi kerak deb o'ylashgan. Chamberlin til biriktirishni oldini oladigan omillar mavjudligini tan oldi. Fitna (Chamberlinning so'zlariga ko'ra) sanoatning har qanday subyekttining kelishuvidan chetga chiqish haqida ma'lum bo'lganda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan javob harakati tahdidi bilan qo'llab-quvvatlanadi. Ishlab chiqaruvchi tomonidan qo'yilgan narxlar tezda raqobatchilarga ko'rinadigan bo'lib qoladi; boshqa tarmoqlardagi narxlar biroz yashirin qolishi mumkin. Narxlarni pasaytirish hech qachon aniqlanmasa, hamma narsa firmalar bir vaqtning o'zida narxlarni tanlayotgandek davom etadi: u holda raqobatchilar munosabat bildira oladigan narxlar bo'lmaydi. Bunday vaziyatda, imkoniyatlar cheklovlari bo'lmaganda, firmalar narxlarni o'zlarining marjinal qiymati bo'yicha belgilaydilar va hech qanday foyda ko'rmaydilar.

Axborotning kechikishi kelajakni uzoqlashtiradi va shu bilan dinamik o'zaro ta'sirning ahamiyatini kamaytiradi. Shunga o'xshash bayonot, masalan, yirik xaridorning katta buyurtmasi bo'lsa, katta savdo hajmlari holati haqida ham aytilishi mumkin. Bunday vaziyatda til biriktirish barbod bo'lishini bashorat qilish mumkin, chunki narxlarni pasaytirishdan olingan xususiy qisqa muddatli daromad keyingi narxlar urushi bilan bog'liq uzoq muddatli yo'qotishlarga nisbatan katta bo'ladi. Oligopolistlar, ehtimol, maxfiylik bilan kelishilgan tahdidni bilishadi va natijada uni bartaraf etish choralarini ko'rishlari mumkin. Birinchidan, ular assotsiatsiya a'zolari tomonidan tuzilgan bitimlar to'g'risida batafsil ma'lumot to'playdigan yoki uning a'zolariga narxlar ustidan o'zaro nazoratni amalga oshirishga imkon beruvchi sanoat savdo uyushmasini yaratishi mumkin. Shuningdek, sanoat ishtirokchilari o'zlarining narxlari o'zgarishi haqida oldindan xabar berishlari mumkin. Ikkinchidan, oligopolistlar ulgurji va chakana sotuvchilarga qayta sotish narxlarini saqlab qolish majburiyatini yuklashlari mumkin.

Xulosa shuki, kelishuv xatti-harakatlaridan har qanday chetlanishni aniqlash oson, chunki ishlab chiqaruvchining mahsuloti taqsimotning o'ziga xosligi va narx kamsitishlari bilan buzilmagan yagona narxda sotiladi. Uchinchidan, firmalar yuzlab yoki minglab turli xil mahsulotlarni sotganda, tajriba bahosi, masalan, barcha mahsulotlar uchun yagona ustama (marja) yoki odatdagi narxlardan foydalanish firmalarga qiyin sharoitlarda bir-birlarining narxlash xatti-harakatlarini tezda tahlil qilishga yordam beradi. Tajribali narxlarning ba'zi turlari ommaviy foydalanish mumkin bo'lgan katta hajmdagi ma'lumotlarni talab qiladi. Masalan, bitta ustama bo'lsa, pilot yechim ishlayotganligini tekshirish uchun firmalar ham bir-birlarining xarajatlarini bilishlari kerak bo'ladi. Bazis punktlari va ishlarni bajarish uchun standart bo'yicha narxlarni belgilash kamroq ommaviy axborotni talab qiladi.

Ko'rib chiqilgan usullar firmaning raqobatchilariga faqat narxlarni kuzatish asosida uning narx strategiyasini o'zgartirish to'g'risida xulosa chiqarish imkonini beradi. Ular ma'lumotlar to'plamini kamaytiradi, shuning uchun javobni tezlashtiradi. Ko'pincha bu usullar yagona narxga e'tibor qaratish orqali muvofiqlashtirishni rivojlantirish uchun ishlatiladi, deb da'vo qilinadi. Ushbu nazariyaga ko'ra, firmalar uchun murakkab tashqi o'yinda (ehtimol, cheklangan ratsionallik tufayli) "fokal muvozanat" ga e'tibor qaratish qiyin bo'ladi. Na ma'lumot yig'ish nazariyasi, na muvofiqlashtirish nazariyasi tajribali yoki odatiy narx qanday tanlanishini tushuntirmaydi.

Bunday usullardan foydalanadigan sanoatga misol sifatida General Electric va Westinghouse kompaniyalari ustunlik qiladigan turbina generator sanoatini keltirish mumkin. Elektr energetika kompaniyalari tomonidan turbina generatorlarini sotib olish jarayoni qat'iy tasniflangan. 1963 yilda tez raqobatchiga yetib olgan General Electric yangi narx siyosatini e'lon qildi. Birinchidan, u turbogeneratorning narxini uning ishlashiga qarab hisoblash uchun soddalashtirilgan va to'liq formulalarni o'z ichiga olgan yangi narxlar katalogini chiqardi. Qadimgi katalog ko'p jihatdan, xususan, ba'zi texnik alternativalar va ehtiyot qismlarning narxi bilan izohlash uchun ochiq edi. Keyin olingan narx bitta koeffitsientga ko'paytirildi va yagona soatlik tariflar o'rnatildi. Ikkala raqobatchi ham savdo kitobida bir xil hisob-kitob narxlaridan foydalangan va hatto bir xil koeffitsientlardan foydalanishgan. Ikkinchidan, General Electric turli xaridorlarni, shu jumladan vaqtlararo davrlarda ham kamsitmasligini e'lon qildi: uning shartnomalarida olti oylik narxlarni himoya qilish sharti mavjud edi.

Asimmetriya. Chamberlinning bozor natijasi monopol narx bo'lishi mumkinligi haqidagi taklifi savolni tug'diradi: agar oligopolistlar har xil narx imtiyozlariga ega bo'lsa, xususan, monopoliya narxlari boshqacha bo'lsa nima bo'ladi? Misol uchun, ularning marjinal xarajatlari farq qilishi mumkin, shuning uchun arzon firmalar yuqori xarajatli firmalarga qaraganda arzon narxlarda muvofiqlashtirishni afzal ko'radilar. Firmalar, shuningdek, farqlangan mahsulotlarni taklif qilishlari mumkin – sifati, joylashuvi, tarqatish kanallari bo'yicha. Ko'pincha, kirish va chiqishlarning heterojenligi ma'lum bir narxda muvofiqlashtirishni qiyinlashtirishi mumkin deb taxmin qilinadi.

Agar firmaning ishlab chiqarishi tabaqalashtirilgan bo'lsa, unda haqiqiy raqobat bo'lmaydi, shuning uchun kelishilgan muvofiqlashtirish muammosi bo'lmaydi. Simmetrik sharoitda muvofiqlashtirish amalga oshiriladigan narx, albatta, monopol narx hisoblanadi. Bunday narx foydani maksimal darajada oshiradi va foydaning nosimmetrik qayta taqsimlanishiga olib keladi. Asimmetrik xarajatlar bilan muvofiqlashtirish amalga oshiriladigan "fokal narx" yo'q.

4.4. Ko'pchilik bozorlarda raqobatni shartnoma orqali rag'batlantirilishi.

Ko'pgina bozorlarda shartnoma raqobatni rag'batlantirmasligi odatda qabul qilinadi. K.Edwards ko'p bozorlarda bir-biri bilan raqobatlashayotgan firmalar qattiq kurashishga jur'at eta olmasligini tasavvur qiladi, chunki xususiy foyda olish istiqbollari har doim ham umumiy farovonlikni xavf ostiga qo'yishga arzimaydi, bir bozordagi qattiq raqobatdan foyda olish istiqboli har doim ham shunday bo'lishi mumkin. Raqobatchining boshqa bozorlardagi reydlari xavfi bilan solishtirish mumkin. Bernxaym va Uinston ta'kidlaganidek, kompaniya barcha bozorlarda xuddi shunday shiddatli va bir vaqtning o'zida kurashishi mumkin edi, shuning uchun uning qisqa muddatli yutuqlari mahalliy emas, balki umumiy bo'lishi mumkin edi.

Umuman olganda, sanoatdagi firmalar soni til biriktirish imkoniyatiga ta'sir qiladi. Bozor konsentratsiyasini dastlabki ko'rib chiqish sezgiga asoslangan edi, ya'ni kelishuv natijalari uchun yuqori konsentratsiya zarur degan ijobiy fikrga tayanadi.

Ma'lum darajada, firmalar kuchsizroq bo'lsa, kelishuvni saqlab qolish osonroq. Jazo tahdidi faqat narx pasayganidan keyin tez orada jazo kelsa

ishlaydi. Bunday jazo ikki bog'liq sababga ko'ra kechiktirilishi mumkin. Birinchidan, raqobatchi kompaniya tomonidan narxning pasayishi haqida biroz kechikish bilan bilib olishi mumkin. Bu ishlab chiqaruvchilar kichik miqdordagi yirik xaridorlar (ulgurji sotuvchilar yoki quyi oqim ishlab chiqaruvchilari) bilan shartnomalar tuzganda sodir bo'lishi mumkin. Bunday hollarda shartnomalarning maxfiyligi til biriktirishni oldini oladi. Darhaqiqat, agar narxlarni pasaytirish hech qachon aniqlanmagan bo'lsa, til biriktirishni davom ettirish mumkin bo'lmaydi. Ikkinchidan, tez-tez bo'lmagan o'zaro ta'sir jazoni kechiktiradi va joriy narxni qisqartirishni yanada jozibador qiladi.

Ilgari, ma'lumotlarning biroz kechikishidan so'ng, firmaning o'tmishdagi narx tanlovi uning raqibi tomonidan to'liq kuzatiladi, deb taxmin qilingan. Biroq, ko'pincha narxlar kuzatilmaydigan holatlar mavjud; firma iste'molchiga narxlarda chegirma taklif qilishi yoki narxlarni oshirmasdan xizmatlar sifatini oshirishi mumkin. Agar raqobatchining narxi kuzatilmaydigan bo'lsa, firma o'zining bozor ulushiga yoki raqobatchi tomonidan narxning pasayishini aniqlash uchun talab ma'lumotlariga tayanishi kerak. Biroq, agar talab funksiyasi tasodifiy bo'lsa va buzilishlar kuzatilmasa, bu xulosa chiqarish jarayoni o'zgaradi. Bozor ulushining pastligi raqibning tajovuzkor xatti-harakati yoki talabning pasayishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Shuning uchun, talab tasodifiy bo'lsa, narxlarning pasayishini aniqlash qiyin, bu esa til biriktirishni to'xtatadi.

Green va Porter yashirin narxlarni pasaytirish muammosini rasmiylashtiradigan supero'yin modelini ishlab chiqdilar. Maksimal jazo tamoyili har doim ham bunday vaziyatga taalluqli emas. Narxlarni tanlash juda kuzatilgan bo'lsa, haddan tashqari jazo choralariга murojaat qilish mantiqan to'g'ri keladi, chunki ular hech qachon muvozanat traektoriyasida kuzatilmaydi va shuning uchun firmalar uchun qimmat emas, ular faqat tahdidlarni anglatadi. Noaniqlik sharoitida xatolar muqarrar va maksimal jarimalar optimal bo'lishi shart emas.

Nomukammal ma'lumotlar bilan, to'liq kelishuvga asoslangan natijani qo'llab-quvvatlash mumkin emas. Agar firmalar past daromad olsalar ham doimiy ravishda til biriktirsalar (monopol narxni o'rnatmalar), uni saqlab qolish mumkin edi, chunki kelishuv sharoitida ham past foyda kichik talabning natijasi bo'lishi mumkin. Raqibining foydasi past bo'lsa ham biznesni davom ettirishiga ishonchi komil bo'lgan firma o'z narxini yashirin ravishda pasaytirish uchun rag'batga ega: narxlarning pasayishi qisqa

muddatli foyda keltiradi va uzoq muddatli yo'qotishlar bo'lmaydi. Shunday qilib, umumiy til biriktirish narxlarni ushlab turish bilan mos kelmaydi.

Takroriy narx harakati bilan supero'yinlar hech qachon ularning daromadlariga ta'sir qiladigan o'zgaruvchilarga hech qachon munosabat bildirmaydi.

Darhaqiqat, narxlarni doimiy ravishda o'zgartirish mumkin emas. Firmalar narxlarni o'zgartirish bo'yicha qaror qabul qilish jarayonida, yangi chakana narxlar va kataloglarni jo'natishda, narx belgilarini o'zgartirishda, iste'molchilarga narxlarni pasaytirishda reklama qilishda xarajatlarga duchor bo'ladilar. Ushbu imkoniyat xarajatlari odatda kichikdir, shuning uchun firmalar xohlasalar narxlarni tez-tez o'zgartirishi mumkin, lekin har kuni yoki daqiqada narxlarning o'zgarishi ko'pincha juda qimmatga tushadi, shuning uchun narxlar qisqa muddatda qattiqlashishi mumkin.

Narxlarning qat'iyligi uchun, o'tgan narx tanlovlari joriy foydaga ta'sir qiladigan boshqa kanallar mavjud. Talab sohasida o'tgan narxlar iste'molchilarga mahsulot yoki xarajatlar funksiyasining o'zgarishi haqida ma'lumot berish orqali firmaning mavjud obro'siga ta'sir qilishi mumkin.

Ta'minot tomonida, agar buyurtmalar bajarilishi uchun vaqt kerak bo'lsa, o'tgan narxlar joriy inventar yoki joriy ish yukiga ta'sir qiladi. Narxlar qat'iyligining mavjudligi narx reaksiyalarining o'z-o'zini barqarorlashtiruvchi reaksiyalar emas, balki faqat bozor ulushini tiklash yoki ta'minlashga urinishlar bo'lish ehtimolini oshiradi. Qisqa muddatli narxlarning qat'iyligini va g'alaba qozongan narxlarga reaksiyasini rasmiylashtirishning eng oddiy usuli – bu firmalar narxlarni sinxronlashmagan deb hisoblashdir.

4.5. Narxlarning pasayishi uning oshishiga qaraganda sekinroq bo'lishi.

Talab tushganda, ular pastga yo'naltirilgan bo'lib, tuzatishni boshlagan firmaning bozor ulushining vaqtincha o'sishiga olib keladi. Bum davrida har bir firma yuqoriga moslashishni istamaydi, chunki bu bozor ulushini vaqtincha yo'qotishiga olib keladi.

Narxning qat'iyligi takroriy auksion holatlarida til biriktirishni rasmiylashtira olmaydi. Keyin har bir auksionda yangi narxlar tayinlanadi, chunki cheklash vaqti sinxron tarzda amalga oshiriladi. Ortega-Reyxert birinchi taklif auksionlari uchun til biriktirish nazariyasini ishlab chiqdi. Uning fikri shundan iboratki, har bir firma kim oshdi savdosida yuqori baho berish orqali boshqa firmalarga o'z sarf-xarajatlari haqiqatdan ko'ra unchalik

samarali emasligi to'g'risida signal berishga harakat qiladi va shu bilan keyingi auksionda agressiv taklif qilmasligini ko'rsatadi. Bu raqobatchini kelajakda narx belgilashda kamroq tajovuzkor bo'lishga undaydi.

Qisqa muddatda narxlarning qat'iyliги narxlarning kelishuvini qo'llab-quvvatlashi mumkin. Ushbu yondashuv firmalarning o'tmishdagi narxlar tanlovi bilan belgilanadigan to'lov o'zgaruvchilariga javob berishini nazarda tutadi (to'lov o'zgaruvchilari narxlarning o'zi bo'lishi mumkin, lekin iste'molchilarning inertsiyasi yoki vaqtlararo texnologik aloqalar tufayli bilvosita hosil bo'lishi mumkin). Shunday qilib, haqiqiy o'zgaruvchilarning roli ta'kidlanadi. Darhaqiqat, o'tmishdagi o'zgarishlar nafaqat haqiqiy o'zgaruvchilarga ta'sir qilgani uchun, balki raqobatchilar haqida ma'lumot bergani uchun ham muhimdir. Oligopolistlar aniq baholay olmaydigan ko'plab o'zgaruvchilar bilan shug'ullanadilar. Bunday o'zgaruvchilarga raqobatchilarning xarajatlar tarkibi, talab holati, bozor potentsiali, o'tgan narxlarni tanlash yoki kuzatilgan talab kiradi. O'tgan o'zgarishlar nomoddiy o'zgaruvchilarga ta'sir qiladi. Bu firmalar kelajakda foyda olish uchun raqiblar haqidagi ma'lumotlarni manipulyatsiya qilishni xohlash ehtimolini oshiradi.

Bir lahzalik vaziyatda, agar uning marjinal qiymati yuqori bo'lsa, firma yuqori narxni talab qiladi va aksincha. Axborotni strategik manipulyatsiya qilishning yo'qligida birinchi bosqichning yuqori narxi firma uchun yuqori xarajatlarni yoki talabning yuqori ekanligini ko'rsatadi. Agar xarajatlar vaqt o'tishi bilan ijobiy bog'liq bo'lsa, xususan, vaqtga bog'liq bo'lmasa, firma ikkinchi bosqichda ham yuqori narxni talab qiladi. Raqib ikkinchi bosqichda o'z xatti-harakatini bashorat qilish uchun birinchi bosqichda firmaning narxi tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlardan foydalanishi kerak. Ratsional firma buni tushunadi va odatda raqib ma'lumotlarini manipulyatsiya qilishga intiladi. Buning uchun u berilgan marjinal xarajat bo'yicha birinchi bosqichda kutilayotgan foydani maksimal darajada oshiradigan narxdan yuqori narxni yoki uning talab haqidagi ma'lumotlariga asoslanib narx qo'yadi. O'z navbatida, raqib firmaning yuqori narxni talab qilish istagini oldindan bilishi va shunga mos ravishda o'z xulosalarini o'zgartirishi kerak. Asimmetrik marjinal xarajat yoki talab ma'lumotlariga ega bo'lgan takrorlanuvchi narx o'yinida har bir firma yuqori narxlarni olish uchun obro' yaratish uchun o'z narxini oshirish orqali qisqa muddatli foydani qurbon qiladi. Ikki bosqichli o'yinda bu effekt faqat birinchi bosqichda sodir bo'ladi. Ikkinchi bosqichda

har bir firma o'z ma'lumotlari asosida ikkinchi bosqichda kutilayotgan foydani maksimal darajada oshiradi, chunki bu obro'-e'tibor kelajakka o'tadi. Firmalar narxlar raqobatini yumshatish uchun differenziatsiyani afzal ko'radilar, maksimal narx farqini qidiradilar. Maksimal mahsulot differenziatsiyasiga qarshi bo'lgan kuchlar va har qanday mahsulot differenziatsiyasiga qarshi bo'lgan kuchlar mavjud.

Firmalarni bir-biriga yaqin joylashtirishga undaydigan tashqi omillar bo'lishi mumkin: xarajat, xom ashyo manbasiga yaqinlik. Talab nuqtai nazaridan, iste'molchilarning tovarlarni qidirishlari firmalarni bir joyda klasterlashishga undashi mumkin, bu esa ushbu firmalar uchun qidiruv xarajatlarini kamaytiradi va ularning umumiy talabini oshiradi. Agar talabning oshishi narx raqobatining sezilarli o'sishi bilan qoplanmasa, bu strategiya mantiqiy bo'lishi mumkin.

Shunday qilib, xulq-atvor o'yinlari nazariyasi o'zaro ta'sir o'tkazishga majbur bo'lgan va ziddiyatli vaziyatlarni eng samarali tarzda hal qilishga intiladigan iqtisodiy subyektlarning xulq-atvor xususiyatlarini tushuntiradi.

Tayanch so'z va iboralar

O'yinlar nazariyasi, chuqur evolyutsion ildiz, shartnoma, raqobat, rag'batlantirish, matematik apparat, eksperimental tadqiqotlar, xulq-atvor nazariyasi, stantart ultimatum o'yini, bashorat, moliyalashtirish, sarmoya, ishtirokchilar, imkoniyat, altruizm, adolat, Michigan biznes maktabi, xazinachi, antropologlar, sevgi va mehribonlik g'oyalari, qarama-qarshi hasad tuyg'usi, xushyoqish omili, matematik psixika, paradokslar, oligopolistik bozor, ishlab chiqarish quvvati, iste'mol funksiyasi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. O'yinlar nazariyasi nimadan iborat?
2. Chuqur evolyutsion ildiz deganda nimani tushunasiz?
3. Sizingcha shartnoma shartlari nimalardan iborat?
4. Raqobatda yengib chiqish uchun nimalarga e'tibor berish kerak?
5. Rag'batlantirishning qanaqa ko'rinishlarini bilasiz?
6. Eksperimental tadqiqotlar deganda nimani tushunasiz?
7. Stantart ultimatum o'yini nimadan iborat?
8. Altruizm so'zini qanday tushunasiz?
9. Michigan biznes maktabi qanaqa maktab?

10. Oligopolistik bozor deganda qanaqa bozor ko'z oldingizga keladi?
11. Qarama-qarshi hasad tuyg'usi deganda qanaqa tuyg'uni tushunasiz?
12. Xushyoqish omiliga qaysi omillarni misol tariqasida keltirish mumkin?
13. Ishlab chiqarish quvvatining yuqori yoki past bo'lishi nimaga bog'liq?
14. Iste'mol funksiyasi deganda nimani tushunasiz?

Testlar

1. Qarorlarni qabul qilish jarayonida mahalliy ratsionallikka yo'l qo'yishini nechta sababi bor?
 - A. 2 ta sababi bor
 - B. 4 ta sababi bor
 - C. 3 ta sababi bor
 - D. 5 ta sababi bor
2. Agar tashkilotlar maqbul maqsadlarni qo'ygan bo'lsalar va ularga mos keladigan birinchi yechimni tanlasalar, qidiruv muammolarni keltirib chiqaradimi?
 - A. Ha
 - B. Yo'q
 - C. Bo'lishi mumkin
 - D. Bo'lmasligi mumkin
3. Agar muammo qidiruv xatti-harakatlarini rag'batlantirsa, qidiruv ...
 - A. Motivli hisoblanadi
 - B. Motivli hisoblanmaydi
 - C. Optimal hisoblanadi
 - D. Optimal hisoblanmaydi
4. Tashqi muhit holatini baholash, jarayon ishtirokchilarining nimalaridagi farqlarni aks ettiradi?
 - A. Tashqi muhit holatini baholash, jarayon ishtirokchilarining mashg'ulotlari, tajribalari va maqsadlaridagi farqlarni aks ettiradi
 - B. Tashqi muhit holatini baholash jarayon ishtirokchilarining mashg'ulotlari, tajribalari va bilimlaridagi farqlarni aks ettiradi.

C. Tashqi muhit holatini baholash jarayon ishtirokchilarining mashg'ulotlari, tajribalari va ko'nikmalaridagi farqlarni aks ettiradi.

D. Tashqi muhit holatini baholash jarayon ishtirokchilarining mashg'ulotlari, tajribalari va salohiyatlaridagi farqlarni aks ettiradi.

5. Moslashuv, qaror qabul qilish jarayonining nechta bosqichida mavjud?

A. 3 ta

B. 5 ta

C. 4 ta

D. 6 ta

6. R.Kaert va J.March nazariyasi nechta asosga asoslangan?

A. 4 ta asosga asoslangan

B. 6 ta asosga asoslangan

C. 5 ta asosga asoslangan

D. 3 ta asosga asoslangan

7. Axborot qaror qabul qilishda qanday o'rin egallaydi?

A. Axborot qaror qabul qilishda noaniqlikni kamaytirishga yordam beradi, ammo uni yo'q qilmaydi

B. Axborot qaror qabul qilishda noaniqlikni kamaytirishga yordam beradi,

C. Axborot qaror qabul qilishda noaniqlikni yo'q qilmaydi

D. To'g'ri javob yo'q

8. Tashkilotlar xavf va noaniqlik to'g'risida qaror qabul qilishdan qochishga harakat qiladimi?

A. Ha

B. Yo'q

C. Bo'lishi mumkin

D. Bo'lmasligi mumkin

9. R.D.Lyuis qanaqa olim?

A. Xulq-atvor iqtisodiyotining asoschilaridan biri, jahon biznesidagi biznes madaniyati muallifi, dunyodagi eng yirik tilshunos va madaniyatshunos olim.

B. Xulq-atvor iqtisodiyotining asoschilaridan biri, jahon biznesidagi biznes madaniyati muallifi, dunyodagi eng yirik tilshunos olim.

C. Xulq-atvor iqtisodiyotining asoschilaridan biri, jahon biznesidagi biznes madaniyati muallifi, dunyodagi eng yirik madaniyatshunos olim.

D. Xulq-atvor iqtisodiyotining asoschilaridan biri, dunyodagi eng yirik tilshunos va madaniyatshunos olim.

10. Madaniyat bu nima?

A. Madaniyat yuzlab avlodlar tomonidan filtrlangan va barqaror qadriyatlar, e'tiqodlar va aloqa modellari ko'rinishida taqdim etilgan millionlab aqlarning mahsulidir.

B. Madaniyat yuzlab avlodlar tomonidan filtrlangan va barqaror qadriyatlar, e'tiqodlardir.

C. Madaniyat yuzlab avlodlar tomonidan filtrlangan va aloqa modellari ko'rinishida taqdim etilgan millionlab aqlarning mahsulidir.

D. Madaniyat filtrlangan va barqaror qadriyatlar, e'tiqodlar va aloqa modellari ko'rinishida taqdim etilgan millionlab aqlarning mahsulidir.

II BO'LIM XULQ-ATVOR IQTISODIYOTINI RIVOJLANISHINING ASOSIY YO'NALISHLARI

V BOB. SHAXSIY MULK ERKINLIGI TANLOV INSTITUTI SIFATIDA VA TEGISHLI MAJBURIYATLAR

5.1. Iqtisodiy institutlarning umumiy tavsifi.

Ijtimoiy fanlar tizimida iqtisodiyotning institutsional o'zgarishi sharoitida g'oyalar majmui, iqtisodiy rivojlanish vektorini belgilovchi nazariy va uslubiy asos sifatida iqtisodiy nazariyaning yangi paradigmasini izlash to'xtamaydi. Ana shunday urinishlardan biri iqtisodiy jarayonlar va hodisalarni o'rganishga pozitivistik yondoshuv asosida yaratilgan, to'plangan empirik materialga psixologik izoh beradigan fan sifatida xulq-atvor iqtisodiyotining paydo bo'lishidir.

Iqtisodiy institutlar – me'yorlar va tashkilotlarning majmui sifatida institutsional tuzilma jamiyatning iqtisodiy faoliyatida muhim rol o'ynaydigan, xarakterga ega bo'lgan, faqat ularning munosabatlariga xos bo'lgan va jami ma'lum tizimni tashkil etuvchi institutsional elementlarning tartibli joylashuvi institutsional xarakterga ega. Elementlarni joylashtirish tartibi ularning butun tizim miqyosida bir-biriga nisbatan aniq joylashishini, ularning ierarxiyasi darajalarini taqsimlashni va tegishli ierarxik munosabatlarni aniqlashni nazarda tutadi.

Iqtisodiy institutlarning umumiy tavsifi

“Iqtisodiy institutlar” tushunchasi ilmiy muomalaga iqtisodiyot nazariyasining institutsional sotsiologik yo'nalishi tomonidan kiritilgan.

Institutsionalizm vakillarini ikkita asosiy muammo qiziqtiradi: iqtisodiy hokimiyat va iqtisodiyot ustidan nazorat, shu munosabat bilan ular "institutlar" tushunchasidan foydalanadilar.

Iqtisodiy institutlar deganda, odatda, jamiyatdagi o'yin qoidalari yoki odamlarning o'zaro munosabatlarini shakllantiradigan odamlar tomonidan rasmiy ravishda yaratilgan cheklovlar tushuniladi.

Institutlar almashinuv, ijtimoiy, siyosiy yoki iqtisodiy rag'batlantirish tuzilmasini yaratadi. Institutlar ham rasmiy qonunlar (konstitutsiya, qonunlar, mulkiy huquqlar), ham norasmiy qoidalar (urf-odatlar, xulq-atvor qoidalari)dir. Institutlar ma'lum tartibni ta'minlash va birjadagi noaniqlikni bartaraf etish uchun odamlar tomonidan yaratilgan.

Bunday institutlar iqtisodiyotda qabul qilingan standart cheklovlar bilan birgalikda alternativalar to'plamini aniqladilar va shu bilan ishlab chiqarish va aylanish xarajatlarini va shunga mos ravishda foyda va iqtisodiy faoliyatga jalb qilish ehtimolini aniqladilar. Jek Knightning fikricha, institutlar ijtimoiy munosabatlarni o'ziga xos tarzda tuzadigan qoidalar majmui bo'lib, ular haqida bilim ma'lum bir jamiyatning barcha a'zolari ega bo'lishi kerak.

Rasmiy institutlar ko'pincha bozor iqtisodiyoti sharoitida institutsional o'zgarishlarni nazorat qiluvchi shaxslar manfaatlariga xizmat qilish uchun yaratiladi. Ba'zilarining shaxsiy manfaatlarga intilishi boshqalarga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Mafkuraviy va ma'naviy ehtiyojlarni qondiradigan davlat institutlari jamoat tashkilotlari va iqtisodiy xatti-harakatlariga ta'sir qiladi. Davlatning jamoat institutlarini, masalan, normalarni o'z maqsadlari uchun manipulyatsiya qilishga urinishlari ko'pincha muvaffaqiyatsiz bo'ldi. Bunga misol qilib sovet odamlarini kommunistik quruvchisining axloqiy kodeksi ruhida tarbiyalash mumkin. Institutlarni amortizatsiya va yangi investitsiyalar orqali o'zgarishi mumkin bo'lgan ijtimoiy kapital sifatida ko'rish mumkin. Rasmiy qonunlar tez o'zgarishi mumkin, lekin majburlash va norasmiy qoidalar sekin o'zgaradi. Va bu yerda Rossiya kapitalizmning mos iqtisodiy institutlarini bozor modeliga moslashtirganiga misol bo'la oladi. Norasmiy qoidalar, me'yorlar, urf-odatlar hokimiyat tomonidan yaratilmaydi, ular ko'pincha o'z-o'zidan rivojlanadi.

Institutlar atrof-muhitdagi o'zgarishlarga sekin moslashadi, shuning uchun samarali bo'lgan institutlar samarasiz bo'lib qoladi va uzoq vaqt saqlanib qoladi, chunki jamiyatni uzoq vaqt oldin belgilangan tarixiy yo'ldan qaytarish qiyin.

Muassasalar va tashkilotlar o'rtasida farq bor. Institutlar shaxslarning o'zaro ta'siri va harakatlarini tartibga soluvchi qoidalar va qonunlar to'plami bo'lsada, tashkilotlar o'zlari institutsional cheklovlarga duchor bo'lishi mumkin bo'lgan korporativ aktyorlardir. Tashkilotlar ichki tuzilmaga, tashkilotni tashkil etuvchi shaxslarning xatti-harakatlarini belgilaydigan institutsional asosga ega. Ayrim jamoa birlashmalari firma, davlat byurokratiyasi, cherkov yoki ta'lim muassasasi kabi muassasalar ham, tashkilotlar ham bo'lishi mumkin.

Muassasalar va ishlab chiqarish samaradorligi o'rtasidagi munosabatlarni tushunish uchun tranzaksiya xarajatlari tushunchasi muhim

ahamiyatga ega. Tranzaksiya xarajatlari atamasi ilmiy muomalaga Nobel mukofoti sovrindori R. Kouz (1910 y. t.) tomonidan kiritilgan. Ushbu xarajatlar ishlab chiqarish bilan emas, balki u bilan bog'liq xarajatlar bilan bog'liq: narxlar, iqtisodiy bitimlarning kontragentlari, xo'jalik shartnomalarini tuzish xarajatlari, ularning bajarilishini nazorat qilish va boshqalar to'g'risida ma'lumot qidirish.

J. Kommons birinchi bo'lib ilmiy muomalaga "omborot" tushunchasini kiritdi – bu tovar ayirboshlash emas, balki jamiyat tomonidan yaratilgan mulkiy huquq va erkinliklarni begonalashtirish va o'zlashtirib olishdir. Bunday ta'rif, institutlar shaxsning irodasini o'z harakatlari bilan atrof-muhitga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan sohadan tashqarida kengaytirishni ta'minlaganligi sababli mantiqiydir, ya'ni jismoniy nazoratdan tashqarida va shuning uchun individual xatti-harakatlar yoki tovarlar almashinuvidan farqli ravishda bitimlar bo'lib chiqadi. J. Kommons bitimlarning uchta asosiy turini ajratdi:

1. Tranzaksiya bitimi – mulkiy huquq va erkinliklarni haqiqiy begonalashtirish va boshqa shaxsga o'tkazishni amalga oshirishga xizmat qiladi, uni amalga oshirishda tomonlarning har birining iqtisodiy manfaatlaridan kelib chiqqan holda o'zaro roziligi talab qilinadi.

Tranzaksiya bitimida subyektlar o'rtasidagi o'zaro harakatlarning, shu jumladan munosabatlarning simmetriya sharti kuzatiladi. J. Kommonsning fikricha, tranzaksiya bitimining o'ziga xos xususiyati ishlab chiqarish emas, balki tovarlarni qo'ldan qo'lga o'tkazishdir.

2. Boshqaruv bitimi – undagi kalit boshqaruv-bo'ysunish munosabatlari bo'lib, qaror qabul qilish huquqi faqat bir tomonga tegishli bo'lganda odamlar o'rtasidagi shunday o'zaro ta'sirni o'z ichiga oladi. Nazorat bitimida xulq-atvor aniq assimetrikdir, bu tomonlar pozitsiyasining assimetriyasi va shunga mos ravishda huquqiy munosabatlarning assimetriyasining natijasidir.

3. Ratatsion bitim – u bilan tomonlarning huquqiy maqomining assimetriyasi saqlanib qoladi, lekin boshqaruvchi tomonning o'rnini mulkiy huquqlarni belgilash funksiyasini bajaradigan jamoa organi egallaydi. Reyting bitimlariga quyidagilar kiradi: direktorlar kengashi tomonidan kompaniya budjetini, federal budjetni hukumat tomonidan va vakillik organi tomonidan tasdiqlash, amaldagi subyektlar o'rtasida yuzaga keladigan nizo bo'yicha hakamlik sudining qarori, ular orqali boylik taqsimlanadi.

Iqtisodiyot nazariyasida tranzaksiya xarajatlarining beshta asosiy shakli mavjud.

Ma'lumot qidirish xarajatlari. Iqtisodiy bitimlarning kontragentlarini qidirish va sotish uchun eng qulay shartlarni izlash bilan bog'liq.

Muzokaralar va shartnomalar tuzish xarajatlari. Bu kontragentlar o'rtasida shartnoma tuzish, sotish shartlari bo'yicha muzokaralar olib borish, bitimni qonuniy ro'yxatdan o'tkazish xarajatlari.

O'lchov xarajatlari – sifat, sog'liq uchun xavfsizlikni aniqlash bilan bog'liq xarajatlar. Ushbu turdagi xarajatlarni kamaytirishga qaratilgan tashkilotlarning harakatlari: tovar belgisi ("brend"); ishlab chiqarilgan mahsulotlarni standartlashtirish; kompaniya tomonidan taqdim etilgan kafolatlar (bepul kafolatli ta'mirlash, nuqsonli mahsulotni yaxshisiga almashtirish huquqi va boshqalar).

Mulk huquqlarini spetsifikatsiya qilish va himoya qilish xarajatlari. Mulk huquqining spetsifikatsiyasi bir yoki bir nechta xo'jalik yurituvchi subyektlarga ma'lum vakolatlarni (mulk huquqi tushunchasiga kiritilgan) berishdir. Xarajatlar mulk obyektini va subyektni belgilash, sud tizimi, huquqni muhofaza qilish organlarining faoliyati va boshqalar bilan bog'liq.

Oportunistik xatti-harakatlarning xarajatlari. Insofsizlik, yolg'on, ma'lumotni yashirish bilan bog'liq.

Har qanday jamiyatda xo'jalik subyektlari tranzaksiya xarajatlari miqdorini kamaytirishga intiladilar va bunga xo'jalik yurituvchi subyektlar o'z faoliyati davomida duch keladigan noaniqlikni kamaytiradigan iqtisodiy institutlar yordam beradi. Institutlarning asosiy maqsadi odamlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning barqaror tuzilmasini o'rnatishdir.

Xulq-atvorning iqtisodiy qoidalarini o'rnatuvchi eng muhim institut bu mulkdir.

5.2. Mulkchilikning mohiyati.

Turli iqtisodiy maktablar mulk va uning mohiyatini turlicha ta'riflaydi.

Kichik burjua sotsializmi mafkurasi P.J.Prudon (1809-1865) bu kategoriyaga quyidagicha ta'rif bergan: "Mulk o'g'irlikdir". Uning fikri dunyoga muhim tafsilot bergan bo'lsada, jamiyatda qabul qilinmadi. Jamiyatning bir a'zosi biror narsaga egalik qilsa, ikkinchisi unga ega bo'lish imkoniyatidan mahrum bo'ladi. Binobarin, mulkning asosini tabiat emas, balki ijtimoiy munosabatlar tashkil etadi. Marksistik nazariya mulkni ishlab

chiqarish vositalarini va ular yordamida yaratilgan moddiy ne'matlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonida o'zlashtirgan (begonalashtiruvchi) odamlar o'rtasidagi munosabatlar deb belgilaydi.

Bu yerda moddiy ne'matlarning subyekttga tegishli ekanligi nafaqat u, balki boshqa subyektlar tomonidan ham tan olinishi lozimligiga e'tibor qaratiladi, shuning uchun mulk huquqi ijtimoiy munosabat sifatida vujudga keladi.

Mulk iqtisodiy kategoriya sifatida odamlarning irodasi va ongidan mustaqil ravishda mavjud. Hatto Solon (miloddan avvalgi 594 yil) va Klisfen (miloddan avvalgi 509 yil) qonunlar mulkiy munosabatlarni vujudga keltirmasligini, ular jamiyatda amalda shakllangan munosabatlarni mustahkamlab qo'yishini ta'kidlaganlar. Shuning uchun mulkning iqtisodiy va huquqiy toifalarini farqlash kerak.

Iqtisodiy kategoriya sifatida mulk odamlar o'rtasidagi o'zlashtirish va begonalashtirish munosabatlarini ifodalaydi. Huquqiy kategoriya sifatida mulk obyektiv ravishda tashkil etilgan o'zlashtirish munosabatlarining subyektiv talqini, amalda allaqachon o'rnatilgan narsalarni mustahkamlashning ijtimoiy ehtiyojidir.

Mulkning birinchi ta'riflaridan biri imperator Yustinianning (V asr) "Rim huquqi" kodeksida berilgan bo'lib, unda mulk mulkka egalik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish huquqi sifatida qaraladi.

Mulk mazmunidagi asosiy narsa o'zlashtirishdir.

O'zlashtirish – bu subyektt tomonidan iqtisodiy zo'ravonlik va huquqiy usullar bilan amalga oshiriladigan mulk obyektini boshqa subyektlardan begonalashtirishdir. O'zlashtirishni mehnat orqali, aylanma yo'li bilan va ishlab chiqarish jarayonida, ishlab chiqarish momentida amalga oshiriladigan harakat sifatida ajratib ko'rsatish mumkin .

Egalik qilish, foydalanish va tasarruf etishni o'zlashtirish va begonalashtirishning to'liq shakli sifatida mulkdan ajratish kerak.

Egalik – to'liq bo'lmagan, qisman o'zlashtirish. Egasi ishlab chiqarish vositalarining vakili hisoblanadi. U egasining shaxsiy vakili. Mulk – bu mulkdor tomonidan belgilangan sharoitlarda ishlaydigan mulk. Masalan, zudlik, to'lov, shuningdek daromadning bir qismini o'zlashtirishni o'z ichiga olgan ijara, kredit.

Foydalanish – buyumning maqsadiga qarab haqiqiy foydalanish.

Foydalanish egalik va mulkni realizatsiya qilish shaklidir. Agar egalik qilish egalik funksiyasi bo'lsa, foydalanish egalik funksiyasidir.

Buyurtma – bu mulk egasining yoki boshqa shaxsning mulk obyektining faoliyati to'g'risida tadbirkorning mol-mulkni mulkdor tomonidan ruxsat etilgan chegaralarda foydalanishga berish huquqidan kelib chiqqan holda qaror qabul qilishi.

Shu munosabat bilan shuni ta'kidlash kerakki, bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor mulkdor bo'lmasligi mumkin, lekin u egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish huquqiga ega bo'lishi shart – mulk huquqi uchligiga ega bo'lishi kerak.

Mulkiy munosabatlar – bu obyekt-subyekt munosabatlari bo'lib, bunda obyekt ishlab chiqarish va inson hayotining moddiy sharoitlari (ishlab chiqarish vositalari va mehnat), shuningdek ishlab chiqarish natijalari (moddiy ne'matlar va xizmatlar), subyektlari esa shaxs, sheriklik, birlashma, mehnat jamoasi ma'ruza, davlat vakillari, davlat apparati xodimlari.

Mulk iqtisodiy kuch bilan chambarchas bog'liq. Qat'iy aytganda, ishlab chiqarishni boshqarish mulkchilik funksiyasi, uning muhim jihatlaridan biridir. Qoidaga ko'ra, ishlab chiqarish vositalarining egasi ishlab chiqarishni boshqaradi. Mulk iqtisodiy qudratning asosiy (yagona bo'lmasa ham) unsurlaridan biri, uning manbaidir.

Mulk huquqining iqtisodiy nazariyasiga ko'ra, resurs (ishlab chiqarish vositalari yoki mehnat vositalari) o'z-o'zidan mulk emas, balki resursdan foydalanish huquqlari to'plami yoki ulushidir.

Mulk huquqi nazariyasining kelib chiqishida ikki taniqli amerikalik iqtisodchi R. Kouz va A. Alchian turishgan. Bu nazariyani yanada rivojlantirishda I.Barzel, G.Bekker, D.Nort, N.Cheng, R.Pozner va boshqalar qatnashdilar, 11 elementdan iborat bo'lib, ular:

1) egalik qilish huquqi, ya'ni tovarlar ustidan mutlaq jismoniy nazorat qilish huquqi;

2) foydalanish huquqi, ya'ni tovarning foydali xususiyatlarini o'zi uchun qo'llash;

3) boshqaruv huquqi, ya'ni imtiyozlardan foydalanishni kim va qanday ta'minlashni hal qilish;

4) daromad olish huquqi, ya'ni imtiyozlardan foydalanish natijalariga egalik qilish to'g'risida;

5) suverenning huquqi, ya'ni tovarni begonalashtirish, iste'mol qilish, o'zgartirish yoki yo'q qilish huquqi;

6) xavfsizlik huquqi, ya'ni tovarlarni ekspropriatsiya qilishdan va tashqi muhit ta'siridan himoya qilish;

7) foydani merosga o'tkazish huquqi;

8) tovarga cheksiz egalik qilish huquqi;

9) atrof-muhitga zarar etkazuvchi usullardan foydalanishni taqiqlash;

10) jarima shaklida javobgarlik huquqi, ya'ni qarzni to'lashda tovarni undirish imkoniyati;

11) qoldiq xarakterga bo'lgan huquq, ya'ni buzilgan vakolatlarining tiklanishini ta'minlovchi tartib va institutlarning mavjudligi huquqi.

Mulk huquqi deganda tovarlarning mavjudligi munosabati bilan vujudga keladigan va ulardan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy ruxsat etilgan (davlat qonunlari, an'analari, urf-odatlar, boshqaruv farmoyishlari va boshqalar) xulq-atvor munosabatlari tushuniladi.

Bu nazariyadagi mulkiy munosabatlar cheklangan resurslardan kelib chiqadi: hech qanday taqchilik asosisiz mulk haqida gapirishning ma'nosi yo'q. Shuning uchun mulkiy munosabatlar moddiy va nomoddiy resurslardan foydalanishni istisno qilish tizimidir.

Iqtisodiy qoidalar mulkiy huquqlarni belgilaydi, ya'ni egalik qilish, foydalanish, boshqarish, mulkdan tegishli daromad olish, mulkka egalik qilishning abadiyligi va merosga o'tish huquqi va boshqalar to'plami. Inson mavjudligining to'liqligi mulkni erkin shaxs tanlash instituti va u bilan bog'liq bo'lgan mas'uliyat bilan iqtisodiy jihatdan ta'minlaydi, u iqtisodiyotning barcha sohalari va darajalarini qamrab oladi, unga rivojlanish qobiliyatini beradi.

Masalan, muayyan milliy subyektt uchun mulk huquqi tizimi mamlakat resurslariga egalik qilish, undan foydalanish va ularni tasarruf etish bilan bog'liq muayyan iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlarning uzluksizligidir. Jamiyatning alohida a'zolari ana shu uzluksizlik makonida bo'lgan holda, alohida tovarlarning qiymati, ularni taqsimlashning adolatliligi, mulkning huquqiy himoya darajasi va bu munosabatlarning boshqa jihatlari haqida turlicha qarashlarga ega bo'lishi mumkin. Bunday holda, mulkni aniqlashda klassik metodologiyaga tayanish kerak. Ushbu metodologiya Gegel.W.F.ning asarlaridan kelib chiqqan. Gegel W.F. shunday ta'kidlagan edi: «Inson har bir narsaga o'z irodasini joylashtirishga haqli, bu tufayli u meniki bo'lib, mening

irodamni o'zining substansional maqsadi sifatida qabul qiladi, chunki u o'z-o'zidan, ta'rifi va ruhi sifatida yo'q; hamma narsani o'zlashtirib olish insonning mutlaq huquqidir. Mulkda shaxsiy iroda sifatida mening irodam, ya'ni shaxsning irodasi sifatida men uchun obyektiv bo'lganligi sababli, mulk xususiy mulk xususiyatiga ega bo'ladi va o'z tabiatiga ko'ra individual egalik qilishi mumkin bo'lgan umumiy mulk ta'rifini oladi. O'z ulushimni tark etishning o'zi o'zboshimchalik masalasidir.

Ijtimoiy fanlar tizimida iqtisodiyotning institutsional o'zgarishi sharoitida g'oyalar majmui, iqtisodiy rivojlanish vektorini belgilovchi nazariy va uslubiy asos sifatida iqtisodiy nazariyaning yangi paradigmasini izlash to'xtamaydi. Ana shunday urinishlardan biri iqtisodiy jarayonlar va hodisalarni o'rganishga pozitivistik yondoshuv asosida yaratilgan, to'plangan empirik materialga psixologik izoh beradigan fan sifatida xulq-atvor iqtisodiyotining paydo bo'lishidir.

Iqtisodiy institutlar – me'yorlar va tashkilotlarning majmui sifatida institutsional tuzilma jamiyatning iqtisodiy faoliyatida muhim rol o'ynaydigan, o'ziga xos xarakterli munosabatlarga ega bo'lgan va jami ma'lum tizimni tashkil etuvchi institutsional elementlarning tartibli joylashuvidir, ya'ni institutsional xarakterga ega. Elementlarni joylashtirish tartibi ularning butun tizim miqyosida bir-biriga nisbatan aniq joylashishini, ularning ierarxiya (hukmronlik, hokimiyat)si darajalarini taqsimlashni va tegishli ierarxik munosabatlarni aniqlashni nazarda tutadi.

Mulkiy munosabatlar ko'pincha moddiy va nomoddiy resurslardan foydalanishni cheklash tizimi sifatida ta'riflanadi. "Kirish" atamasi ma'lum bir manba bo'yicha qarorlarning to'liq to'plami sifatida talqin etiladi. Resursga mutlaqo erkin kirish mulkiy munosabatlar nuqtai nazaridan u dialektik qarama-qarshilikni o'z ichiga olganligi bilan mos keladi: na hech kimga tegishli emas, balki bir vaqtning o'zida hammaga tegishli.

Ba'zan eksklyuzivlik darajasi "1" dan, resursga kirish faqat bir kishi uchun ochiq bo'lsa, "0" gacha, jamiyatning barcha a'zolari uchun ochiq bo'lsa, jamoat mulki munosabatlarida amalga oshiriladigan qiymat sifatida talqin qilinadi. Biroq, bizning nuqtai nazarimizdan, bunday pozitsiya boshqa shaxslarning biron bir narsasiga qisman kirish huquqini hisobga olmaydi, ularning eng yorqin misoli korporativ va tadbirkorlik mulk shakllaridir. Shuning uchun mulkchilikning huquqiy iqtisodiy munosabatlari matritsasi

planar shaklga ega emas, balki tekislik va uch o'lchovli Dekart koordinata tizimi o'rtasidagi farqlarga uzoqdan o'xshash uch o'lchovli shaklga ega.

Xulq-atvor iqtisodida mulk huquqining eksklyuzivlik darajasini farqlash, cheklash va aniqlash muammosi dolzarbdir. Agar huquqlarning tabaqalanish jarayoniga ko'pincha ijobiy nuqtai nazardan qaralsa, huquqlarni cheklash va individuallashtirish asosan salbiy tomonlari bilan tavsiflanadi. Ko'rinib turibdiki, bu holda huquqiy iqtisodiy sohaning har uch tomoni ham obyektiv asosga ega bo'lib, ularni hech qanday salbiy tomonga bog'lab bo'lmaydi, chunki mulk huquqini chuqur va har tomonlama ko'rib chiqish murakkab jarayonlarni haqiqiy aks ettirishga asoslanishi kerak, ya'ni ijtimoiy-iqtisodiy tizimning rivojlanishi, ularning asosiy elementlari hisoblanadi. Bu borada K.Arrow fikriga qo'shilishimiz mumkin, uning fikricha, "... har bir shaxs jamiyatning barcha mumkin bo'lgan holatlarida o'ziga xos afzalliklar tartibiga ega. Bu buyruq nafaqat uning o'z iste'moliga oid istaklarini, balki uning ijtimoiy munosabatlarini, taqsimlashda adolat yoki boshqa shaxslarning jamoaviy qarorlardan olgan foydalari haqidagi qarashlarini ham ifodalaydi.

Mulk huquqi tizimidagi o'zgarishlar iqtisodiy subyektlarning xatti-harakatlarini belgilaydigan rag'batlantirish va motivlarning butun majmuasida dinamik o'zgarishlarga olib keladi. Bozor sharoitidagi zamonaviy iqtisodiy institutlar o'zagi xususiy mulk bo'lgan mulk huquqi tizimini saqlab qolishdan bozor munosabatlari subyektlarining o'zlarining bevosita manfaatdorligi tufayli sezilarli afzalliklarga ega. Shu munosabat bilan, xulq-atvor iqtisodiyotida mulk huquqi institutini o'rganayotganda, tegishli nazariyaning asosiy qoidalarini iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish tuzilmalari va mexanizmlarini o'rganish va taqqoslash va turli shakllarni ochib berishga qisqartirish mumkin emasdek ko'rinadi. Bu barcha hodisalar va jarayonlarni faqat muomala xarajatlarining tabiati, shakllari va turlari bilan bog'laydigan iqtisodiy amaliyotdir.

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining yana bir muhim jihati yagona milliy qonun doirasida faoliyat yurituvchi, uning individual o'zgarishi va shakllariga asoslangan mulkning individual huquqiy normalarining kombinatsiyasidir. Bu jarayonda jamiyatda hukmron bo'lgan kayfiyat va qarashlarni jamlagan holda davlat muhim rol o'ynaydi. Uning roli, bir tomondan, hozirda mavjud kafolatlarni himoya qilish va mustahkamlash, ikkinchi tomondan, ma'muriy asosda so'nggi institutsional o'zgarishlarni qo'lga kiritish va amalga oshirish bilan qisqartiriladi.

Doimiy o'zgarib turadigan mulk huquqi ushbu o'zgarishlarning yo'nalishlari doirasida ijtimoiy-iqtisodiy tizim rivojlanishining gradient (odimlovchi)ini yoki asosiy vektorini belgilaydi. Ular hozirgi yagona huquqiy maydon doirasida xo'jalik yurituvchi subyektlarning qiyosiy xatti-harakatlari mezoni rolini o'ynaydi.

Bu mezonning ikki tomoni bor: miqdoriy yoki moddiy, shuningdek, sifat yoki nomoddiy. Birinchi holda, u xo'jalik subyektti tomonidan bozorda va jamiyat hayotida o'zini tutishning u yoki bu usulining "narxi" ni miqdoriy baholashni, shu jumladan uning mulkka bo'lgan munosabatini va tranzaksiya xarajatlarining miqdoriy darajasini nazarda tutadi. Ikkinchi holda, bu ma'lum bir mintaqada yoki milliy mavjudotda ma'lum bir davrda hukmron bo'lgan e'tiqodlar, urf-odatlar va an'analar tizimiga nisbatan o'z xatti-harakatlaridagi o'zgarishlarga nisbatan axloqiy, axloqiy va axloqiy bahodir.

Mulk huquqlarini erkin va tez qayta taqsimlash mumkin emasligi sababli, ushbu huquqlarning almashinuvi, ularning bozor sharoitida qayta taqsimlanishi, bo'linishi, differentsiatsiyasi va integratsiyasi xo'jalik yurituvchi subyekttning foydasi ushbu jarayon xarajatlaridan ko'p bo'lgan yo'nalishlarda sodir bo'ladi.

Har qanday shartnoma muayyan mulkchilik tizimi doirasida amalga oshiriladi. O'z navbatida, turli xil mulk tizimlari iqtisodiy faoliyatning o'xshash turlari uchun tranzaksiya xarajatlarining tabaqalashtirilgan darajalarini va uni amalga oshirish yo'nalishlari uchun turli xil himoya darajalarini nazarda tutadi. Bu, birinchi navbatda, uning jamiyat ongi va xulq-atvoridagi ustuvor kon'yunkturasi, shuningdek, davlat hokimiyati organlarining strategik va taktik harakatlari bilan belgilanadi.

Xulq-atvor iqtisodiyotida mulkiy munosabatlarni amalga oshirishning bir qancha huquqiy rejimlari mavjud. Asosan bozor tipidagi munosabatlar tizimida huquqiy rejimi dunyoning ko'plab davlatlarining asosiy qonunlarida mustahkamlangan xususiy mulkka ustuvorlik beriladi. Masalan, AQSh Konstitutsiyasi va Huquqlar to'g'risidagi Bilda yoki AQSh Konstitutsiyasiga kiritilgan birinchi o'nta o'zgartirish va qo'shimchalarda xususiy mulk huquqlarini himoya qilish bilvosita, asosan, Art. IV Huquqlar Bill. Ushbu modda: "Xalqning shaxsi, uyi, qog'ozlari va mulki daxlsizligiga bo'lgan huquqi buzilmaydi..." degan qoida bilan boshlanadi. Amerika Qo'shma Shtatlari Konstitutsiyasi 1787 yil 17 sentyabrdagi Huquqlar Bill Konvensiyasi tomonidan tasdiqlangan. AQSh Konstitutsiyasiga kiritilgan birinchi o'nta

o'zgartirish va qo'shimchalar Kongress tomonidan taklif qilinadi va shtat qonun chiqaruvchi organlari tomonidan ratifikatsiya qilinadi.

Aksincha, Rossiya Federatsiyasi Konstitutsiyasida 1-bo'lim 2-bandida 8 mulkchilikning turli shakllarining tengligi to'g'risidagi qoidani bevosita va aniq e'lon qiladi va bu shakllar ro'yxatida xususiy mulk birinchi o'rinda turadi. Rossiya Federatsiyasi Konstitutsiyasining ushbu bandida shunday deyilgan: "Rossiya Federatsiyasida xususiy, davlat, shahar va boshqa mulk shakllari bir xil tarzda tan olinadi va himoya qilinadi". Rossiya Federatsiyasi Konstitutsiyasi 1993 yil 12 dekabrda umumxalq ovozi berish yo'li bilan qabul qilingan.

Turli mamlakatlarning ikkita fundamental hujjatlarida ushbu yondashuvlarni taqqoslash orqali, odatlar va xulq-atvor iqtisodiyotining boshqa elementlari davlatlar va ijtimoiy tizimlar uchun qanday jiddiy rol o'ynashi aniqlangan.

Shunday qilib, xususiy mulkni himoya qilishda jamiyat uchun mustahkam bo'lmagan an'analarga ega Qo'shma Shtatlar uchun Asosiy qonunda uning ustuvorligini ta'kidlash ortiqcha bo'lib chiqadi, chunki bu qoidaning o'zi uzoq muddatli obyektiv asosga ega. Aksincha, xususiy mulkka zamonaviy, ijobiy munosabatni shakllantirish uchun Rossiya Federatsiyasining hokimiyat organlari, mamlakat jamoatchiligi vakillari, prinsipial jihatdan yangi institutsional shakllarni shakllantirish miqyosida, o'z faoliyatini aniq belgilashga majbur bo'ldilar.

Xususiy mulk tizimining rivojlanishi huquqiy munosabatlarning shunday amalga oshirilishiga olib keladi, bunda jamiyat xususiy mulkda bo'lgan u yoki bu turdagi resurslardan foydalanishning tabiati, darajasi va ketma-ketligi to'g'risidagi qarorni yakuniy deb e'tirof etadi. Shu bilan birga, faqat kichik qonunchilik cheklovlari mavjud bo'lib, asosan ushbu resursga egalik huquqini amalga oshirishda jamiyatning boshqa a'zolariga zarar etkazmaslikning umumiy qoidasi bilan bog'liq.

Bunda davlat yakka tartibdagi mulkdorning ma'lum bir resursdan foydalanishi va u bilan bog'liq faoliyatining xususiyatiga nisbatan imtiyozli huquqini himoya qilishga majburdir. Mulki huquqini, shu jumladan vaqtinchalik asosga o'tkazish ham xususiy mulk huquqiga ega bo'lgan shaxsning erkin qarori bilan amalga oshiriladi.

Davlat mulki huquqini amalga oshirishda jamiyat muayyan resurslarga kirish butun milliy shaxs yoki umuman davlat miqyosida jamoat manfaatlarini amalga oshirishda amalga oshiriladigan qoidalar tizimini joriy qiladi.

Institutsional o'zgarishlarning hozirgi bosqichi dinamikasi iqtisodiy xatti-harakatlarning an'anaviy usuli yoki odamlar o'rtasidagi iqtisodiy o'zaro munosabatlarning odatiy tartibi va ehtiyojlarni qondirishning yangi usullari o'rtasidagi ziddiyatning paydo bo'lishi va rivojlanishi bilan tavsiflanadi. Bundan tashqari, ijtimoiy-iqtisodiy tizimning butun tuzilishini o'zgartirish tufayli yangi ehtiyojlar paydo bo'ladi. Masalan, raqobatlashish, yangi ijtimoiy mavqega ega bo'lish, katta miqdordagi ko'char va ko'chmas mulkni to'plash, spekulyativ operatsiyalarda ishtirok etish orqali daromad olish zarurati tug'iladi. Natijada, o'zgargan sharoitlarda ilgari odatiy bo'lgan mehnat xatti-harakatlari, asosan, bozor munosabatlarining rivojlanishi tufayli yangi standartlarga e'tibor qarata boshlagan odamlarning birlamchi moddiy ehtiyojlarini qondirishga olib kelmaydi. Ko'rinib turibdiki, bu jarayonda kelajakda odatiy xususiyatlarga ega bo'lishi kerak bo'lgan ushbu turmush standartlarini amalga oshirish amaliyotiga ijtimoiy normalarni "o'rnatish" muhim ahamiyatga ega.

Mulk huquqi institutini amalga oshirishning yangi shakllarini shakllantirish jarayoni moddiy boyliklarni taqsimlashning mavjud tuzilmasi va o'z mavqeidan qoniqmagan xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati natijasida real mazmun kasb etadi va shunga mos ravishda, mulkiy huquqlar institutini ro'yobga chiqarishning yangi shakllarini shakllantiradi, ya'ni mulkiy va shartnomaviy munosabatlarning huquqiy munosabatlarini o'z foydasiga o'zgartirishga intiladi. Eng yangi texnologiyalar, materiallar va boshqa innovatsion omillardan foydalangan holda, ular, avvalambor, mavjud qonunchilik doirasidan tashqariga chiqmasdan, buni amalga oshirishlari mumkin. Agar bu chegaralar torayib qolsa, ularning chegaralari o'zgaradi, texnik va iqtisodiy o'zgarishlarni institutsional qo'llab-quvvatlaydi. Kelajakda bu jarayon siklik ravishda takrorlanadi.

5.3. Xususiy korxonaning asosiy farqlovchi xususiyatlari.

Xususiy tadbirkorlik zamonaviy iqtisodiy hayotning asosiy elementidir. Xususiy korxonaning asosiy farqlovchi xususiyati shundaki, uning egasi qonun hujjatlarida mustahkamlangan huquqlar klasteriga ega, masalan:

- tadbirkorlik daromadiga bo'lgan huquq yoki barcha ishlab chiqarish omillari xarajatlari qiymati chegirib tashlanganidan keyin qolgan daromadga bo'lgan huquq;

- korxonada faoliyatini strategik rejalashtirish va istiqbolli shartnomalar tuzish huquqi;

- korxonaning tashkiliy tuzilmasini qurish huquqi yoki kompaniya ichidagi shartnomalarni tuzish, standartlar, texnik shartlar va qoidalar tizimini joriy etish huquqi;

- boshqarish huquqi yoki zarur hollarda xodimlar faoliyatini muvofiqlashtirish va shartnoma munosabatlari tuzilmasini qayta taqsimlash huquqi;

- nazorat qilish huquqi yoki boshqa barcha ishlab chiqarish faoliyati ishtirokchilari tomonidan shartnomalarning bajarilishi va darajasini nazorat qilish huquqi;

- korxonada tuzilmasida xodimlarning o'rnini va rolini belgilash, shuningdek ularni shartnomaga muvofiq ishga olish va ishdan bo'shatish huquqi;

- shartnoma asosida ma'naviy va moddiy rag'batlantirishning rag'batlantirish tizimini ishlab chiqish va qo'llash huquqi, bu ham ijobiy rag'batlantirishni, ham xodimlarning buzg'unchi xatti-harakatlarini cheklaydigan salbiylarni o'z ichiga oladi;

- korxonada tashkiliy-xo'jalik faoliyatining barcha sohalarida innovatsiyalardan foydalanish huquqi;

- sanab o'tilgan barcha vakolatlarni yoki ularning bir qismini sotish huquqi.

Xususiy korxonaning shartnomaviy huquqlari tizimini ko'rib chiqishdan ko'rinib turibdiki, bu tizim asosiy element – markaziy huquqlar to'plamining egasi, ya'ni korxonada egasi tomonidan qat'iy tuzilgan. Aynan u bu tizimning asosiy elementi, uning belgilovchi asosiy bo'g'inidir.

Xususiy korxonada mulkdorining ushbu huquqlar majmuasidan yagona foydalanishi natijasida korxonada bozorda faoliyat yuritganda vaqt, resurslar va barcha turdagi muomala xarajatlari sezilarli darajada tejashga erishiladi. Bunday holda qarorlar individual ravishda qabul qilinganligi sababli, muzokaralar jarayonida tranzaksiya xarajatlari tarkibida alohida tejashga erishiladi.

Mehnatni rag'batlantirish, xodimlarni nazorat qilish, yollash va ishdan bo'shatish huquqlarining mavjudligi xususiy tadbirkorga korxonadagi mehnat jarayonining intensivligi va sifatini doimiy ravishda yodda tutish, shuningdek, mumkin bo'lgan buzg'unchi xatti-harakatlar elementlarini o'z vaqtida cheklash imkonini beradi. Xodimlarning, masalan, dangasalik, mehnat shartnomasi shartlarini to'liq bajarishdan qochish, o'zini o'zi qadrlash va boshqa shunga o'xshash salbiy fazilatlar va ularning mehnat faoliyatidagi namoyon bo'lishi bilan bog'liq.

Mulkdorning o'zida bunday fazilatlarni cheklovchi omil uning qoldiq daromad olish huquqi bo'lib, u mulkdorni intizomli qiladi va unga boshqaruv, tashkil etish, nazorat qilish va uzoq muddatli strategik rejalashtirishning asosiy funksiyalarini amalga oshirishdan chetga chiqishga yo'l qo'ymaydi. Agar biron sababga ko'ra, masalan, sog'lig'iga jiddiy zarar etkazadigan yomon odatlarning rivojlanishi, boshqa buzg'unchi yoki ko'proq prozaik omillar tufayli tadbirkor o'z majburiyatlarini bajara olmasa yoki xohlamasa, butun mulkni sotish huquqiga ega, ya'ni huquqlar to'plami bunday vaziyatni ijobiy hal qilishga imkon beradi.

5.4. Korporativ mulk shakli.

Mulkchilikning korporativ shakli ham xususiy, ham davlat mulkining elementlarini o'z ichiga oladi. Ommaviy korporatsiya egalari yoki aktsiyadorlari quyidagi asosiy huquqlarga ega:

- aksiyalar soniga muvofiq korporatsiya umumiy yoki qoldiq daromadining bir qismiga bo'lgan huquq;
- aksiyalarni fond bozorida sotish huquqi;
- yuqori lavozimli rahbarlarni ishga olish huquqi;
- top(katta)-menejerlar faoliyatini birgalikda nazorat qilish huquqi;
- ichki va tashqi muhitga oid strategik qarorlar qabul qilish huquqi;
- aktsiyalarning mavjudligiga mos keladigan kapital ulushi doirasida cheklangan javobgarlik huquqi.

Xususiy kompaniyalar egalari bilan taqqoslaganda, korporatsiyalar egalari muhim huquqlarga ega emaslar. Ular ishchilarni yollash, ishdan bo'shatish va ko'chirish jarayoniga aralashmaydi, bu huquqlarni top-menejerlarga topshiradi. Ular ishchilar faoliyatini muvofiqlashtirmaydi va ishlab chiqarish jarayonida resurslarni taqsimlamaydi, operativ va taktik masalalar bo'yicha qarorlar qabul qilmaydi.

Korporativ mulkdorlarning vakolatiga kiruvchi qarorlar ular tomonidan aksiyadorlar yoki ularning vakillarining yig'ilishlarida birgalikda qabul qilinadi. Natijada, korporativ kompaniya egalarining mulkiy huquqlari cheklangan, xususiy kompaniyalar egalarining huquqlariga nisbatan ancha past. Kutilmagan, inqirozli vaziyatlarda strategik qarorlar qabul qilishning harakatchanligi ham cheklangan. Ushbu cheklov aksiyadorlar yig'ilishi o'tkazilishi mumkin bo'lgan minimal muddat bilan bog'liq.

Biroq, mulk huquqining bunday taqsimlanishi ham ma'lum bir nisbiy afzalliklarga ega. Korporatsiyada katta miqdordagi kapitalning konsentratsiyasi mavjud bo'lib, tavakkalchilik kapital ishtirokiga mutanosib ravishda taqsimlanadi.

Aksiyadorlar hech qanday sharoitda resurslar harakati va taqsimotiga alohida ta'sir ko'rsata olmaydi. Bu shuni anglatadiki, ishlab chiqarish jarayoni barqarorroq va individual mulkdorlarning injiqliklari yoki buzg'unchi xatti-harakatlari elementlariga bog'liq emas, chunki ular jismoniy kapitalning biron bir qismini uning aylanish jarayonidan tortib olish huquqiga ega emaslar. Shu bilan birga, aksiyador ushbu oldi-sotdi aktini boshqa aksiyadorlar bilan muvofiqlashtirishga majbur emas.

Korporatsiyaning jiddiy muammolaridan biri uning egalari tomonidan top-menejerlar faoliyati ustidan doimiy nazoratning mumkin emasligi, ayniqsa aksiyadorlar yig'ilishlari oralig'ida, deb ishoniladi. Natijada, tashkiliy intizomning zaiflashishi ehtimoli mavjud – bu menejerlar tomonidan buzg'unchi xatti-harakatlar elementlari paydo bo'lishigacha. Mulk huquqlari nazariyotchilarining fikriga ko'ra, bu qoldiq daromad olish huquqiga ega bo'lmagan xususiy mulkdorlarga nisbatan top-menejerlarning motivatsiyasi yo'qligi bilan bog'liq.

Natijada, bu holda, umumiy xarajatlarga tegishli bo'lsa, shaxsiy daromad darajasini doimiy ravishda oshirish istagi paydo bo'lishi mumkin. Bu, o'z navbatida, aksiyadorlar o'rtasida taqsimlanadigan qoldiq daromadni sezilarli darajada kamaytirishi mumkin. Bundan tashqari, korporativ kapitali korxonaga egalarining ishlab chiqarish faoliyatini boshqarish va tashkil etishda faol faoliyatga bo'lgan ehtiyoji va rag'batlari bir qo'ldagi ulushlar sonining kamayishi bilan sezilarli darajada kamayadi, bu ularning umumiy ulushdagi ulushining pasayishiga to'g'ri keladi.

Bundan ko'pincha shunday xulosaga keladiki, aksiyadorlik shaklidagi mulk huquqining bo'linishi, uning xususiy shakli bilan solishtirganda,

boshqaruv jarayonining samaradorligini pasaytiradi. Bu bayonot yolg'onga o'xshaydi. Shu munosabat bilan, uning korporativ shaklini rivojlantirish bilan bog'liq faoliyatda muvozanatli momentlarni ko'radigan mulk huquqi nazariyotchilari to'g'riroq nuqtai nazarni bildiradilar. Ushbu daqiqalar uni yanada samaraliroq qiladi va shuning uchun yuqorida ko'rsatilgan uning teskari ko'rinishlarini qoplash imkonini beradi.

Tashkilot rahbariyatining xatti-harakati

Uning egalari tomonidan korporativ mulkni boshqarish samaradorligini oshirish va tashkilot rahbariyatining xatti-harakatlariga bevosita va bilvosita faol ta'sir ko'rsatishga imkon beradigan holatlar quyidagilardir:

- fond bozoridagi aksiyalar narxining o'zgarishi korporatsiya top-menejerlari ishining faollashuvini rag'batlantiradi;
- ko'pincha korxonaning top-menejerlari va xodimlari aktsiyadorlar yoki insayder(bilimli) aktsiyadorlarga aylanadilar;
- menejerlarning taniqli tovar belgisi va yuqori obro'ga ega bo'lgan korporatsiya bilan hamkorligi, ularning mehnat bozoridagi qiymatini oshirishga yordam beradi, bu esa samarali faoliyat uchun rag'batdir;
- ko'p sonli aktsiyadorlar o'rtasida korporativ mulkning bo'linishi nazorat paketi rolini o'ynay oladigan aksiyalar sonini kamaytirishga yordam beradi, shu bilan birga boshqaruv jarayoniga haqiqatan ham ta'sir ko'rsatadigan mulkdorlar ulushi ortadi;
- qisqa vaqt ichida katta miqdordagi kapitalni jalb qilish innovatsion xarakterdagi yirik investitsiya loyihalarini amalga oshirishga yordam beradi, ya'ni bu raqobatda uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlaydi, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilishda kirish to'siqlarini yengib o'tish xavfi va yukini kamaytiradi. Istiqbolli rivojlanayotgan tarmoqlar va yangi bozor segmentlari ko'payadi;
- aktsiyadorlar o'zlarining birgalikdagi faoliyatini amalga oshirish jadvali va usullarini o'zgartirishga faol ta'sir ko'rsatishi mumkin, masalan, muntazam yig'ilishlar orasidagi vaqt oralig'ini qisqartirish orqali, ya'ni ular qarorlar qabul qilish jarayoniga sezilarli darajada o'zgargan taqdirda yanada moslashuvchan ta'sir ko'rsatishi mumkin, ayniqsa, bu o'zgarish inqirozdan oldingi yoki inqiroz xarakteriga ega bo'lsa;
- mulkchilikning korporativ shakli uning keng ko'lamliligi munosabati bilan tranzaksiya xarajatlarining yanada ko'proq nisbiy va mutlaq qisqarishiga yordam beradi;

- korporativ mulk sharoitida xodimlarning mehnat unumdorligi va sifatini oshirish uchun motivlar va rag'batlardan maksimal darajada foydalanish;

- mulkchilikning korporativ shakli sharoitida jamiyat va davlat uchun keng ko'lamli ijtimoiy dasturlarni amalga oshirish va nazorat qilish osonroq.

Xususiy va korporativ mulk shakllarining qiyosiy ustunliklari va kamchiliklarini belgilovchi barcha omillarni hisobga olgan holda, ushbu mulk shakllari bir-biriga bog'liq, assimetrik ravishda bir-birini to'ldiradigan va umuman jamiyat nuqtai nazaridan bir xil darajada samarali degan xulosaga kelish mumkin.

Uslubiy va tarixiy-mantiqiy nuqtai nazardan, xususiy mulkka ustuvorlik berilishi kerak. Bu uning qandaydir alohida yoki diniy ahamiyatga ega ekanligida emas, balki uning negizida tegishli huquqiy munosabatlar tizimi bozor va raqobat sharoitida ko'plab boshqa o'ziga xos mulkchilik shakllarini rivojlantirish mumkinligi bilan bog'liq. Shuni ta'kidlash kerakki, haqiqatda ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar turli xil mulk elementlarini o'zlashtirib, alohida, qarama-qarshilik bilan ajralib turadigan munosabatlarning qatlamli konglomeratlari shaklida, shuningdek, chuqur aralashgan turli xil mulk shakllari ko'rinishida rivojlanadi, ya'ni bu holatni aralash mulk tizimlari deb atash mumkin. Bular qatoriga uchta muhim xususiyatga ega bo'lgan "bir-biriga bog'langan" mulklar ham bo'lishi kerak, ya'ni turli xil mulkdorlarning ko'pligi, duragaylar rivojlanishi bilan davlat va xususiy mulk shakllari o'rtasidagi noaniq chegaralar, mulkka, shu jumladan banklar va sanoat mulkiga o'zaro egalik qilish; bir tashkiliy shakl doirasida xodimlarning, rahbarlarning mulki, bank va chet el ishtiroki, shuningdek davlat mulki birlashtirilganda umumiy mulk; o'zaro mulkchilik, bunda mas'uliyati cheklangan jamiyatlar jismoniy shaxslarga, xususiy korxonalariga va boshqa mas'uliyati cheklangan jamiyatlarga tegishli bo'lib, ular o'z navbatida davlatga tegishli; mulkchilik shaklidannazar, bevosita va bilvosita aloqalar bilan birlashtirilgan korxonalarining yaxlit tizimini tashkil etuvchi tarmoq mulki; "gibrid mulk" – aralash davlat va xususiy mulk shakllarining kaleydoskopi; "Mobius chizig'i ko'rinishidagi mulk" – "xavfli" moliyalashtirish bo'yicha mutaxassislar va bosh kompaniyaning o'zi ishtirokida mavjud kompaniyadan yangi kompaniyani "ayritish". Shu bilan birga, shuni hisobga olish kerakki, turli institutsional shakllar uchun ushbu

mulk shakllarining aralashish va integratsiya darajasi bir xil emas. Bundan tashqari, to'liq va siklik jarayonlar, shuningdek, boshqa dinamik hodisalar davriy ravishda mulk huquqining iqtisodiy institutining asosiy elementlarining o'zgarishiga olib keladi.

5.5. D. Kouz teoremasi.

D.Nort ta'kidlaganidek, "insoniyatning iqtisodiy tarixining ko'p qismi turli kuch va imkoniyatlarga ega bo'lgan va o'z farovonligini maksimal darajada oshirishga intiladigan odamlar tarixi bo'lganligi sababli, bu maksimallashtirish faoliyati tez-tez amalga oshirilmasa, boshqalarning xarajatlari ajablanarli bo'lardi". Bunday holda, savolga javob berish kerak: mulk huquqining ushbu institutsional tuzilishi ichki omillar bilan belgilanadimi, u tashqaridan yuklanganmi yoki ichki va tashqi ta'sirlarning kombinatsiyasi natijasimi? Natijada, davlat vositachiligida o'z daromadlarini maksimal darajada oshirishga intilayotgan shaxslarning asosiy qismining ijtimoiy qatlamlari bilan ishlab chiqarilgan mahsulot va olingan daromadni qayta taqsimlashga moyil bo'lgan iqtisodiy jihatdan eng ta'sirli odamlar qatlami o'rtasida qarama-qarshilik paydo bo'ladi.

Bu qarama-qarshilikning hal etilishi shundan iboratki, davlat xo'jalik institutlarining shunday tuzilmasini obyektiv ravishda shakllantirishi kerakki, buning yordamida u birinchi navbatda o'z daromadlarini maksimal darajada oshirish uchun optimal soliq solinadigan bazani shakllantirishga yordam beradi. Xuddi shu maqsadda davlat tranzaksiya xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradigan shunday jamoat tovarlarini ishlab chiqarish bilan faol shug'ullanishi kerak. Bunda ishlab chiqarish samaradorligi ortadi, jami ijtimoiy mahsulot, shuningdek, jamiyatning barcha a'zolarining foydalari ortadi.

Kouz teoremasi, u o'zining eng to'liq talqinida quyidagicha: "Agar mulk huquqi ko'rsatilgan bo'lsa va muomala xarajatlari 0 ga teng bo'lsa, daromadni e'tiborsiz qoldiradigan bo'lsak, mulk huquqi taqsimotidagi o'zgarishlardan qat'iy nazar, ishlab chiqarish tarkibi o'zgarishsiz qoladi". Bilvosita bitimlar subyektlari tomonidan mulkiy huquqlar almashinuvi doirasidan tashqarida paydo bo'ladigan va uchinchi shaxslarga yoki butun jamiyatga taalluqli institutsional faoliyatning tashqi ta'siri muammosiga bag'ishlangan.

Xulq-atvor iqtisodiyotining har qanday subyektti o'z harakatlarini xususiy foyda va xarajatlarni taqqoslash asosida, mulkchilikning huquqiy shakllari yetarli darajada batafsil yoritilgan sharoitda asoslaganligi sababli, bu salbiy tashqi ta'sirga ega tovarlarning ortiqcha ishlab chiqarilishiga yoki ijobiy tashqi ta'sirga ega tovarlarning kam ishlab chiqarilishiga olib keladi. Jamiyat nuqtai nazaridan resurslarni taqsimlash samarasiz bo'lib chiqadi. Bunday ta'sirlar, birinchi navbatda, xususiy mulk huquqlarini amalga oshirish asosida tuzilgan shartnomalarning tashqi muhit uchun salbiy oqibatlaridir.

Teorema mohiyatan xususiy mulk munosabatlarining o'zi emas, balki, aksincha, ularning butun ijtimoiy-iqtisodiy tizimga yetarli darajada taqsimlanmaganligi, uning barcha turdagi resurslari, tabiatdagi cheklashlar sabab bo'lishini isbotlaydi, ya'ni mulk tizimini rivojlantirish, noaniq chegaralash va tegishli huquqlarning aniqlanishi bozorning o'zini o'zi tartibga solishda tormoz bo'lib xizmat qiladi va bu kamchiliklarning asosidir.

Teoremaning yakuniy xulosasini ma'lum institutsional sharoitlarda bozor o'z-o'zidan hal qiladigan tashqi ta'sirlarni bartaraf etish sohasiga davlat aralashuvining oldini olish sifatida talqin qilish mumkin. Ushbu teorema bo'yicha mulk huquqlarini oqilona, aniq va har tomonlama taqsimlash bilan tashqi ta'sirlar ichki ta'sirlarga invertatsiya (lot. unversio — o'rnini almashtirish) qilinadi. Shunday qilib, ideal holda, butun jamiyat uchun ta'sirning salbiy tarkibiy qismlari yo'q qilinadi, xulq-atvor iqtisodiyotida mulk huquqining iqtisodiy asosi ma'lum institutsional munosabatlar doirasida bu inversiyani rag'batlantirish hisoblanadi. Aksincha, salbiy tashqi ta'sirlarning sababi yetarlicha aniqlanmagan, noaniq yoki hali belgilanmagan mulkiy huquqlar, bu uning yetarli darajada rivojlanmaganligini, shu jumladan davlatning aybi bilan ham tushuniladi. Bunday holda, davlat hokimiyatining xatti-harakati ko'p jihatdan u o'rnatilgan institutsional munosabatlar doirasida harakat qilishga majbur bo'lgan cheklovlar, birinchi navbatda, tranzaksiya xarajatlarning mavjud darajasi bilan belgilanadi. Faqat kuchli va ishonchli davlat hokimiyatigina iqtisodiy rivojlanish gradient (lot. gradient — odimlovchi) ini to'g'ri tanlash orqali bu salbiy institutsional to'siqlarni bosqichma-bosqich kamaytirish, ijtimoiy-iqtisodiy tizim samaradorligini oshirishga qodir.

Mulkiy huquqlarni iqtisodiy faoliyatda etalon yoki tayanch nuqtasi bo'lib xizmat qiluvchi me'yorlar va qonunlarning muzlatilgan yig'indisi sifatida ko'rib bo'lmaydi. Ular oldindan belgilangan vaziyatlarda

odamlarning xatti-harakatlarini belgilaydigan faol komponentga ega. Shunday qilib, har qanday vaziyatda jamiyat uchun zararli deb talqin qilinadigan ayrim harakatlar bostiriladi, foydali deb belgilangan boshqa harakatlar, aksincha, rag'batlantiriladi. Bu qonuniy va noqonuniy faoliyat sohalariga ham tegishli. Keyingi holatda mumkin bo'lgan xarajatlar subyektt uchun ahamiyatli bo'lib, salbiy rag'batlantirish shaklida ta'qib yoki jazo shaklida bo'lishi mumkin. Tartibga solingan xulq-atvor normalari va qoidalariga rioya qilish ham, buzish ham jamiyatning ma'lum bir subyektti uchun oqilona bo'lgan iqtisodiy tanlash jarayoniga aylanadi.

J.M. Keyns, A. Pigu, D. Robinson, V. Stakelberg va boshqa olimlar. Ulardan ba'zilari bozor sharoitida xususiy mulk munosabatlari yetarli darajada samarali emas, bozorning o'zini o'zi tartibga solish davlat tomonidan tartibga solish choralari bilan birgalikda amalga oshirilishi kerak, deb hisoblardi. Shu munosabat bilan, Nobel mukofoti laureatining Rossiya islohotlari haqidagi ma'ruzasida ifodalangan J.Tobinning fikri samarali ko'rinadi: "Qonunlar va boshqa ijtimoiy normalarni hurmat qilish zarurati faqat shu nuqtai nazardan ko'rib chiqilsa, sivilizatsiyalashgan jamiyat yashay olmaydi, ya'ni xudbin manfaat nuqtai nazaridan. Agar odamlarning ko'pchiligi qonunga rioya qilsalar (masalan, soliq to'laydilar), faqat hedonik (zavq qidirish) hisob-kitoblar qo'lga kiritilgan taqdirda mumkin bo'lgan sanksiyalarning chegirmali qiymatlari buzilishdan mumkin bo'lgan foydaning chegirmali qiymatlaridan oshib ketishini ko'rsatsa, qonun hayotiyligini yo'qotadi. So'nggi yillarda kuzatilgan xudbin xulq-atvorning poydevorga o'rnatilishi va davlatni qoralash bilan qisman zamonaviy salbiy tendentsiyalarga bog'liq. "Agar siz aralashmasangiz, hammasi joyida bo'ladi" degan ishonch anarxistik tartib uchun retseptdir.

Natijada, ijtimoiy-iqtisodiy tizimning eng samarali faoliyat yuritishi uchun tegishli iqtisodiy institutlarni rivojlantirish zarur, ular doirasida xulq-atvor iqtisodiyoti tuzilmasidagi mulk huquqi va boshqa teng darajada muhim institutsional munosabatlar optimallashtiriladi. Shu bilan birga, nafaqat mulkiy munosabatlarning huquqiy sohasi subyektlarini ajratib ko'rsatish, balki ularning tegishli obyektlar bilan munosabatlarini aniqlash, kerak bo'lganda ushbu munosabatlarni vaqti-vaqti bilan tartibga solish muhimdir.

T.Veblenga tegishli bir asr muqaddam bayonoti juda o'rinli bo'lib tuyuladi: "Qashshoqlik bilan qashshoq bo'lganlar va har kuni oziq-ovqat uchun kurashda o'z kuchiga singib ketganlar konservativ (ijtimoiy va

madaniy hayotda an'ana va vorislik g'oyasiga tayanuvchi xilma-xil g'oyaviy siyosiy va madaniy oqimlar majmui)dir, chunki ularning ertangi kunga g'amxo'rlik qilishga qurbi yetmaydi, ya'ni xuddi o'ta boy odamlar konservativ bo'lganidek, bugungidek vaziyatdan norozi bo'lishga asoslari kam. Ushbu jarayonlarning oqibatlari aholining daromadlari bo'yicha keskin tabaqalanishi va mehnatga layoqatli fuqarolarning asossiz ravishda ko'psonini qashshoqlik chegarasida qolishidir. Bularning barchasi bizni Rossiyada iqtisodiy institutlarning normal shakllanishi va rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan "qashshoqlikning shafqatsiz doirasi" ning shakllanishi haqida gapirishga majbur qiladi. Shu bilan birga, V.F. Gegel shunday deb yozgan edi: «Agar jamiyat faqat tengsizlardan iborat bo'lsa, u parchalanib ketadi. Umumiy ehtiyojga bo'ysunadigan xalq parchalanish holatida bo'ladi, chunki umuminsoniylikning saqlanishi negizida xususiylik yaxshiligi yotadi.

5.6. Mulk huquqlarini qayta taqsimlash.

Asosan bozor munosabatlarining yanada shakllanishi sharoitida XXI-asr iqtisodiyoti shaklini belgilovchi yuqori texnologiyalar, fan, ta'lim va boshqa sohalardagi malakali ishchilar foydasiga mulk huquqini qayta taqsimlash maqsadga muvofiq ko'rinadi, ya'ni ular hozirda investitsion talabning agenti emas. Bu daromad manbalari tarkibini intellektual kapital foydasiga yanada o'zgartirish, intellektual sohaga yosh kadrlarni jalb qilish, yuqori malakali mutaxassislarning xorijga chiqib ketishini to'xtatish yoki sezilarli darajada kamaytirish, iqtisodiy o'sish sur'atlarini oshirish imkonini beradi.

Ishlab chiqarish jarayonida bevosita ishtirok etuvchi shaxslarga ko'proq mulk huquqini berish, shifokorlar, o'qituvchilar, oliy o'quv yurtlari o'qituvchilari daromad darajasiga, oila a'zolarini ta'minlash zarurligini hisobga olgan holda yetishmovchilikka barham berish zarur, chunki ularning daromadi yashash minimumi yoqasida yoki hatto undan pastda. Ushbu muammoni hal qilishga yordam beradigan chora-tadbirlar majmui quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

- resurs rentasidan foydalanish orqali o'ta daromadga ega bo'lgan ijtimoiy qatlamlardan shakllanayotgan o'rta sinf qatlamlariga mulkni qayta taqsimlash uchun iqtisodiy rag'batlarni yaratish orqali mulkning huquqiy munosabatlarini takomillashtirish;

- mulkiy huquqlarni amalga oshirishda, shu jumladan, yangi korxonalar va tashkilotlarni tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazishda ortiqcha byurokratik to'siqlarni cheklash;
- shartnoma tizimini yagona, mintaqaning joylashuvidan qat'iy nazar, sheriklar munosabatlarining demokratik tamoyillariga olib kelish;
- mulkchilikning turli shakllari tengligini haqiqatda ta'minlaydigan shart-sharoitlarni yaratish;
- birinchi navbatda ishlab chiqarish sohasida faoliyat yurituvchi va innovatsion va yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqaradigan kichik va o'rta korxonalarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash;
- mulk huquqiga ega bo'lgan subyektlar sonini kengaytirish, ular qatoriga ishlab chiqarish yoki taqsimlash sohalarida ilgari mulk bilan bog'liq bo'lmagan tashkilotlar va shaxslarni jalb qilish;
- mulkiy huquqlarni belgilash, aktivlarni parchalash va qayta sotishga yo'naltirilgan korxonalar egalarining rag'batlantirilishini o'zgartirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish, korxonalar ichidagi kapital shakllanishini ko'paytirish motivatsiyasi;
- mulkchilik shaklidannazar, samarali faoliyat ko'rsatayotgan xo'jalik yurituvchi subyektlarni davlat, viloyat va shahar darajasida rag'batlantirish.

Xulq-atvor iqtisodiyotidagi institutsional o'zgarishlarga muvofiq mulk huquqlarini doimiy ravishda qayta taqsimlash davlatning muhim funksiyasi bo'lib, uning amalga oshirilishi iqtisodiy rivojlanishning umumiy samaradorligini oshirishga yordam beradi. Aksincha, hokimiyat tomonidan mulkiy huquqlarni bir lahzalik manfaatlar va kutilmaganda yuzaga kelgan muammolarni hal etish zaruriyatidan kelib chiqib cheklashning zo'ravonlik usuli uzoq muddatda davlatga hech qanday ustunlik bermaydi va ijtimoiy munosabatlar samaradorligini pasayishiga olib keladi.

Tayanch so'z va iboralar

Mulk, shaxsiy mulk, xususiy mulk, mulkchilikning mohiyati, xususiy korxonalar, korporativ mulkchilik, mulk huquqlari, iqtisodiy institut, paradigma, institutsional elementlar, pozitivistik yondashuv, empirik material, ierarxik munosabatlar, iqtisodiy rag'batlantirish, alternativalar majmui, mafkuraviy va ma'naviy ehtiyojlar, manipulyatsiya, tranzaksiya bitimi,

konsepsiya, moddiy ne'matlar, subyektt, mulkni o'zlashtirish, mulkdan foydalanish, buyurtma, mulkiy munosabatlar, mulk huquqi, strategik rejalashtirish.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Shaxsiy mulk deganda nimani tushunasiz?
2. Xususiy mulk deganda nimani tushunasiz?
3. Xususiy mulkchilikning mohiyati nimadan iborat?
4. Xususiy korxonalarining davlat korxonalaridan nima farqi bor?
5. Korporativ mulkchilik nima va u korxonaga mulkidan nimasi bilan farq qiladi?
6. Iqtisodiy institut deganda nimani tushunasiz?
7. Institutsional elementlarga nimalar kiradi?
8. Iqtisodiy rag'batlantirish deganda nimani tushunasiz?
9. Mafkuraviy va ma'naviy ehtiyojlarga misollar keltiring?
10. Strategik rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
11. Tranzaksiya bitimi qanaqa bitim?
12. Mulkn o'zlashtirishning asosida nima yotadi?
13. Mulkdan foydalanish deganda nimani tushunasiz?
14. Mulk huquqi qachon qo'lga kiritiladi?

Testlar

1. R.D.Lyuis modeli ketma-ket harakatlarning nechta bosqichini o'z ichiga oladi?
 - A. 5 bosqichini
 - B. 4 bosqichini
 - C. 6 bosqichini
 - D. 3 bosqichini
2. R.D.Lyuis turli mamlakatlar vakillari o'rtasida madaniyatda tushunmovchiliklar va farqlar mavjud bo'lishiga qaramay, hal qilinadigan millatlararo muammolar yo'qligiga ...
 - A. Amin
 - B. Qarshi
 - C. Ishonmaydi
 - D. To'g'ri javob yo'q

3. R.D.Lyuis turli xil jamiyatlardagi odamlarning nimasiga e'tibor qaratadi?

A. Olim turli xil jamiyatlardagi odamlarning madaniy va milliy xususiyatlariga e'tibor qaratadi.

B. Olim turli xil jamiyatlardagi odamlarning madaniy xususiyatlariga va kasb-koriga e'tibor qaratadi.

C. Olim turli xil jamiyatlardagi odamlarning milliy xususiyatlariga va e'tiqodiga e'tibor qaratadi.

D. Olim turli xil jamiyatlardagi odamlarning diniy xususiyatlariga va bilimiga e'tibor qaratadi.

4. Fransuz iqtisodchisi, 1988 yil Nobel mukofoti sovrindori M. Allay, G. Markovits, D.Elsberg va R.Strozning asarlari xayotiy ma'lumotlarda tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida individual xulq-atvorning standart modellarining yetarliligi to'g'risida iqtisodga ...

A. Shubha va noaniqlik keltirdi

B. Shubha va gumon keltirdi

C. Ishonch keltirdi

D. To'g'ri javob yo'q.

5. D.Kaneman va V.Smit qaysi tadqiqotlari uchun nechinchi yilda Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lishdi?

A. D.Kaneman va V.Smit qarorlar qabul qilish va muqobil bozor mexanizmlari sohasidagi tadqiqotlari uchun 2002 yilda Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lishdi

B. D.Kaneman va V.Smit qarorlar qabul qilish sohasidagi tadqiqotlari uchun 2001 yilda Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lishdi

C. D.Kaneman va V.Smit muqobil bozor mexanizmlari sohasidagi tadqiqotlari uchun 2002 yilda Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lishdi

D. D.Kaneman va V.Smit qarorlar qabul qilish va muqobil bozor mexanizmlari sohasidagi tadqiqotlari uchun 2012 yilda Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lishdi

6. Isroilning "qaror qabul qilish" maktabi vakillari bo'lgan Kaneman va Tverskiylarning mumtoz asari qachon "Ekonometrika" jurnalida chop etilgan?

A. 1979 yilda

B. 1969 yilda

C. 1976 yilda

D. 1989 yilda

7. Qaysi iqtisodiy adabiyotlarda tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida qarorlar qabul qilish masalalariga tegishli istiqbol nazariyasi iqtisodiyotda nihoyatda mashhurligini isbotladi?

A. Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida qarorlar qabul qilish masalalariga tegishli istiqbol nazariyasi iqtisodiyotda nihoyatda mashhurligini isbotladi

B. Neoklassik iqtisodiy adabiyotlarda tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida qarorlar qabul qilish masalalariga tegishli istiqbol nazariyasi iqtisodiyotda nihoyatda mashhurligini isbotladi

C. Klassik iqtisodiy adabiyotlarda tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida qarorlar qabul qilish masalalariga tegishli istiqbol nazariyasi iqtisodiyotda nihoyatda mashhurligini isbotladi

D. Barcha javoblar to'g'ri

8. Iqtisodiy hodisalar sohasida D. Kaneman va A. Tverskiylar nimani yo'q qildilar va nimani yaratdilar?

A. Iqtisodiy hodisalar sohasida D. Kaneman va A. Tverskiylar izchillik bilan "boshliqlarini" yo'q qildilar va istiqbollar nazariyasi orqali psixologiya yo'nalishi bo'yicha samaradorlikning "ko'prigi" ni yaratdilar.

B. Iqtisodiy hodisalar sohasida D. Kaneman va A. Tverskiylar izchillik bilan "ko'prigini" yo'q qildilar va istiqbollar nazariyasi orqali psixologiya yo'nalishi bo'yicha samaradorlikning "boshliqlari" ni yaratdilar.

C. Iqtisodiy hodisalar sohasida D. Kaneman va A. Tverskiylar izchillik bilan "raqiblarini" yo'q qildilar va istiqbollar nazariyasi orqali psixologiya yo'nalishi bo'yicha samaradorlikning "ko'prigi" ni yaratdilar.

D. Iqtisodiy hodisalar sohasida D. Kaneman va A. Tverskiylar izchillik bilan "xizmatkorlarini" yo'q qildilar va istiqbollar nazariyasi orqali psixologiya yo'nalishi bo'yicha samaradorlikning "ko'prigi"ni yaratdilar.

9. Supermarketda xarid qilish uchun boradigan odam o'zini qayerdan topadi?

A. Supermarketda xarid qilish uchun boradigan odam o'zini butun qator labirintda, peshtaxtalari va javonlari ko'p bo'lgan qatorlar ichida topadi

B. Supermarketda xarid qilish uchun boradigan odam o'zini butun qator labirintda, peshtaxtalari va javonlari ichida topadi

C. Supermarketda xarid qilish uchun boradigan odam o'zini butun qator labirintda, peshtaxtalari ko'p bo'lgan qatorlar ichida topadi

D. Supermarketda xarid qilish uchun boradigan odam o'zini butun qator labirintda va javonlari ko'p bo'lgan qatorlar ichida topadi

10. Supermarketdagi mahsulotlar odatda bo'limlarga bo'linib, assortimentda taqdim etilganligi sababli, mahsulotning bir turidan ikkinchisiga o'tish uchun ba'zida ancha masofani bosib o'tish kerak bo'ladi, shu vaqt ichida e'tibor nimaga qaratiladi

- A. Yangi mahsulotga
- B. sotuvchilarga
- C. xaridorlarga
- D. Peshtaxtalarga

VI BOB. FIRMANING XULQ-ATVOR NAZARIYASI

6.1. G.Saymonning “chegaralangan rasionallik” tushunchasi.

Firma zamonaviy iqtisodiyotning instituti bo'lib, o'z faoliyatini unga xos bo'lgan me'yorlar va qoidalarning butun tizimiga (sub-institutlar), rasmiy, norasmiy, ijtimoiy-iqtisodiy, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va huquqiy munosabatlarga asoslanib, alohida, tashkiliy jihatdan rasmiylashtirilgan, yuridik jihatdan mustaqil bo'linma sifatida ishlaydi.

Kompaniyani "qora quti" sifatida ifodalovchi an'anaviy neoklassik nazariya, bu yerda kirish manbalar, ishlab chiqarish esa iqtisodiy faoliyat natijasi bo'lib, to'liq ma'lumot yo'qligi va uning ichida bo'lishi mumkin degan taxmin tufayli iqtisodiy haqiqatga zid keldi, ya'ni firma agentlari o'zini oqilona tutadilar. Neoklassiklar firma mavjudligini har biri alohida manfaatlar, maqsadlar va qadriyatlarga ega bo'lishi mumkin bo'lgan bir guruh odamlarning maxsus davlat instituti sifatida qabul qilishmagan. Kompaniyani o'rganishda institutsional yondashuv kompaniya ichida va undan tashqarida sodir bo'layotgan jarayonlarning mohiyatini ochib berishga va institutlarning o'zaro munosabatlariga oid bir qator muhim savollarga javob berishga imkon beradi, ularni amalga oshirish uchun ular orqali qoidalar va normalarni, shuningdek majburlash mexanizmlarini nazarda tutamiz. Neo-institutsional nazariya iqtisodiy o'zaro ta'sirlarni metodologik individualizm tamoyilidan foydalangan holda o'rganadi, bu yerda tahlilning markaziy obyektini – shaxslar, ularning motivlari va xatti-harakatlari uchun rag'batlantirish.

Zamonaviy institutsionalizm firmani iqtisodiyot instituti sifatida o'rganadigan turli maktablar va tendentsiyalar bilan ifodalanadi. Hozirgi vaqtda firma nazariyasining 20 dan ortiq yo'nalishlari mavjud bo'lib, ularning har biri tadqiqotning ma'lum ilmiy tamoyillari, usullari va o'ziga xos kategorik apparatlariga asoslanadi. Ammo neoklassik yondashuvlar ham, institutsional yondashuvlar ham kompaniya tabiatining xilma-xilligini, uning ichki tuzilishini va tashqi muhit bilan munosabatlarini qamrab olmaydi.

Qaror qabul qilish va firma boshqaruvining murakkab dunyosini o'rganish yo'nalishlaridan biri bu xatti-harakatlar nazariyasidir.

G. Saymonning «Cheklangan ratsionallik» tushunchasi

Gerbert Saymon (1916-2001) firmaning xulq-atvor nazariyasining asoschisi hisoblanadi. Keyin bir qator empirik fanlararo tadqiqotlardan G.

Saymon olingan natijalarni "Inson modellari – ijtimoiy va ratsional" (1957) asarida va 1958 yilda J. Mart bilan birgalikda "Tashkilot" fundamental tadqiqotida nashr etadi. Nazariy va amaliy tadqiqotlar asosida G. Saymon "Sun'iylik ilmi" (1969), "Odamlar muammolarni qanday hal qiladi" (A. Nyuell, 1972) kabi asarlarida "to'g'ri" qarorlar qabul qilish uchun me'yoriy algoritmlar nazariyasini ishlab chiqdi va atrof-muhitdagi noaniqlik va cheklangan hisoblash qobiliyatlari sharoitida iqtisodiy agentlar: "chegaralangan ratsionallik" tushunchasi:

1) maqsadlarni aniq belgilash va o'z qarorlarining oqibatlarini oldindan bilish qobiliyati cheklangan;

2) o'z maqsadlarini bir vaqtning o'zida emas, balki ketma-ket amalga oshirishga harakat qilish;

3) ularning maksimal imkoniyatlaridan kamroq maqbul maqsadlarni emas, balki qoniqarli maqsadlarni tanlash.

Cheklangan ratsionallik opportunistning paydo bo'lishining omillaridan biridir. O.Uilyamsonning fikricha, bu «aldashdan foydalanib, shaxsiy manfaatlarga intilish».

1978 yilda G. Saymon tashkilot va firmalarni boshqarishda qaror qabul qilish jarayoni bo'yicha ilg'or tadqiqotlari uchun Nobel mukofotiga sazovor bo'ldi. G. Saymon Pitsburgdagi Karnegi Mellon universiteti qoshidagi Biznes boshqaruvi oliy maktabi (MBA) asoschisi edi.

Firmaning xulq-atvor nazariyasining uslubiy asosini agentning (shaxsning) cheklangan (G. Saymon) yoki o'zgaruvchan (X. Leybenshteyn) ratsionalligi modeli tashkil etadi. Nazariya qaror qabul qilishning umumlashtirilgan modeliga asoslanadi, bu yerda maqsad motivatsiya emas, balki jarayonning realizmidir, ya'ni texnologiya, yechimni ishlab chiqish bosqichlari ketma-ketligidir.

Xulq-atvor nazariyasi bo'yicha tadqiqotlar markazida ma'lumotni qayta ishlash imkoniyati va ushbu qarorlarning kompaniyaning rivojlanishiga va uning bozordagi xatti-harakatlariga ta'siri to'g'risida ma'lumotlarning ko'pligi sharoitida xo'jalik subyektlari tomonidan qarorlar qabul qilish jarayoni turadi.

Xulq-atvor nazariyasi bozorda iqtisodiy ratsionallik prezumpsiya(*lotincha: Praesumptio – taxmin, gumon so'zidan olingan*)si mavjud bo'lmagan real vaziyatlarda xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini tekshirishga harakat qiladi, bu yerda agentlarning ratsional emas, balki odatiy

xatti-harakatlari hukmronlik qiladi, bu nafaqat foyda yoki foydani ko'paytirishning obyektiv funksiyasiga bo'ysunadi, balki urf-odatlar, madaniyat, mentalitet, ijtimoiy normalar va ishlab chiqilgan standartlarni hisobga olgan holda qabul qilingan qonunlar va qoidalarga ham bo'ysunadi.

Firmaning xulq-atvor nazariyasi turli iqtisodchilar guruhlarini tomonidan uy xo'jaligi va firmaning "qora qutisi" ni ochib berish va haqiqiy qaror qabul qilish jarayoni qanday amalga oshirilishini ko'rsatishdan iborat bo'lgan katta miqdordagi empirik tadqiqotlarga asoslanadi. Buning uchun o'z tadqiqotlarida xulq-atvor nazariyasi izdoshlari quyidagi usullardan foydalanadilar:

a) firma, yakka tartibdagi tadbirkor yoki iste'molchi xatti-harakatlarining sabablari haqidagi savolga javob izlash uchun menejerlar, xodimlar, firma egalari o'rtasida ommaviy so'rovlar;

b) laboratoriya tajribalari, kirish ma'ruzalari, treninglar, janglar, real vaziyatlarga asoslangan vazifalarni ishlab chiqish;

c) firmaning bo'limlari va bo'linmalarida aniq qarorlar qabul qilish tavsifi;

d) real qarorlar qabul qilish uchun kompyuter modellari va dasturlarini ishlab chiqish.

Empirik tadqiqotlarni induktiv usuldan (xususiylikdandan umumiylikgacha) umumlashtirish inson (iqtisodiy agent) cheksiz ko'p variantlarda qaror qabul qilishda o'zining cheklangan hisoblash qobiliyati va ortiqcha ma'lumotlarning ta'siri ostida odatda harakat qiladi degan xulosaga keldi. Ratsionallik funksiyasining ikki yoki uchta qiymatini tanlash tizimida (-1, 0, 1 – qoniqarsiz, befarq, qoniqarli) va uning foydaliligi va foydasini maksimal darajada oshiradigan maksimal yoki ideal variantni amalga oshirishga harakat qilmaydi, lekin birinchi qoniqarli variantni o'zining "intilishlari darajasi" va ambitsiyalariga muvofiq tanlaydi va hozirgi vaqtda va ushbu iqtisodiy makonda ishonishi mumkin bo'lgan imkoniyatlarni subyektiv baholash tufayli qidiruvni to'xtatadi. "Da'vo darajasi" dinamik bo'lib, agentning so'nggi g'alabalari va muvaffaqiyatsizliklari statistikasiga bog'liq. Agent faoliyatining ijobiy yoki salbiy natijalarining tajribasi da'volar darajasini oshiradi yoki pasaytiradi, ammo "past" daraja agent uchun qiziq bo'lmasligi mumkin va "yuqori" daraja realizm va erishish nuqtai nazaridan u tomonidan tanlanadi.

Qabul qilinadigan variantni tanlash iqtisodiy agentdan neoklassik modelga qaraganda ancha past darajadagi xabardorlik va hisoblash qobiliyatiga ega bo'lishini talab qiladi. Murakkablik, agar agent qaror qabul qilish uchun yetarli vaqtga ega bo'lsa va bir nechta qoniqarli variantlarni topish mumkin bo'lganda paydo bo'ladi. Keyin birinchi va keyingi barcha qoniqarli variantlar olinadi. Shundan so'ng, agent da'volar darajasi uchun barni ko'tarishi va maksimal foydalilikni topish va kamroq foydali yechimlarni istisno qilish uchun protsedurani takrorlashi mumkin. Ammo da'volar darajasini tanlashning murakkabligi agentni salbiy ta'sirga, qo'shimcha hisob-kitoblar uchun vaqt va pul yo'qotishiga olib kelishi mumkin. Agar agentning vaqti cheklangan bo'lsa, natijalar bevosita bir-biri bilan yoki joriy ko'rsatkichlar bilan taqqoslanadi.

Cheklangan ratsionallik nazariyasi – bu qoniqarli yechimni izlash, tanlash va xulq-atvor hamda qaror qabul qilishning odatiy, o'rnatilgan usullariga yo'naltirish, inson xatti-harakatlarining yagona rasmiy modeli, maksimal foydaning muqobil modeli. Cheklangan ratsionallik konsepsiyasi haqli ravishda tanqid qilinadi, chunki u agentlarning iqtisodiy xatti-harakatlari to'g'risida aniq va barqaror bashoratlarni bermaydi, maksimal foydali modeldan farqli o'laroq, uni amalda qo'llash murakkab formulalar, hisob-kitoblar va katta miqdordagi empirik ma'lumotlardan foydalanishni talab qiladi.

J. Stiglerning fikriga ko'ra, cheklangan ratsionallik nazariyasi axborotni olish va qayta ishlash xarajatlarini hisobga olgan holda bir xil neoklassik foydalilikni maksimallashtirishdir, ammo agentlar hisob-kitoblarni amalga oshiradilar va qarorlarni ongsiz ravishda tanlaydilar, shuning uchun qaror qabul qilish jarayonini modellashtirish mumkin emas.

G. Saymon va amerikalik iqtisodchi R. Xayner tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, agentning yechimni optimal tanlash uchun axborotga reaksiyasi faqat tirnash xususiyati (xavf, yo'qotishlar, raqobatchilarning harakatlari) chegara qiymatidan oshib ketganda sodir bo'ladi. Keyin tanlangan idrok deb ataladigan narsa paydo bo'ladi, ya'ni dunyoning odatiy rasmda ma'lum bir o'zgarish darajasiga qadar, agentning og'ishlarga reaksiyasi yo'q. Firmalar, mulkdorlar va menejerlar koalitsiyalari, masalan, ko'mir, elektronika, to'qimachilik va Rossiya iqtisodiyotining boshqa ko'plab sohalarida vaziyat o'zgarishlar va yangi qarorlar qabul qilishni talab qiladigan inkor etilmaydigan dalillarga qaramay, o'nlab yillar

davomida ishlarning holati to'g'risida ochiqchasiga noto'g'ri qarashlari mumkin.

Oxir-oqibat mavzuni tanlash muayyan vaziyatdan nisbatan mustaqil bo'lib chiqadi va asosan o'tmishda muvaffaqiyatli bo'lgan xatti-harakatlar to'plami bilan belgilanadi. 43 milliard imkoniyatlar, pozitsiyalar va algoritmlar bilan Rubik kubining chempionlari kichik tasdiqlangan algoritmlardan foydalanadilar, ya'ni shaxs zarur ma'lumot yoki bilimga ega bo'lishi mumkin, lekin ularga hech qanday munosabatda bo'lmasligi va bir qator qoidalarga, tartiblarga, shakllangan odatlarga rioya qilish tufayli qo'shimcha imtiyozlar yoki imkoniyatlarga ega bo'lmasligi mumkin. Agent tomonidan qaror qabul qilishning bunday usuli, shubhasiz, maqbul emas, lekin u ma'lum bir maqsadga eng tez olib keladi.

Cheklangan ratsionallik nazariyasini eksperimental tadqiqotlar yordamida qo'shishni 1994-yilda Nobel mukofoti sovrindori, nemis iqtisodchisi R. Selten o'z zimmasiga oldi. "Cheklangan ratsionallik" (1990) asarida R. Selten uch bosqichli model qilish ishlab chiqdi: odatlar – tasavvur – mantiqiy fikrlash. Muammoni hal qilish har bir darajada paydo bo'lishi mumkin – eng pastdan yuqoriga. Qaror qabul qilishning har bir darajasi da'volar satrini va proksimal rivojlanish zonasini tanlash muammosi bilan birga keladi, buning natijasida agent o'z odatidan tashqari, yoki tasavvurni o'z ichiga olgan holda yoki mantiqiy fikrlash orqali yechim izlaydi. Agentning yakuniy tanlovi real vaziyat sharoitlari, psixologik holat va muayyan maqsadlarning ustunligi bilan belgilanadi.

6.2. X. Leybenshteynning o'zgaruvchan ratsionallik konsepsiyasi.

O'zgaruvchan ratsionallik tushunchasi Garvard professori X. Leybenshteyn tomonidan kiritilgan. O'zgaruvchan ratsionallik nazariyasi agentning ratsionallik (fikrlilik) darajasi ikki kuchga, fiziologik va ijtimoiy kuchga bog'liqligini aytadi. Insonning fiziologik, hayvoniy tabiati aqliy energiya va aqliy kuchni tejashni talab qiladi, ya'ni minimal mantiqiylikni talab qiladi va insonning ijtimoiy tabiati (jamiyat me'yorlari va standartlari) tashqi cheklovlar va ustuvorliklar orqali murakkab muammolarni hal qilish va o'z ehtiyojlarini qondirish orqali ijtimoiy ierarxiyada yuqori mavqega ega bo'lish va hurmatga erishish uchun maksimal energiya sarfini talab qiladi. Natijada, fiziologiya va ijtimoiy ta'sir, shaxsning ma'naviy qulayligi uchun maqbul bo'lgan ratsionallik darajasi o'rtasida murosaga erishiladi.

X.Leybenshteyn "X-samaradorlik" tushunchasini kiritdi, bu tamoyil kompaniya o'z xodimlarining intellektual salohiyatidan to'liq foydalana olmasligini va maksimal samaradorlik va daromadga erisha olmasligini ko'rsatadi, chunki kompaniya ichida bo'lgan tabiatan yashirin shartnomalar to'liq foyda keltira olmaydi. Firmaning xulq-atvor nazariyasi iqtisodchilar J.March va R.Syertlarning ishlarida mantiqiy rivojlanish oldi, ular firmani shaxslar va birliklarning koalitsiyasi sifatida belgiladilar. 1963 yilda nashr etilgan, ammo dolzarb va katta nazariy ahamiyatga ega bo'lgan "Firmaning xulq-atvor nazariyasi" mualliflari firmaning xatti-harakati koalitsiya a'zolari tomonidan qabul qilingan qarorlarga bog'liqligini va maqsadlari, umidlari va tanlovi bilan belgilanadiganligini ko'rsatdi. Firma, shuningdek, tanlangan yechimni amalga oshirish ustidan nazorat darajasi. Cyert-March xulq-atvor modelida qaror qabul qilish uchun firma quyidagilarni amalga oshiradi:

- 1) o'z mahsulotlariga bo'lgan talabning prognozi;
- 2) raqobatchilarning xatti-harakatlarini bashorat qilish;
- 3) xarajatlarni baholash;
- 4) yuqoridagilardan maqsadlarni shakllantirish.

Kompaniya maqsadli samaradorlik darajasiga erishish uchun harakat rejasini tuzadi va uni baholaydi. Agar reja mos kelsa, u qabul qilinadi; agar mos kelmasa, prognozlar va maqsadlarning maqsadga muvofiqligini aniqlashtirish uchun tuzatishlar kiritiladi.

Koalitsiya a'zolarining subyektiv o'zboshimchaliklari kompaniya budjeti, uning doirasida ishtirokchilarning vazifalari va vakolatlarini taqsimlash bilan qat'iy cheklanadi. Koalitsiya shartnomasi firma ishtirokchilarining da'volar darajasi ta'sirida o'zgaradi, shuning uchun "firma o'z bo'linmalarining maqsadlari to'plamiga aylanadi". J.March chiqindi qutisi metaforasini taklif qildi va kompaniyaning o'zaro ta'siri (deyarli tasodifiy) kompaniyaning kelajagini belgilaydigan muammolar, nizolar, muqobillar, ishtirokchilar oqimi ko'rinishida qaror qabul qilish jarayonini taqdim etdi. Kompaniyaning turli bo'linmalari va ishtirokchilarining maqsadlari guruhi ishlab chiqarish va mahsulot narxining maksimal emas, balki ma'lum (qoniqarli) darajasini belgilaydi, shuningdek:

- 1) ishlab chiqarish hajmi ko'rsatkichlarining ma'lum darajasiga erishish yoki undan oshib ketish;
- 2) taqchilikka yo'l qo'ymaslik va texnologik jarayonlarni to'xtatish uchun butlovchi qismlar va tayyor mahsulotlar zaxirasi darajasini saqlash;

- 3) sotish va marjaning istalgan darajasi;
- 4) firmaning bozordagi ulushi, barqarorligi va nufuzi;
- 5) foyda, kapital qo'yilmalarning o'sishi.

Ishtirokchilarning cheklangan mantiqiyligi agentlarga barcha muammolarni ko'z oldida ushlab turish va ularni bir-biri bilan optimal tarzda muvofiqlashtirish imkoniyatini bermaydi. Ishtirokchilar bitta maqsadga erishmaydilar, lekin har safar ular boshqa ishtirokchilarning muqobil maqsadlari yig'indisini hisobga olishga majbur bo'lishadi. Darhaqiqat, nazorat qiluvchi va rag'batlantiruvchi markaz (egalari yoki top-menejerlar guruhi) shaklidagi dominant (hukmron) guruh mavjud bo'lmaganda, maqsadlar va taqsimlangan resurslar bo'yicha bo'limlar o'rtasida doimiy savdolashish mavjud. Manfaatlar to'qnashuvi yuzaga kelganligi va har bir ishtirokchining hissasini xolisona baholay olmaganligi sababli, ba'zi ishtirokchilar koalitsiyada qolish uchun zarur bo'lgan minimal miqdordan ko'proq mukofot va imtiyozlarga ega bo'lishadi. Firmada agentlar ishi uchun to'lov marjinal unumdorlikka ko'ra emas, balki undan yuqori, (R. Cyert va J. Mart ta'rifi bo'yicha) "tashkiliy yengillik" mavjud, bizning fikrimizcha, bepul raqobat ta'siri bilan solishtirish mumkin. Aksariyat yirik firmalarning zamonaviy korporativ madaniyati va mafkurasi barcha xatolar, muqobil fikrlar qanchalik foydali yoki ahamiyatsiz bo'lishidannazar, jazolanishini talab qiladi. Biroq, tashkiliy yengillik kompaniyaga ishtirokchilarning turli maqsadlarini, rivojlanish yo'llarini, ba'zan unchalik mos kelmaydigan va boshqaruvning sustligi, boshqaruv xodimlari uchun ortiqcha xarajatlarni hisobga olishga imkon beradi, bu esa iqtisodiy inqiroz davrida rivojlanishning muqobil yo'nalishlarini va qo'shimcha resurslar manbalarini topishga imkon beradi, ishtirokchilar koalitsiyasini saqlab qolgan holda xarajatlarni tejaydi. O. Uilyamsonning fikricha, "boshqaruv kuchsizligi"ning sababi menejerlarning opportunizmidir, bu holda u kompaniya uchun ijobiy samara beradi, lekin ular "Gazprom" yoki boshqa energetika kompaniyalarida kichik ulushga ega bo'lgan keksa odam uchun emas. Inqirozdan oldingi kabi, inqiroz davrida ham u davlat tomonidan tartibga solingan kommunal tariflar bo'yicha uy xo'jaligi tomonidan iste'mol qilingan kilovatt-soat elektr energiya va kub metr gaz uchun yanada ko'proq to'laydi, havo qatnovi, sanatoriylarda dam olish va top-menejerlar uchun grant yo'llari ochiqdir.

J.March va R.Cyertlarning o'z tadqiqotlarida erishgan xulosalari quyidagicha:

1) firma tomonidan ma'lumotni qidirish muntazam ravishda emas, balki joriy tashkiliy qarorlar o'zgartirilgan sharoitlarda samarasizligini isbotlagan hollarda istisno tariqasida amalga oshiriladi;

2) kompaniya xatti-harakatlarining taklif qilingan yangi variantlari bir-biri bilan emas, balki mavjud yechimlar bilan taqqoslanadi va faoliyatning eng muhim parametrlariga muvofiqligi nuqtai nazaridan baholanadi (asosan, loyiha uchun firma budjetida mablag 'borligi va o'zgarishlari).

E'tibor bering, ko'plab yetakchi firmalar aksincha harakat qilishadi, atrof-muhitni muntazam monitoring qilish va texnologik hamda institutsional innovatsiyalarni doimiy ravishda izlash va qo'llash orqali muvaffaqiyatga erishadilar.

6.3. Firma a'zolari koalitsiyasi.

Yuqoridagilarni umumlashtirib, biz firma ishtirokchilari koalitsiyasi sifatida barcha manfaatdor guruhlar va alohida ishtirokchilar o'rtasida murosaga kelishga va ularning maqsadlarining umumiyliigi va o'zaro ta'sirini hisobga olishga majbur bo'lgan degan xulosaga kelamiz. Qarorlarni qabul qilishni qabul qilingan va ishlab chiqilgan protseduralarga qisqartiradigan kompaniya ichidagi tartibning mavjudligi maqsadlarni muvofiqlashtirishga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Ba'zida bu tez va samarali natijaga erishishning qiyinlashishiga olib keladi, shu jumladan kompaniya budjetining cheklovlarini hisobga olgan holda, chunki yangi muqobil yechimlar bilan emas, balki oldingi ishlamay qolganlar bilan solishtirganda eng maqbul emas, ammo qoniqarli natija qabul qilinadi, ya'ni opportunistik (moslashuvchanlik) xulq-atvorni ko'rsatadigan individual ishtirokchilar uchun foydali bo'lishi mumkin bo'lgan protsedura yoki texnologiyani qo'llaydi.

Shaxsiy raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun kompaniya doimiy ravishda o'z ish tartibini, protseduralarini, byurokratik jarayonlarini, ularning zamonaviy iqtisodiyotning sifat standartlariga muvofiqligini va nafaqat sanoat raqobatchilari orasida mavjud bo'lgan tartibni doimiy ravishda kuzatib borishi kerak, balki firmaning xatti-harakati o'rganuvchi, innovatsion bo'lishini kuzatib boradi. Firmalararo innovatsiyalar, protseduralar, muassasalar importi va eksporti orqali firmaning institutsional o'zini o'zi boshqarishida namoyon bo'ladi.

Firmaning ish tartibi rivojlanish va omon qolish manfaatlari bilan birga bo'lishi kerak. Muntazam pul o'tkazish firma bilim aktivlarining muhim qismini, uning bozor qiymatini tashkil qiladi.

Kompaniya faoliyatini boshqarish uning ichida yuzaga keladigan nizolar kompaniyaning rivojlanish traektoriyasini belgilovchi asosiy ta'sir guruhlarining manfaatlari va maqsadlari tufayli yuzaga keladi.

Kanadaning MakGill universitetining menejment professori G. Minsberg kompaniyaning ierarxik funksional tizimi orqali guruhlarining o'zaro ta'sirini quyidagi shaklda ko'rib chiqadi:

- 1) yuqori boshqaruv, strateglar;
- 2) mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchi operatorlar;
- 3) ishlab chiqarish va faoliyatni muvofiqlashtiruvchi tarmoq rahbarlari;
- 4) rejalashtirish va nazorat qilish tizimini ishlab chiquvchi tahlilchilar;
- 5) ishlab chiqarishni bilvosita qo'llab-quvvatlovchi xodimlarni qo'llab-quvvatlash;
- 6) mafkurachilar.

Ta'sir guruhlarining har biri o'z maqsadlariga erishish uchun o'z funksiyalarini bajaradi. Minsberg guruhi muvaffaqiyatli rahbarlar o'z vaqtlarini qanday boshqarishi bo'yicha eng jiddiy tadqiqotlarni amalga oshirdi. Shaxsiy manfaatlar top-menejerlarga firmani rejalashtirish, tashkil etish, rag'batlantirish va nazorat qilish uchun ko'p vaqt sarflashga imkon bermaydi. Minsbergning so'zlariga ko'ra, bitta muammo bo'yicha menejer kuniga o'rtacha 9 daqiqa vaqt oladi. Iqtisodchilar Luffman va Nyubold koalitsiya shartnomasining asosiy ishtirokchilari, manfaatdor tomonlarning ta'siri va faoliyat yo'nalishiga qarab manfaatlarini aniqlaydilar:

- ishtirokchilar, aktsiyadorlar, institutsional investorlar;
- kapitalning rentabellik darajasi;
- investitsiyalar bozor qiymati;
- dividend barqarorligi;
- tovar aylanmasining o'sishi;
- aktivlarning ko'payishi;
- foyda barqarorligi;
- ishchilar soni;
- mehnat intensivligi;

- ish haqining o'sish sur'ati;
- ish haqining o'sishi foydaning o'sishiga bog'liqligi;
- iqtisodiy hamkorlar, xaridorlar, yetkazib beruvchilar.

6.4. O'zaro munosabatlarning barqarorligi. Majburiyatlarning bajarilishi. Har xil tanlovlar. Mahsulot xavfsizligi.

Manfaatdor tomonlar – kompaniyaning tashqi va ichki ishtirokchilari tomonidan qabul qilinadigan qarorlarga ta'sir qilish (D.Mendelov modeli bo'yicha) agentning iqtisodiy kuchi, qobiliyati va istagi, undan foydalanishga bo'lgan qiziqishi bilan birga tavsiflanadi.

I. Adizesning tadqiqotlarida kompaniya ishtirokchilarining to'rtta guruhi o'rtasidagi kompaniya ichidagi manfaatlar to'qnashuvi tavsifini topish mumkin, ularning funksiyalari quyidagilardan iborat:

- a) natijalar ishlab chiqarish;
- b) boshqarish;
- c) tadbirkor bo'lish;
- d) integratsiyalash.

Ushbu rollarning o'zaro muvofiqlashtirilgan va izchil amalga oshirilishi kompaniyaning uzoq vaqt davomida samarali va muvaffaqiyatli bo'lib qolishiga yordam beradi va kompaniya hayotining u yoki bu davrida yuqorida ko'rsatilgan funksiyalardan birining ustunligi, masalan, qat'iy boshqaruv, kompaniya rivojlanishining dastlabki bosqichi yoki yo'qligi yoki funksiyalari, masalan, tadbirkorlik, erta tugashga va firmaning hayotiy siklining yo'qolishiga olib keladi.

Amerikalik psixolog K.Greyves (Union kolleji) insoniy qadriyatlar tizimining rivojlanishini asos qilib olib, o'z izdoshlari D.Bek va C.Kouen bilan birgalikda ijtimoiy evolyutsion nazariya – spiral dinamikani ishlab chiqdi. Spiral dinamika nazariyasidagi rivojlanish darajalari ijtimoiy-madaniy evolyutsiya jarayonida ularga bo'lgan ehtiyoj yuzaga kelgan ong, qadriyatlar majmualari, ma'naviy e'tiqodlar, madaniyat, axloqiy tamoyillar, xulq-atvor va ta'lim shakllari paradigmalari orqali tavsiflanadi. Model ierarxik bo'lib, rangi bejdan sariq ranggacha kodlangan, undagi qiymatlar rivojlanishning eng yuqori bosqichi noma'lum bo'lgan murakkablik darajasiga qarab o'tadi va spiral burilishlar individual yoki jamoaviy qadriyatlarga yo'naltirilganligi bilan almashadi:

Turkuaz Umumiy rasm, yaxlit dunyo-organizm. Sariq Iqtisodiy, moslashuvchan Kaleydoskop dunyosi. Yashil munosabatlar, uyg'unlik, umumiylik, ekologiya munosabatlarni boshqarish. Orange muvaffaqiyat, strategiya, o'sish, tasvir dunyo-mexanizm loyihani boshqarish, moviy kuchlari, avtoritarizm, intizom, qonunlar tuzilmalarni boshqarish. Qizil kuch, zabt, yetakchilik Jungle odamlarni boshqarish.

6.5. Koleydoskop dunyosining moslashuvchanligi.

Korxonaning tashkiliy tuzilmasi va madaniyatidagi o'zgarishlar, uning tug'ilishi, yetukligi va tugashi rang-barang spiralning burilishlari bilan taqqoslanishi mumkin. Kompaniyaning har bir rivojlanish darajasi o'z qadriyatlariga ega, K. Graves modelidan lasan rangining o'ziga xos xususiyati bor, biroq ayni paytda kompaniyaning turli bo'linmalari va alohida agentlarning rivojlanish darajalari bo'lishi mumkin, ya'ni turli xil ranglar, xarakteristikalar va qaror qabul qilish texnologiyalari, shu jumladan ular bajaradigan funksiyalar tufayli. Euroindex kompaniyasi prezidenti V. Pekar o'zining "Rangli tashkilotlar" maqolasida kompaniyaning "rangi" haqida gapirar ekan, tashkilot, yetakchilik va boshqaruvning tegishli usullarini (binafsha oila, qizil reja, ko'k ierarxiya kabi) oladi. Sariq tarmoq "sof ranglar" firmalari mavjud emasligi aniqdir, chunki har xil turdagi koalitsiyalar va individual ishtirokchilarning xususiyatlari namoyon bo'ladi, ya'ni bir firmada ishtirokchilar turli xil ijtimoiy-madaniy darajadagi, turli "ranglar" bo'lishi mumkin.

Shunday qilib, kompaniya turli maqsadlarga, turli xil tajribalarga, turli xil bilim aktivlariga va turli xil ijtimoiy-madaniy rivojlanish darajalariga ega bo'lgan ishtirokchilar koalitsiyasi sifatida ko'plab spirallar to'plami sifatida ifodalanishi mumkin (soddalashtirilgan modelda uch guruh spirallar mavjud – aktsiyadorlar, menejerlar, ijrochilar), bu yerda har bir agent ijtimoiy-evolyutsion spiral rivojlanishining o'z navbatida, o'ziga xos rangga ega bo'ladi. Spirallarning aloqalari turli darajadagi ishtirokchilar o'rtasidagi aloqalarni, o'zaro ta'sirni ta'minlaydi, shu bilan birga kompaniya ishining ierarxiyasi va o'ziga xosligi tufayli kompaniya rivojlanishining quyi bosqichlarida aktsiyadorlarning spirallari ko'pincha menejerlar va spirallar bilan aloqa qiladi. Kamdan-kam hollarda ijrochilarning spirallari bilan aloqalar tartibsizdir. Firma sariq rangga qarab harakat qilganda, agentlar va koalitsiyalar o'rtasidagi o'zaro ta'sir tamoyillari va darajasi o'zgaradi. Xuddi

shu rangdagi agentlarning aloqalari eng yuqori mahsuldorlikka ega, chunki bu holda agentlarning qadriyatlari va manfaatlari yaqin. Firmaning "rangi" asosan bo'linmalar va ishtirokchilar rangining ustunligi bilan belgilanadi. E'tibor bering, turli rangdagi firmalar o'rtasida shartnomalar tuzish bo'yicha tranzaksiya xarajatlari, shu jumladan, umumiy til topish, tomonlarning pozitsiyalarini tushuntirish uchun sarflash zarurati tufayli ortib bormoqda. Turli xil "ranglar" agentlari va kompaniya ishtirokchilarining mavjudligi, bir tomondan, manfaatlar va qadriyatlar to'qnashuvini keltirib chiqarsa, boshqa tomondan, kontragentlar ishtirokchi bo'lgan muammolarni hal qilishda ijobiy rol o'ynashi mumkin. Bir xil rang, ya'ni "do'st yoki dushman" tamoyili qo'llanila boshlaydi, bu yerda mentalitet, qadriyatlar, qarorlar qabul qilish tamoyillari, agentlarning oldingi tajribasi va xatti-harakatlari zarur kelishuvlarni tuzish va murosallarni topishni ta'minlaydi. Misol uchun, sobiq harbiylar boshqa firmaning sobiq harbiy xizmatchilari bilan firmaning xizmat qilmaydigan a'zolariga qaraganda tezroq "umumiy til" topadilar. Aksiyadorlar, sevimli mashg'ulotlariga ega menejerlar, sport bilan shug'ullanadigan hobbilar potentsial investor yoki shunga o'xshash sevimli mashg'ulotlariga ega bo'lgan kontragent bilan yanada muvaffaqiyatli aloqa o'rnatadilar. Ko'pgina mamlakatlarda iqtisodiy subyektlar tomonidan qaror qabul qilish tamoyillariga milliy madaniyat va mentalitet sezilarli darajada ta'sir qilishini hisobga olishimiz kerak. Ba'zan "milliy" agentlar uchun urf-odatlariga rioya qilish, muzokaralar o'tkazish qoidalari, eng murakkab "xitoy marosimlari"ni bajarish tuzilayotgan shartnoma va bitimlarning iqtisodiy mohiyatidan muhimroq bo'lib qoladi.

Kompaniya ishtirokchilari o'zlarining asosiy ehtiyojlari qondiriladigan farovonlik darajasiga etganlarida (Maslou piramidasi), ular yangi ehtiyojlar va qadriyatlarni, shu jumladan nomoddiy narsalarni hisobga olishni boshlaydilar, ya'ni yangi "rang" ga ega bo'ladilar. Agent koalitsiya a'zosi sifatida noma'lum, ammo kutilgan umrga ega bo'lib, shuningdek, foydali funksiya va o'zining ishlab chiqarish funksiyasi o'rtasidagi tanlovga duch keladi, ya'ni u ish yoki boshqaruv (maqomiga qarab) va dam olish uchun vaqt sarflashni tanlaydi, ya'ni kompaniyada o'z ishining natijalaridan foydalanish imkoniyati paydo bo'ladi. "Birinchi to'lqin" ning ko'plab rossiyalik ishbilarmonlari ko'proq daromad olish, muvaffaqiyatli kompaniya yaratish maqsadida barcha "uyqusiz" vaqtlarini o'z bizneslariga bag'ishladilar va sog'lig'ini yo'qotib, mehnatlari samarasidan bahramand bo'lishga muvaffaq bo'lmadilar. Yoki

davlat mulkini xususiylashtirish va qayta taqsimlash paytidagi nizolarda firmalarning boshqa ishtirokchilari bilan to'qnashuvlarda mag'lub bo'lib, shu bilan Rossiya tadbirkorlarining keyingi avlodlariga aks ettirish uchun ma'lumot beradi.

Agent tomonidan qaror qabul qilishning psixologik jihati Stenford psixologi L. Ross tomonidan ishlab chiqilgan fundamental atribut xatosi bilan birga keladi, bu o'zini, qoida tariqasida, inson muvaffaqiyatli qarorni o'zining qarori deb bilishida namoyon bo'ladi. Munosiblik va muvaffaqiyatsizlik – u o'z bo'lgan tashqi sharoitlar oqibatidir.

Ishtirokchilarning tarkibi, ularning roli, manfaatlari va maqsadlari bo'yicha firma turlicha. Korxonada ichidagi nizolarni hal qilish o'zaro muzokaralar va muvofiqlashtirishga kirishadigan manfaatlar koalitsiyalarini shakllantirish orqali amalga oshiriladi. Ko'pgina sherikliklarda cheklangan tashkiliy va boshqa resurslar sharoitida ishtirokchilar tomonidan qarorlar hissiyotlar ta'sirida qabul qilinadi. Katta ochiq kompaniyalarda shaxsiy bo'lmagan byurokratik protseduralar hissiyotlarga qarshi kurashga bag'ishlangan. I.Mintrofning fikricha, kompaniya ichidagi kelishuvlarga quyidagilar orqali erishiladi:

- kompaniya ishtirokchilarini ishontirish;
- ishtirokchi talablarini shakllantirish;
- asosiy masalalarni muhokama qilish va kelishuvga erishishda ishtirok etish;
- iqtisodiy almashinuv orqali o'zaro tushunishni topish;
- ishtirokchilarga zarar yetkazish tahdidi;
- boshqa ishtirokchilar bilan koalitsiya tuzish.

Bizning fikrimizcha, kompaniya ichidagi shartnomalar tuzish uchun, ishtirokchilarning "rangliligi" ni hisobga olgan holda, doimiy aloqalar, koalitsiya a'zolari o'rtasida og'zaki va og'zaki bo'lmagan muloqotlar, norasmiy qarorlar qabul qilish uchun marosimlar va modellar (ehtimol ierarxiyadan tashqarida bo'ysunish) barcha ishtirokchilarning ovoz berish huquqiga ega bo'lgan eksperimental bo'linmalar, "neytral saytlar" shakllanishi tufayli kerak.

Ierarxiya o'zaro kirish, moslashuvchan aloqalar, ishtirokchilar maqsadlarining axborot ochiqligi bilan almashtiriladi. Doimiy ishlaydigan o'zaro ta'sir kanallari shakllanadi, ular vaqti-vaqti bilan asosiy ta'sir guruhlari manfaatlari muvozanatining o'zgarishi sababli inqirozni boshdan kechiradilar,

bu esa kompaniya ichida va tashqarisida institutsional o'zgarishlarga olib keladi. Bilimga asoslangan iqtisodiyotda o'zgarish tezligi va firmaning barqaror aloqalarini ajratish ehtimoli koalitsiyaning turli a'zolari tomonidan yangi bilimlar, innovatsiyalar va texnologiyalarni olish tezligiga va turli guruhlarining bilim aktivlari har biriga mos kelishiga bog'liq. Shunday qilib, top-menejerlarning kompaniyani texnologik qayta jihozlash orqali raqobatbardoshligini oshirish istagi egalarining qo'shimcha mablag'larni investitsiya qilishni istamasligi yoki xodimlarni tayyorlash darajasi yangi asbob-uskunalarni qabul qilish talablariga javob bermasligi bilan to'qnash kelishi mumkin, ya'ni bir darajadagi qadriyatlar va manfaatlar boshqasining qadriyatlari va manfaatlari bilan to'qnashadi.

6.6. Firma a'zolari o'rtasidagi aloqalar dinamikasi.

Kompaniya ishtirokchilari o'rtasidagi aloqalar dinamikasi, o'zaro tushunish sifati va o'zaro hamkorlikning samaradorligi raqobatbardoshlikning asosiy parametrlariga aylandi. Firma turining ierarxik, buyruqbozlik-ma'muriyatdan spiralga o'zgarishi mavjud bo'lib, bu yerda bilim aktivlarini yaratish funksiyalar va vakolatlar aniq chegaralangan holda alohida institutsional sohalarning faoliyati va rivojlanishi natijasida amalga oshiriladi. Sohalarning har biri koalitsiyaning boshqa a'zolari ta'siri ostida aktivlar tizimini tashkil qiladi. Kompaniyadagi o'zgarishlar ta'siri ostida nazorat va qaror qabul qilish markazining "to'g'ri" qarorlar qabul qilish statistikasi bilan tasdiqlangan eng yaxshi vakolatlar guruhiga siljishi mavjud. Bu guruh atrofida monopoliyaga intilib, faoliyat natijalari bo'limida ishtirok etish maqsadida ittifoqchi koalitsiya tuziladi; agar firma ishtirokchilari qaror qabul qilishda va ovoz berishda koalitsiya tuza olmasalar, ularning firma ustidan nazorati 0 ga teng. Muvaqqat manfaatlar ittifoqi orqali boshqaruv va qarorlar qabul qilishning gibril shakllari yaratiladi, ular bilimlardagi bo'shliqlarni to'ldiradi va ularni muvofiqlashtiradi. Agentlarning faoliyati, ularning harakatlarini sinxronlashtirishdir. Bunday mexanizm mavjud bo'lgan firma, yirik korporatsiya, bir tomondan, barqaror bo'ladi, boshqa tomondan, manfaatlar guruhlari mumkin bo'lgan kombinatsiyalar soni noaniqlik bilan tavsiflanadi, bu esa rivojlanishning beqarorligiga olib keladi, chunki "guruhlar", "To'g'ri", muvaffaqiyatli qarorlar faqat mahalliy optimum natijalariga ta'sir qilishi mumkin, undan tashqarida qabul qilingan qarorlar ishlamaydi, kerakli natijani bermaydi, bu boshqa ishtirokchilar guruhiga

yangi mahalliy optimal va shaklni kashf qilish imkonini beradi. Biroq, kompaniyaning barqaror rivojlanish traektoriyasi uzoq muddatli istiqbolda "to'g'ri" qarorlar ketma-ketligini ta'minlashi mumkin bo'lgan koalitsiya a'zolarining shunday o'zaro ta'sirini talab qiladi.

Ko'p sonli ta'sir guruhlari barcha guruhlar uchun maqbul bo'lgan muvofiqlashtirilgan qaror qabul qilish ehtimolini kamaytiradi va qaror qabul qilish vaqtini oshiradi, bu vertikal integratsiyalashgan tuzilmalar va yirik korporatsiyalarning gunohidir. Boshqa tomondan, turli xil, qarama-qarshi fikrlar va manfaatlarning mavjudligi kompaniya faoliyatining turli tomonlarini hisobga olgan holda, hatto kompaniya ishtirokchilarining cheklangan ratsionalligi sharoitida ham yanada muvozanatli, o'ylangan yechimni topishga imkon beradi. Zamonaviy sharoitda kompaniyaning bozordagi xatti-harakati va mavqei, shu jumladan, o'z byurokratik tartib-qoidalari va bo'linmalarning markazlashtirilmagan faoliyati yoki ularga zid ravishda raqobatbardosh, muvofiqlashtirilgan, guruh qarorlarini topish uchun tashkiliy qobiliyatlari bilan belgilanadi. Bunday qarorlarning ehtimoli va sifati firma uzoq muddatli qiymat tizimini shakllantirganda va qo'llab-quvvatlaganida ortadi, bu esa, o'z navbatida, u yoki bu darajada ishtirokchilarning ko'pchiligining konsensus qaroridir. Kompaniyaning xulq-atvori, shuningdek, ishlab chiqilgan qiymat tizimining ideal modelga qanchalik mos kelishi bilan belgilanadi, bunda koalitsiya a'zolarining har biri kompaniyaga sodiqligini, samarali treninglar orqali ishlab chiqilgan majburiyatini, kompaniyaning muvaffaqiyati bilan shaxsiy identifikatsiya qilish, mehnatsevarlik va insonparvarlik munosabatini namoyish etadi. Kompaniyaning har bir a'zosi, bu, aslida, cheklangan yoki o'zgaruvchan ratsionallik tushunchasi inkor qiladi.

Qattiq ierarxik tuzilma, uning ichida bir nechta manfaatlar guruhlari faoliyat ko'rsatadi, bir tomondan, kompaniyani parchalanishdan saqlaydi, ikkinchi tomondan, egalarining kuchli ta'siri yoki top-menejrlarning xarizmatik yoki opportunistik xatti-harakatlari bilan uni amalga oshirmaydi. Koalitsiyaning alohida a'zolarining evolyutsion rivojlanishning "ko'k" darajasida bo'lgan kompaniyaning oldingi qoidalari va belgilangan me'yorlariga muvofiq ishlab chiqilgan har doim muvaffaqiyatli "direktiv" ko'rsatmalar va buyruqlarga bo'ysunishi tufayli mojaroni hal qilish mumkin. Alohida agentlar va guruhlarining manfaatlarini e'tiborsiz qoldirish investitsiyalarning yo'qolishiga, menejerlar va potensial xodimlarning

ketishiga, mulkdorlar uyushmasi parchalanganda kompaniyaning bo'linishiga, davlat organlari tomonidan sodiqlikning yo'qligiga yoki huquqni muhofaza qilish tizimi bilan ziddiyatga olib keladi.

Shunday qilib, barqaror rivojlanayotgan firma nafaqat nazorat qilish, balki barcha koalitsiya a'zolarining manfaatlari to'qnashuvini hisobga olish va hal qilish xarajatlari bilan belgilanadigan maksimal chegaralarga ega. Kompaniyaning maqsadlari geometrik shaklda koalitsiya shartnomasining barcha ishtirokchilarining manfaatlari, maqsadlari va qadriyatlarini vektorlarining yig'indisi sifatida ifodalanishi mumkin, bunda vektorning hajmi va yo'nalishi ko'proq darajada aniqlanadi.

Bugungi kunda kompaniyani nafaqat o'z faoliyatidan daromad olish, balki o'zini o'zi ham daromad olish maqsadida ma'lum resurslar, birinchi navbatda bilim aktivlari egalari ittifoqi sifatida ifodalanishi mumkin (agar ular ushbu kompaniya uchun eng katta daromad keltiradi deb hisoblasak). Kompaniya ishtirokchilarining nomoddiy aktivlarga erishish shaklida ijtimoiy, subyektiv maqsadlar, ustuvorlik bilan bilim qadriyatlarini va dunyoni o'rganishni amalga oshiradi. Firma ichidagi, koalitsiyalararo nizolar natijalari firma tomonidan nazorat qilinadigan aktivlar va resurslarga kirish qoidalarini shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Firma o'yin qoidalarini va institutsional ravishda belgilangan imkoniyatlar, yechimlarni tanlash va rag'batlantirish doirasida erishish uchun mumkin bo'lgan maqsadlarni ishlab chiqadi. Firmaning institutsional maydoni koalitsiya tarkibida turli xil iqtisodiy xulq-atvorga ega agentlarni ushlab turadi, turli iqtisodiy manfaatlar uchun kurashning ijtimoiy tan olingan amaliyotlarini tuzadi va birlashtiradi, shu bilan iqtisodiy faoliyatning barqarorligini ta'minlaydi.

Tayanch so'z va iboralar

Firma, chegaralangan ratsionallik, o'zgaruvchan ratsionallik, firma a'zolari koalitsiyasi, majburiyatlar, tanlovlar, mahsulot xavfsizligi, koleydoskop, "qora quti", neoklassitsizm, qadriyatlar, institutsional yondashuv, zamonaviy institutsionalizm, ma'muriy xulq, inson modellari, fundamental tadqiqot, ratsionallik prezumpsiyasi, an'ana, madaniyat, mentalitet, trening, induktiv usul, neoklassik model, protsedura, raqobat, chegara, menejerlar koalitsiyasi, samaradorlik, xarajatlar smetasi, top-menejerlar, kommunal xizmatlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Chegaralangan ratsionallik deganda nimani tushunasiz?
2. O'zgaruvchan ratsionallikning mohiyatini tushuntirib bering?
3. Firma a'zolari koalitsiyasi deganda nimani tushunasiz?
4. Mahsulot xavfsizligini ta'minlovchi omillarni sanab bering?
5. Qaror qabul qilish jarayonida qatriyatlarning nima aloqasi bor?
6. Institutsional yondashuv deganda nimani tushunasiz?
7. Ma'muriy xulqning mohiyatini tushuntirib bering?
8. Fundamental tadqiqot deganda nimani tushunasiz?
9. Ratsionallik prezumpsiyasining mohiyatini tushuntirib bering?
10. Top-menejerlar deganda nimani tushunasiz?
11. Neoklassik model qanaqa model?
12. Samaradorlik nima va u qanday hisoblanadi?
13. Korxonaning xarajatlar smetasi kim tomonidan tuziladi?

Testlar

1. Ko'pgina supermarketlar qaysi kartalarni sotib olishni qo'llab-quvvatlaydi?
 - A. Kredit va debet
 - B. Faqat kredit
 - C. Faqat debet
 - D. To'g'ri javob yo'q
2. Raflarda namoyish etilayotgan tovarlarning ko'plab atributlari qanday qabul qilinadi?
 - A. Raflarda namoyish etilayotgan tovarlarning ko'plab atributlari intuitiv va ongsiz ravishda qabul qilinadi
 - B. Raflarda namoyish etilayotgan tovarlarning ko'plab atributlari faqat intuitiv ravishda qabul qilinadi
 - C. Raflarda namoyish etilayotgan tovarlarning ko'plab atributlari faqat ongsiz ravishda qabul qilinadi
 - D. Raflarda namoyish etilayotgan tovarlarning ko'plab atributlari intuitiv va ongli ravishda qabul qilinadi
3. Tovarlarini raflarda to'g'ri joylashtirish deganda nimani tushunasiz?
 - A. Eng qimmat tovarlarni ko'z darajasida joylashtirish
 - B. Eng arzon tovarlarni ko'z darajasida joylashtirish

- C. O'rtacha narxdagi tovarlarni ko'z darajasida joylashtirish
- D. To'g'ri javob yo'q
4. Qadrsizlanib borayotgan zaxiralar va shu bilan birga o'sib borayotgan zaxiralar qanday sotilmoqda?
- A. Juda tez
- B. Juda sekin
- C. O'rtacha
- D. Gohida tez va gohida sekin
5. Polsha iqtisodchisi Yu.Kozeletskiy qaysi nazariyani ishlab chiqqan?
- A. Qonunbuzarlik nazariyasini
- B. Huquqbuzarlik nazariyasini
- C. Tartibbuzarlik nazariyasini
- D. Qoidabuzarlik nazariyasini
6. Polsha iqtisodchisi Yu.Kozeletskiyning nima haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir?
- A. Olimning ijodkorlik va halokat mohiyati haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir.
- B. Olimning ijodkorlik va muvaffaqiyat mohiyati haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir.
- C. Olimning ijodkorlik va tejamkorlik mohiyati haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir.
- D. Olimning ijodkorlik va jinoyatchilik mohiyati haqidagi qarashlari alohida e'tiborga loyiqdir.
7. Polsha iqtisodchisi Yu.Kozeletskiyning fikriga ko'ra, transgressiya qanaqa tushuncha?
- A. konstruktiv (an'anaviy ravishda ijod deb ataladi) va buzg'unchi (halokatli) faoliyatni birlashtirgan tushuncha.
- B. konstruktiv (an'anaviy ravishda ijod deb ataladi) va muvaffaqiyatli faoliyatni birlashtirgan tushuncha.
- C. konstruktiv (an'anaviy ravishda ijod deb ataladi) va tejamkorlik faoliyatni birlashtirgan tushuncha.
- D. konstruktiv (an'anaviy ravishda ijod deb ataladi) va jinoyatchilik faoliyatni birlashtirgan tushuncha.
8. Polsha iqtisodchisi Yu.Kozeletskiy tomonidan kiritilgan "lab bo'yog'i" atamasi nimani bildiradi?

A. "takabburlik", "mag'rurlik", "o'z-o'zini hurmat qilish", "shonsharafga intilish".

B. "takabburlik", "mag'rurlik", "o'z-o'zini hurmat qilish", "shonsharafga intilish", "xayrixohlik".

C. "takabburlik", "mag'rurlik", "o'z-o'zini hurmat qilish", "shonsharafga intilish", "rostgo'ylik".

D. "takabburlik", "mag'rurlik", "o'z-o'zini hurmat qilish", "shonsharafga intilish", "donolik".

9. Polsha iqtisodchisi Yu.Kozeletskiy qaror qabul qilish jarayonida nechchi bosqichni belgilab berdi?

A. 4 bosqichni

B. 6 bosqichni

C. 3 bosqichni

D. 5 bosqichni

10. "Iqtisodiyot" va iqtisodiy nazariyada eng muhim va taniqli bo'lgan qaror qabul qilish nazariyasi bo'lib, u ikki tushunchaga asoslanadi ular qaysilar?

A. iqtisodiy agentlarning xatti-harakatlari va iste'molchilarning xatti-harakatlari.

B. ijtimoiy agentlarning xatti-harakatlari va iste'molchilarning xatti-harakatlari.

C. siyosiy agentlarning xatti-harakatlari va iste'molchilarning xatti-harakatlari.

D. iqtisodiy agentlarning xatti-harakatlari va sotuvchilarning xatti-harakatlari.

VII BOB. INSON VA SHAXSIYAT TUSHUNCHALARI VA MODELLARINING EVOLYUSIYASI.

7.1. Shaxsiyatning xulq-atvor nazariyasi.

Inson doimo iqtisodiyotning markaziy figurasi bo'lgan va shunday bo'lib qoladi. Insondan tashqarida hech qanday iqtisodiyot yo'q va bo'lishi ham mumkin emas. Iqtisodiyot, xo'jalik faoliyati shaxs bilan birga, shaxs yordamida va shaxs nomi bilan vujudga kelgan. Ammo inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsning shakllanishi va rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Yaqin vaqtgacha iqtisodiy nazariya insonda odamlarning iqtisodiy xatti-harakatlarini tushuntirish vazifasiga javob beradigan asosiy tasvirni ajratib ko'rsatdi, ya'ni turli moddiy va ma'naviy ne'matlarni yaratish jarayonida individual va ijtimoiy harakatlar, ularni taqsimlash va ishlatish.

Iqtisodiyotda inson xulq-atvorining eng muhim modellari

Bozor tizimining rivojlanishi bilan iqtisod fanining insonga e'tibori muttasil ortib bordi. Ingliz iqtisodchilari, siyosiy iqtisod klassiklari A.Smit va D.Rikardolarning asarlarida «iqtisodiy odam» tushunchasi yoki modeli yaratilgan. Agar model ma'lum bir hodisaning bir qator taxminlar va cheklovlar bilan rasmiylashtirilgan tavsifini, shuningdek, matematik vositalardan foydalanishni o'z ichiga olsa, u holda iqtisoddagi shaxs tushunchasi – bu iqtisodiy faoliyatda shaxsning subyektivi va obyektivi sifatidagi qarashlari tizimi.

Inson modeli, har qanday ilmiy model kabi, ba'zi soddalashtirishlar asosida qurilgan. U shaxsni tavsiflovchi asosiy parametrlarni va birinchi navbatda, iqtisodiy faoliyat motivlarini, uning maqsadlarini, shuningdek, kognitiv (lotincha kognitiv – bilim) inson tomonidan qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun foydalanadigan qobiliyatlarni o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, shuni ta'kidlash kerakki, barcha gumanitar fanlar (falsafa, tarix, sotsiologiya, iqtisod va boshqalar) insonni o'z predmeti nuqtai nazaridan ma'lum bir biryoqlamalikdan aziyat chekmasligi mumkin emas, shuning uchun uning tashqi ko'rinishini bularning har biri tomonidan yaratilgan nuqtai nazardan tushunishga harakat qiladi. Shaxsning iqtisodiy modeli ma'lum bir tomonlamalik bilan ajralib turadi, chunki inson nafaqat iqtisodiy hayot jarayonida o'zini anglaydigan "iqtisodiy shaxs", balki inson hayotining ko'plab boshqa sohalari (siyosat, madaniyat, din, sport, oila va boshqa

shaxslararo munosabatlar va boshqalar) mavjud bo'lib, ularda inson o'zini namoyon qiladi. "Inson xulq-atvorini tushuntirish uchun har qanday mantiqiy modelning yaroqliligi juda cheklangan" deyish adolatli deb tan olinishi kerak.

A.Smitgacha iqtisodiy odam muammosi faqat vaqti-vaqti bilan paydo bo'lgan. Iqtisodiy xulq-atvor modellarini o'rganishning boshlanishi Qadimgi Yunoniston mutafakkirlarining asarlarida qo'yilgan. Aristotel iqtisodiy qul egalarning xatti-harakatlarining motivlarini oqilona ehtiyojlarni qondirish uchun qisqartirdi. Biz uchta narsani tanlaymiz va boshqa uchtasini chetlab o'tamiz. Birinchi uchta chiroyli, foydali va yoqimli, ikkinchisi esa ularga qarama-qarshidir, ya'ni uyatli, zararli va azob-uqubat keltiradigan. Bularning barchasida yaxshi odam to'g'ri yuradi, ammo yovuz odam qoqiladi. Va Plutarx ta'kidlaganidek, zaruriy ehtiyoj bilan birga va undan keyin ortiqcha narsaga chanqoqlik paydo bo'ladi. Bu bo'g'ib bo'lmaydigan ehtiros ham xuddi qashshoqlikda yashash odati kabi halokatli.

Iqtisodiy inson modelini yaratishdagi xizmatlari klassik nazariyaning asoschilari A.Smit va D.Rikardolarga tegishli. "Xalqlar boyligining tabiati va sabablarini o'rganish" asarida Smit faoliyatning ichki motivlarini ham, iqtisodiy operatsiyalarning tashqi shartlarini ham tahlil qiladi. U insonning iqtisodiy irodasini barcha siyosiy tizimlar sharoitida turli qat'iyat va samaradorlik bilan harakat qiladigan taraqqiyotning o'zgarmas dvigateli deb hisobladi.

A. Smit modeli quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

1. iqtisodiy xulq-atvorni rag'batlantirishda shaxsiy manfaat hal qiluvchi rol o'ynaydi, ya'ni xudbinlik, doimiy ravishda o'z mavqeini yaxshilash istagi bilan bog'liq;

2. xo'jalik yurituvchi subyektning o'z ishlaridagi vakolati;

3. bozor iqtisodiyoti sharoitida insonning iqtisodiy faoliyatining asosiy motivi – farovonlikning pul bo'lmagan omillarini (o'rganishning qulayligi va qiyinligi, ishning yoqimli yoki yoqimsizligi, ishning doimiyliigi yoki doimiy emasligi), jamiyatdagi obro'-e'tibor, katta yoki kamroq darajada muvaffaqiyatga erishish ehtimoli). Adam Smit «iqtisodiy odam» ning xulq-atvorini tahlil qilar ekan, u mehnat taqsimoti natijasida shaxsning ayirboshlashga moyilligi bilan belgilanadi.

A.Smit ta'kidlaganidek, bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir shaxs o'z manfaatini nazarda tutadi va hech qanday holatda "jamiyat manfaati"ni nazarda tutmaydi. Savdogarlar va sanoatchilarning manfaatlari "jamiyatni

yo'ldan ozdirish va hatto unga zulm qilish, raqobatni cheklashga harakat qilish". Faqat erkin raqobat, "ko'rinmas qo'l", ya'ni bozor iqtisodiyoti qonunlari tarqoq egoistlarni tartibli tizimga birlashtiradi. Xaos o'rnini ancha yaxshi tashkil etilgan jamiyat egallaydi. Shunday qilib, iqtisodiy shaxs o'z manfaati uchun harakat qilib, jamiyat manfaati uchun harakat qiladi.

Shunisi qiziqki, Aristotel uchun iqtisodchi inson A.Smit g'oyalariga mutlaqo ziddir. Aksincha, bu o'zining turli ehtiyojlarini qondirishga intiladigan odam.

J. St. Mill o'zining "Siyosiy iqtisod tamoyillari" asarida insonning haqiqiy xulq-atvori ancha murakkab ekanligini, boylikka intilish mehnatdan nafratlanish va qimmat zavqlardan darhol bahramand bo'lish istagi bilan birga bo'lishini ta'kidlagan.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida obyektiv ravishda mehnatni rag'batlantirish muammosi mavjud, ya'ni shaxsni mehnat faoliyati bilan shug'ullanishga undaydigan haydash rag'batlarini aniqlash. Sivilizatsiyaning shakllanishi va rivojlanishi tarixi ushbu faoliyat uchun ikkita asosiy rag'batni biladi – iqtisodiy bo'lmagan va iqtisodiy mehnatga majburlash. Birinchisi, mehnat xizmatidan bo'yin tovlagan taqdirda hukumat tomonidan eng xilma-xil ko'rinishlarda – qul egasi, yer egasi, diktator va boshqalar tomonidan jazolanishidan qo'rqishga asoslangan. Bu xodimning ish beruvchiga shaxsiy qaramligini nazarda tutadi. Ikkinchisi, iqtisodiy va huquqiy erkinlik mavjud bo'lganda, insonning farovonlik darajasini oshirishdan shaxsiy manfaatdorligini nazarda tutadi.

J. Bentham bozor iqtisodiyoti sharoitida insonning xulq-atvoriga katta e'tibor berdi. Uning fikricha, inson harakatining maqsadi uning ma'lum bir vaqt oralig'idagi zavqlar yig'indisi, azob-uqubatlarning yig'indisiga teng bo'lgan holatidir. U individual "farovonlik intilishlari" ni bozor va raqobatga uyg'unlashtirishga ishonmadi, u buni qonunchilikning vakolati deb bildi. Bentamning "inson tabiati konsepsiyasi"ning A.Smit va D.Rikardoning "iqtisodiy odam" modeliga nisbatan asosiy belgilari quyidagilardan iborat.

- 1) universallik da'volari (ya'ni, iqtisodiy soha bilan cheklanmagan);
- 2) tabaqadan yuqori xarakter (uning shaxsi hech qanday tabaqaga mansub emas);
- 3) gedonizm, ya'ni zavqga erishish va qayg'udan qochish uchun barcha insoniy motivlarni izchil kamaytirish;

4) hisoblanuvchi ratsionalizm – insonning baxtga olib keladigan barcha harakatlarini hisoblash qobiliyati.

Iqtisodiy obyekttni ishlab chiqaruvchi deb hisoblaydigan klassik maktabdan farqli o'laroq, Bentanning marjinalistlar tomonidan qo'llab-quvvatlangan "ratsional gedonist" modeli iqtisodiy subyektni iste'molchi sifatida ko'rib chiqdi. Ammo marjinalistlar iqtisodiy mavzuga muhim qo'shimcha qildilar, ular insonni optimallashtiruvchi konsepsiyani yaratdilar. Uning xususiyatlari:

- 1) eng katta foyda olishga, eng kam yuk va xarajatlarga intilish;
- 2) individual imtiyozlar tizimining vaqt bo'yicha o'zgarishligi va tashqi sharoitlar va shaxslardan mustaqilligi;
- 3) maqsadlarni ularga erishish vositalari bilan solishtirish, ularning optimal variantini tanlash qobiliyati;
- 4) eng yaxshi variantni topishga imkon beruvchi to'liq ma'lumotga ega bo'lish va xatosiz bashorat qilish qobiliyati;
- 5) odamni "yarim xudo" qiladigan tashqi sharoitlarning o'zgarishiga tezkor reaksiya.

A.Vagner o'zining kapitalistik iqtisodiyot bo'yicha darsligida (1879) "Insonning iqtisodiy tabiati" bobida inson tabiatining asosiy xususiyati – "tovar yetishmasligi hissi va uni bartaraf etishga intilish" mavjudligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, odamlarning iqtisodiy faoliyati quyidagilar tomonidan boshqariladi:

- foyda olish istagi va jazodan qo'rqish;
- or-nomus hissi va uyatdan qo'rqish;
- bunday faoliyatga intilish va bekorchilik oqibatlaridan qo'rqish;
- burch hissi va pushaymonlik qo'rquvi.

Nemis tarixiy maktabi vakillari klassik maktab individualizmiga, shuningdek, iqtisodiy faoliyat predmetini modellashtirishda ratsionalizm va formalizmga qarshi chiqdilar. Ular iqtisodchi uchun tahlil obyektini faqat shaxslar yig'indisi emas, balki "davlat tomonidan birlashtirilgan milliy va tarixiy jihatdan belgilangan yaxlitlik" bo'lgan xalq bo'lishi mumkin, deb hisoblashgan. Inson xalqning bir qismi sifatida nafaqat boylikka intilishga, balki bo'sh vaqtni ko'paytirishga, an'analarga rioya qilishga ham qiziqadi, u ham egoist, ham altruistdir.

7.2. Iqtisodiy xulq-atvorning ehtiyojlar bilan ta'minlanganligi.

Iqtisodiy subyektlar individualizmdan mahrum bo'lib, guruh manfaatlariga ega jamoalarni tashkil qiladi. Iqtisodiy xulq-atvor subyektti oqilona mavjudot, ehtiyojlar bilan ta'minlangan, oila, ijtimoiy guruh, sinf, jamiyat, insoniyat a'zosi sifatida taqdim etiladi. Iqtisodiy faoliyat predmetini bunday tushunish zamonaviy institutsionalizmga ham xosdir. Turli ijtimoiy guruhlardagi xulq-atvor normalari har xil, ular o'rtasidagi muloqot usullari ham bir hil emas. Ular ushbu guruhning maqomiga yoki uning jamiyatdagi mavqeiga mos keladi. Vaziyat, ma'lumki, agar guruhlarning tarkibiy farqlanishi ierarxik xususiyatga ega bo'lsa, unda biz "ijtimoiy tabaqalanish" haqida gapiramiz.

Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda K.Marks, E.Dyurkgeym va M.Veber asarlaridan kelib chiqqan tabaqalanish nazariyalarining uchta asosiy yo'nalishini ajratib ko'rsatish mumkin.

1. Marks nazariyasi jamiyatning asosi, ishlab chiqarish munosabatlarini tashkil qiladi va ular pirovard natijada ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanish darajasi va xarakteri bilan belgilanadi, degan fikrga asoslanadi. Ishlab chiqarish munosabatlarining o'zagini ishlab chiqarish vositalariga egalik munosabatlari tashkil etadi, ular sinflarni farqlashning asosiy mezon bo'lib xizmat qiladi. Mulk nihoyatda notekis taqsimlanganligi va ishlab chiqaruvchilarning ko'pchiligi hosil bo'lgan mahsulotdan begonalashganligi sababli, sinfiy munosabatlar ekspluatatsiya munosabatlari – birovning to'lanmagan mehnatini o'zlashtirishdir. Sinfiy kurash, K.Marksning fikricha, jahon tarixining asosiy haqiqati, ijtimoiy taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchidir. K. Marks ta'limoti inson modelining mavhumlikdan konkretlikka, "Kapital"ning I jildidagi "oddiy tovar ishlab chiqaruvchi" dan III jilddagi sanoat, tijorat va ssuda kapitalini ifodalovchi kapitalistlarga ko'tarilishini o'z ichiga oladi. Inson bu yerda obyektiv iqtisodiy munosabatlarning timsoli sifatida, kapitalist kapitalning timsoli sifatida, ishchi – ish haqi timsoli sifatida namoyon bo'ladi.

Burjua sinfi va proletariatning iqtisodiy xulq-atvori har xil bo'lib, ularning o'zaro munosabatlari murosasiz kurashdir. Marksning sinflar nazariyasining mohiyati shundan iborat.

Bu nazariya keyinchalik ishlab chiqildi. XX-asr neomarksizm nihoyatda xilma-xil (leninizm, stalinizm, maoizm, sotsial-demokratik, demokratik tushunchalar, shuningdek, D. Lukas, A. Gramschi, avstromarksizm

nazariyalari, ularning vakillari M. Xorkmayer, T. Adorno, G. Markuze, E. Fromm). Fransiyada ekzistensial marksizm sifatida (J.P. Sartr va M. Merlo-Ponti.) sinfiy nazariyaning ko'p qirrali tanqidiga javoban va tarixiy tajriba to'planishi munosabati bilan ular bir qator marksistik qarashlardan voz kechishga majbur bo'ldilar. Iqtisodiy determinizm ijtimoiy rivojlanishning mumkin bo'lgan yondashuvlaridan faqat biri ekanligi; "boshqaruvchilar inqilobi", "xalq kapitalizmi" elementlarining paydo bo'lishi munosabati bilan mulk emas, balki boshqaruv muhim ahamiyatga ega, ya'ni kapitalistik mulkdorlar sinfi ustidan samarali nazoratni yo'qotmaslik, proletariat o'rniga proletariat bilan solishtirganda yuqori mahsuldorlikka ega va islohotlar uchun eng katta imkoniyatlarga ega "yangi ishchi sinf" paydo bo'ladi, lekin mavjud iqtisodiy munosabatlarning yemirilishi, "noqulay" o'rta sinflarning mavjudligi (E. O. Rayt); sinfiy munosabatlarning asosi sifatida ekspluatatsiyaning mavjudligi qiymat va qo'shimcha qiymat nazariyasi bilan emas, balki yaxshiroq lotning imkoniyati bilan belgilanadi (J. Roemer). Ekspluatatsiyaning talqini potentsial olinadigan tengsizlik doirasiga kengayadi, "malaka", "maqom", mehnat ekspluatatsiyasi tushunchalari paydo bo'ladi (F. Van Parijs).

2. XX-asrning 40-60-yillarida rivojlangan funksionalizmning mohiyati. Jamiyatdagi ijtimoiy tabaqalanish muqarrar va rag'batlantirish va nazorat qilish funksiyalarini amalga oshirish, foydali funksiyalarni bajarish uchun zarur bo'lganligidan iborat bo'lib, odamlar jamiyat uchun ahamiyati va ularning yetishmasligi bo'yicha turli xil ijtimoiy-professional pozitsiyalarni egallaydilar. Lavozimlarning yuqori darajasi ularning egalariga yuqori daromad, kuch va obro'-e'tibor beradi. Jamiyatning ko'proq qobiliyatli a'zolari ko'proq nufuzli lavozimlar uchun raqobatda g'alaba qozonadi. Bu nazariyada sinfiy kurash yo'q.

3. Tabaqalanish nazariyalarining uchinchi yo'nalishi veberizm bo'lib, uning asoschisi nemis olimi M.Veberdir. Ushbu yo'nalishga ko'ra, har qanday tabaqalanishning asosini hokimiyat va hokimiyatning taqsimlanishi tashkil qiladi. Hokimiyat munosabatlari, marksizmdagi kabi mulkiy munosabatlar bilan qattiq bog'lanmagan va funksionalistlardan farqli o'laroq, ular ziddiyatli tamoyillarning aniq elementlarini o'z ichiga oladi. "Iqtisodiy sinf" tushunchasi o'zgarmoqda, asosiy e'tibor mulkchilikka emas, balki guruhlarning bozordagi pozitsiyalariga qaratiladi. Sinflarni tovar va mehnat bozoridagi tipik imkoniyatlar birlashtiradi, ijtimoiy guruhlar imkoniyatlari

nafaqat turli bozorlardagi mavjud vaziyat, balki o'ziga xos martaba imkoniyatlari bilan ham belgilanadi, ijtimoiy guruhlarining iqtisodiy xatti-harakatlari ta'limning nufuzi bilan belgilanadi, ya'ni kasbi, turmush tarzi, ijtimoiy-madaniy yo'nalishlari, xulq-atvor normalari va ushbu pozitsiyalarning bozor pozitsiyalariga muvofiqligi.

Neoklassik siyosiy iqtisod asoschisi A.Marshall klassik siyosiy iqtisod va marjinalizmning asosiy yutuqlarini sintez qildi. U mavhum shaxsni ishlab chiqarishning haqiqiy agenti xususiyatlariga yaqinlashtirishga harakat qildi, qisman muvozanat holatida insonning haqiqiy xatti-harakatlarini tahlil qildi, ya'ni iqtisodiy subyektning ikki motivi kuchi bo'yicha tenglik talab hajmini belgilovchi lazzatlanish istagi va taklif miqdorini tartibga soluvchi mehnat va iste'molni kechiktirish bilan bog'liq qiyinchiliklardan qochish motividir. Marshall normal faoliyat konsepsiyasini kiritdi – bu ma'lum sharoitlarda har qanday professional guruh a'zolarining kutilgan harakat yo'nalishi, axloqiy jihatdan to'g'ri xulq-atvori, erkin raqobatning cheksiz faoliyati natijasidir.

Ko'pgina zamonaviy G'arb olimlarining ta'kidlashicha, iqtisodiyotda insonning oqilona xatti-harakati katta psixologik taxminlardan xoli emas. Bu nazariy va amaliy psixologiya yutuqlaridan, jumladan, fanning yangi sohasi – iqtisodiy psixologiyadan foydalanishni taqozo etadi. An'anaga ko'ra, neo-avstriya maktabi (L. Mizes, F. Xayek) insonning iqtisodiy xulq-atvori uchun psixologik shartlarni ko'rib chiqadi. Ratsional tanlash nazariyalari paydo bo'ldi, o'yin nazariyasi (J. fon Neyman), inson kapitali nazariyasi (G. Bekker), ratsional harakatning umumiy sotsiologik nazariyasi (J. Koulman), ijtimoiy tanlov nazariyasi.

Iqtisodiyot va psixologiya chorrahasida iqtisodda ratsional inson xulq-atvori tamoyilini tadqiq etuvchi turli oqimlar orasida eng qiziqalaridan biri postkeynschi, ingliz iqtisodchisi Jorj Shekl tomonidan yaratilgan “iqtisodiy tasavvur” yo'nalishi edi.

J. Shekl “iqtisodiy odam”ning xulq-atvor modelini rad etadi, uni faqat umumiy muvozanat modelining bo'ysunuvchi elementi deb hisoblaydi. U insonning iqtisodiy tasavvuriga asoslanib, o'z tanlovini amalga oshirishiga e'tibor qaratadi, ya'ni u o'z tanlovini amalga oshirayotgan paytda iqtisodiy voqelikning aqlan tasvirlaydi. Iqtisodiy agentni tanlash, Sheklning fikriga ko'ra, niyatlar o'rtasida bo'lib, unga umid beradigan va yaxshi hissiy holatni yaratadigan narsani afzal ko'radi. Iqtisodiyotda iqtisodiy shaxsning oqilona xulq-atvori tamoyilini tahlil qilish bilan tanishtirish hissiy tarkibiy qism,

ijodiy asos, tasavvur va o'tmishga bo'lgan munosabat, xo'jalik agentining xotirasini hozirgi kunga tiklaydi, ya'ni qaror qabul qilingan lahza va tasavvurga turtki beradigan kelajak bu kamchilikning o'rnini to'ldirishdan ko'ra ko'proq bo'ladi va Shekl ishini iqtisodiy nazariyaning yangi yo'nalishining boshlanishi sifatida baholashga imkon beradi.

Iqtisodiyot va psixologiyaning yaqinlashuviga asoslangan shaxsning iqtisodiy xulq-atvoriga uslubiy yondashuvlar insonning iqtisodiy xatti-harakatlarini shaxs sifatida tavsiflashning yangi, yanada real variantlarini taqdim etadigan g'oyalarni ishlab chiqadi.

7.3. Psixologiya fanida shaxsni o'rganishning asosiy yondashuvlari.

Psixologiya fani shaxsni o'rganishning ettita asosiy yondashuvini ishlab chiqdi: psixodinamik, psixoanalitik, gumanistik, kognitiv, xulq-atvor, faollik va dispozitsiya. Har bir yondashuv o'z nazariyasiga, shaxsiyatning xususiyatlari va tuzilishi haqidagi o'z g'oyalariga, ularni o'lchash usullariga ega. Zamonaviy iqtisodiy fanda shaxsning xulq-atvor nazariyasiga qiziqish so'nggi o'n yilliklarda iqtisodiy bilimlar metodologiyasida yangi yo'nalish – xulq-atvor iqtisodiy nazariyaning shakllanishi bilan bog'liq. Ushbu yo'nalishning ilmiy dolzarbligi va amaliy ahamiyati iqtisodiy faoliyatning turli darajalarida odatiy holga aylangan tavakkalchilik va noaniqlik holatlarida xo'jalik yurituvchi subyektlarning qaror qabul qilish jarayonlarini o'rganish zarurati bilan bog'liq.

D.Kahneman va A.Tverskiyning xulq-atvor nazariyasi.

Xulq-atvor iqtisodining asoslari taniqli psixologlar D.Kahneman va A.Tverskiy tomonidan ishlab chiqilgan (Kahneman, Tverskiy, 1974, 1979).

Kahneman va Tverskiyning klassik ishi 1979 yilda "Ekonometrika" jurnalida chop etilgan "Istiqbol nazariyasi: xavf ostida qaror qabul qilish tahlili" maqolasi hisoblanadi. Unda mualliflar tavakkal ostidagi odamlarning iqtisodiy xulq-atvorini tushuntirish uchun psixologik konstruksiyalardan foydalangan, odamlarning bir xil miqdordagi pul daromadlari va yo'qotishlariga bo'lgan turlicha munosabatini ko'rsatgan. Istiqbollarning nazariyasi yordamida xo'jalik yurituvchi subyektlarning har xil turdagi anomal xatti-harakatlarini mantiqiy tushuntirish mumkin bo'ldi va shu bilan qaror qabul qilishda iqtisodiy agentlarning ratsionalligi konstruksiyasidan foydalanadigan nazariy pozitsiyalarni shubha ostiga qo'ydi. Etti yil o'tgach, Chikago universitetida psixologlar, iqtisodchilar va sotsiologlarning ilmiy

pozitsiyalarini birlashtirgan birinchi xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha ilmiy konferensiya bo'lib o'tdi. Biroq, ma'lum sabablarga ko'ra, uzoq vaqt davomida subyektlarning iqtisodiy xatti-harakatlarini o'rganishga iqtisodiy tahlilning standart taxminlariga emas, balki psixologiya ma'lumotlariga ko'proq tayanadigan yondashuvlar an'anaviy iqtisodiyot tarafdorlari orasida to'g'ri tushunilib va qo'llab-quvvatlandi.

Mamlakatimizda va xorijda olib borilgan amaliy tadqiqotlar jarayonida mavjud iqtisodiy bilimlar tizimi asosida mantiqiy izohlab bo'lmaydigan ko'plab paradokslarning aniqlanishi munosabati bilan subyektlarning iqtisodiy xulq-atvorini tahlil qilishga yondashuvlarning o'zgarishi belgilandi. Ushbu hodisalar oqilona tanlov nazariyasi sohasida eng aniq namoyon bo'ldi, bu yerda ular bir shaxs, bir guruh shaxslar yoki kompaniya tomonidan qaror qabul qilish tartib-qoidalarini keng empirik tahlil qilishni boshladilar, odatdagi xatti-harakatlarni, iqtisodiy subyektlar foydalanadigan maqsadli sozlamalarni tanlash qiyin vaziyatlarda aniqlay boshladilar. Bu tadqiqotchilarni shaxsning psixologik xususiyatlarining har xil turdagi iqtisodiy xatti-harakatlar bilan bog'liqligini o'rganishga undadi. Shunday qilib, alohida empirik tadqiqotlarda psixologik xususiyatlarning (xususan stress) kasb tanlashga ta'siri (Pihlblad, Gregory, 1976), maqomning tengsizligi va maqomning mos kelmasligi (Hornung, 1977; Hollander, Howard, 2000), davomiyliги, ya'ni ishsizlik va mehnat bozoridagi uzoq muddatli pozitsiya (Goldsmith, Veum, Darity, 1996; Dooley, Prause, Ham-Rowbottom, 1997).

Ijtimoiy subyektlarning iqtisodiy xatti-harakatlariga bag'ishlangan rus olimlaridagi birinchi ishlar G.M. Andreevaning tadqiqotlari bilan bog'liq. V.N. Drujinina, A.L. Juravleva, E.A. Klimova, S.N. Popova, V.V. Radaeva, S.K. Roshchina, V.M. Rusalova, P.N. Shixirev va boshqalar iqtisodiy xatti-harakatlarning turli xil psixologik va ijtimoiy tarkibiy qismlarini (motivlar, qadriyatlar tizimi, kognitiv imkoniyatlar va axborotni qayta ishlash jarayoniga xos bo'lgan og'ishlar, odamlarning adolatga intilishi, bir-biri bilan o'zaro munosabati, ijtimoiy mavqeining ahamiyati va boshqalar) ochib berdi.

Shaxsning xulq-atvor nazariyasi tushuntirish vositasiga aylanadi, uning yordamida subyektning iqtisodiy xatti-harakatlarini eksperimental o'rganish va modellashtirishga urinishlar amalga oshiriladi. Bugungi kunda biz xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi tarafdorlari doirasining sezilarli darajada kengayganligini aytishimiz mumkin, ular orasida M. Argyle va A. Furnham

(Furnham, Argyle, 1998) tadqiqotlari qiziqish uyg'otadi, bu esa ularni davolashda farqlar mavjudligini ochib beradi. Pulli odamlar, ularning ramziy qiymatiga qarab, xarajatlar hisob-kitoblari uchun kamaytirilmaydi. P. Lant va S. Livingston (Lunt, Livingstone, 1992), ular bir qator ijtimoiy-psixologik xususiyatlarda, masalan, mas'uliyatni o'z zimmasiga olishga moyillik, ijtimoiy qo'llab-quvvatlash va tejamkor bo'lmaganlar o'rtasidagi farqni topdilar, ya'ni o'z mablag'larini boshqarishda qattiq siyosat olib borishdi. R. Vahlund va J. Gunnarsson (Wahlund, Gunnarsson, 1996) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar jamg'arma xatti-harakatlari qarorlar qabul qilish turiga va shaxslarning kognitiv qobiliyatlariga bog'liq degan fikrni tasdiqladi. R. Thaler va G. Shefrin (Shefrin, Thaler, 1988)ning neoklassik modellari, uy xo'jaliklarining pul resurslarini bugungi va kelajakdagi iste'mol o'rtasida taqsimlashda haqiqiy xatti-harakatlarining prognoz qilingan xatti-harakatlardan chetlanishini tushuntiruvchi eng muhim o'zgaruvchi sifatida o'zini o'zi boshqarishni ko'rib chiqishni taklif qildi. S. Boulz va boshqalar tomonidan olib borilgan tadqiqot (Bowles, Gintis, Osborne, 2001) "mahorat va qobiliyat" komponenti va boshqa psixologik xususiyatlarni hisobga olgan holda daromadga ta'sir qiluvchi omillarning umumiy ko'rinishini beradi. 2008-2009 yillarda global moliyaviy inqirozni aniq investorlarning bozor strategiyalarining xulq-atvor xususiyatlaridan kelib chiqadigan bir qator ishlar paydo bo'ladi.

Mahalliy fanda iqtisodiy jarayonlarni tahlil qilishda xulq-atvor yondashuvi hozirgi vaqtda L.G. Borisova, V.P. Galenko, V.T. Kisovskiy, V.K. Potemkina, Ya.M. Roshchina, E.G. Slutskiy, G.S. Solodova, M.N.Stelmashuk, I.I. Xarchenko va boshqalar Neoklassik mikroiqtisodiyotda ijtimoiy subyektlarning iqtisodiy xatti-harakatlari modellarini tahlil qilishdagi farqlar va uning xulq-atvori muqobilligi yaqqol namoyon bo'ldi.

Neoklassik mikroiqtisodiyotda xo'jalik yurituvchi subyektt xatti-harakatlarining ratsional modeli boshlang'ich (mos ravishda foydani ko'paytirish) hisoblanadi, so'ngra ushbu modelning natijalari (prognozlari) real xatti-harakatlar bilan solishtiriladi. Xulq-atvor iqtisodiyotida iqtisodiy ratsionallik umumiy qonuniyat xususiyatlariga ega emas. Tadqiqotchi iqtisodiy subyektlarni tanlashning psixologik asoslarini ochib berishi va ularda haqiqiy qaror qabul qilish jarayoni qanday amalga oshirilayotganligini ko'rishi, uning ijtimoiy va subyektiv determinantlarini aniqlashi kerak. Xulq-atvorning iqtisodiy nazariyasi vakillarining fikriga ko'ra, bu jarayon ancha

murakkabligi bilan ajralib turadiganligi sababli, unda oqilona emas, balki odatiy xatti-harakatlar (ya'ni qabul qilingan qoidalar va konventsionalarga bo'ysunish) ustunlik qiladi. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning real xulq-atvorini tahlil qilish zarurati an'anaviy metodologik vositalarning (pravoslav Neymann-Morgenshtern kutilgan foyda nazariyasi; Savagening kutilgan nazariyasi) yetarliligiga shubha tug'diradigan xatti-harakatlarning iqtisodiy nazariyasidagi eksperimental tadqiqotlarning eng aniq maqsadli tarkibiy qismlaridan biridir. Ko'p yillar davomida iqtisodiy nazariyada odamlarning iqtisodiy xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun adekvat vosita sifatida qo'llanilgan subyektiv kutilgan foydalilik nazariyasidir.

Xulq-atvor iqtisodiyoti tarafdorlari, agar zarurat bo'lmasa, iqtisodchilar an'anaviy neoklassik mikroiqtisodiyotni qayta ko'rib chiqishga bormasligini bilishadi. Ammo ularning fikriga ko'ra, agar maksimallashtirish va realistik modellar prognozlar o'rtasida sezilarli tafovutlar mavjud bo'lsa, unchalik aniq bo'lmagan nazariya (bu neoklassik mikroiqtisodiyot bo'ladi deb taxmin qilinadi) yanada aniqroq – xulq-atvoriga yo'l qo'yishi kerak.

Iqtisodiy jarayon va hodisalarni o'rganishda psixologik bilimlar sohasidan o'zlashtirilgan uslubiy vositalardan yetarli darajada foydalanish uchun uni nozik anglash, turli nazariy yondashuvlar, pozitsiyalarni qiyoslash, ularni birlashtirish va o'zaro boyitish zarur. Taqdim etilgan g'oyalarni bunday tushunish va qabul qilishda shaxsning xulq-atvor nazariyasining o'zi yetarli bo'lmaydi, garchi bu nazariyaning nomi iqtisodiy bilimlar yo'nalishi – iqtisodiy xatti-harakatlar nomi bilan juda mos kelsada. Bu o'xshashlik "maftunkor", ammo bu faqat tashqi o'xshashlikdir, chunki aslida tadqiqotchining ko'rish sohasi inson faoliyatining eng muhim turlaridan biri – iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy va iqtisodiy hodisalarni o'z ichiga oladi, unda yetakchi ruhiy neoplazmalar mavjud, ya'ni shaxs shakllanadi: iqtisodiy ong, iqtisodiy munosabatlar, iqtisodiy xulq. Shu sababli, fanda ijtimoiy subyektlarning iqtisodiy xulq-atvorini o'rganishga metodologik yondashuvlarni tushunishda shaxsning xulq-atvor nazariyasiga hurmat ko'rsatib, biz diqqatni o'zgartiramiz, bilim vositalarini kengaytiramiz, chunki buni intensiv rivojlanayotgan, poliparadigmatik psixologik metodologiya talab qiladi.

7.4. B. Skinner va A. Bandura tomonidan shaxsiyatning xulq-atvor nazariyasi.

Shaxsning xulq-atvor nazariyasi yoki ijtimoiy o'rganish nazariyasi taniqli amerikalik xulq-atvor olimlarining ishlarida namoyon bo'lda. B.Skinner va J.Uotson ijtimoiy ta'lim nazariyasining refleks yo'nalishi tarafdorlari bo'lsa, A.Bandura va J.Rotter bu nazariyaning ijtimoiy-kognitiv yo'nalishini himoya qiladilar. Shaxsning har ikki yo'nalishda rivojlanishining asosiy manbai so'zning keng ma'nosida atrof-muhitdir. Shaxsda genetik yoki psixologik irsiyat yo'q, u sotsializatsiya, tarbiya sifatida shakllanadi va hayot davomida rivojlanadi va uning xususiyatlari umumlashtirilgan xulq-atvor reflekslari va ijtimoiy o'rganish natijasida shakllangan ijtimoiy ko'nikmalardir. Ushbu nuqtai nazarga ko'ra, odamlar o'rtasidagi individual farqlarni ma'lum bir davrda shaxsning xatti-harakatlarini belgilaydigan "shaxs-muhit" tizimidagi o'zaro ta'sirlar nuqtai nazaridan tushunish kerak. Xulq-atvor namunalarini assimilyatsiya qilish jarayonini tushunish uchun B.Skinner "operant xatti-harakat" va "operant o'rganish" tushunchalaridan foydalanadi.

Operant o'rganish (Skinnerning fikriga ko'ra) o'zgaruvchan ijtimoiy muhitning har qanday ta'siri, keyin esa kuchaytirish yoki jazolash natijasida amalga oshiriladi. Kishi kuchaytirilgan amallarni bajarishga moyil bo'ladi va keyin jazodan qochadi. Operant konditsionerligi deb ataladigan o'rganish usulini amaliyotga tatbiq etish orqali Skinner o'z g'oyalari doirasini ancha kengaytirdi. Operant konditsionerligi – bu shartli bog'lanishlarni (reflekslarni) shakllantirish usuli bo'lib, unda xatti-harakatlar (o'rganish) jarayonining birligi sifatida eng oddiy operant reaksiyasi tegishli mustahkamlash bilan birga keladi Bunday holda, organizmning atrof-muhit bilan o'zaro ta'siri quyidagi uch komponentli sxema bo'yicha sodir bo'ladi: reaksiya sodir bo'lgan hodisa – reaksiyaning o'zi – kuchaytiruvchi oqibat.

Muayyan kuchaytirish va jazolash tizimi natijasida shaxs yangi ijtimoiy ko'nikmalarga va shunga mos ravishda shaxsiyat xususiyatlariga ega bo'ladi. Insonning xatti-harakati uni qo'zg'atadigan ijtimoiy stimullar va ushbu xatti-harakatlar uslubini saqlab turuvchi kuchaytiruvchi oqibatlar nuqtai nazaridan tushuntiriladi. Muayyan shaxsga xos bo'lgan ijtimoiy ko'nikmalar ro'yxati (ya'ni shaxsiy xususiyatlar) uning ijtimoiy tajribasi (o'rganish) bilan belgilanadi, deb taxmin qilinadi. Insonning ichki dunyosi obyektiv, undagi hamma narsa atrof-muhitdan bog'liq. Shaxs harakatga keltirilishi va

o'lchanishi mumkin bo'lgan xulq-atvor ko'rinishlarida to'liq obyektivlashtiriladi.

B. Skinnerning nazariy pozitsiyalari neoklassik iqtisodiy nazariyaning metodologiyasi bilan to'liq bog'liq bo'lishi mumkin, chunki tushuntirish modeli sifatida kutilayotgan foydalilik iqtisodiy subyektlarning operativ xatti-harakatlarini belgilaydigan mustahkamlash tizimining o'zi hisoblanadi.

Ammo, A. Banduraning fikriga ko'ra, subyektning xatti-harakatini shu tarzda tushuntirish "bolani suv bilan birga tashlash" degan ma'noni anglatadi. Bu "bola", uning ma'nosi ko'pincha hisobga olinmaydi, Bandura uchun mustaqil kognitiv faoliyat edi. Shaxs, A. Bandura nuqtai nazaridan, atrof-muhit ta'sirini jonlantiradigan avtonom tizim ham, oddiy mexanik uzatuvchi ham emas. U yuqori darajadagi kognitiv qobiliyatlarga ega, bu unga voqealar sodir bo'lishini oldindan aytib berishga va uning kundalik hayotiga ta'sir qiladigan narsalarni nazorat qilish vositalarini yaratishga imkon beradi.

Shunday qilib, Bandura nuqtai nazaridan, odamlarning xatti-harakati intrapsixik kuchlar tomonidan boshqarilmaydi va ayni paytda atrof-muhit ta'siriga oddiy reaksiya emas. Inson faoliyatining sabablarini xulq-atvor, bilish va atrof-muhitning uzluksiz o'zaro ta'siri nuqtai nazaridan tushunish kerak. A. Bandura xulq-atvorining sabablarini tahlil qilishga bunday yondashuvni o'zaro determinizm yoki ichki va tashqi omillarning o'zaro ta'sir qilish tizimi sifatida belgiladi. E'tiqod va kutish kabi xatti-harakatlarning ichki determinantlari va mukofot hamda jazo kabi tashqi belgilovchilar nafaqat xatti-harakatlarga, balki tizimning turli qismlariga ham ta'sir qiluvchi o'zaro ta'sirlar tizimining bir qismidir.

Ushbu yondashuv shaxsning ijtimoiy-kognitiv nazariyasining asosini tashkil etdi, uning markazida ijtimoiy muhitning kognitiv, effektiv va boshqa shaxsiy omillari hamda hodisalarining o'zaro sababiyligi modeli hisoblanadi.

A. Bandura tomonidan ishlab chiqilgan yana bir muhim postulatni ta'kidlash lozim. Tashqi mustahkamlashning muhimligini tan olgan holda, u buni bizning xatti-harakatlarimizni qo'lga kiritish, saqlash yoki o'zgartirishning yagona usuli sifatida ko'rmadi. Odamlar boshqa odamlarning ma'lum bir qadriyat, qiymat, oqibatlarga ega bo'lgan xatti-harakatlarini ko'rish yoki o'qish yoki eshitish orqali o'rganishi mumkin. Oldingi tajriba natijasida ular qimmatli, mazmunli yoki istalmagan yoki samarasiz bo'lishi mumkin bo'lgan ma'lum bir xatti-harakatlarning natijasini bashorat qilishlari mumkin. Ushbu prognozlash kuchaytiruvchi ta'sir doirasini kengaytiradi va

ularning kognitiv yo'nalishini belgilaydi. Banduraning so'zlariga ko'ra, bizning xatti-harakatlarimiz asosan oldindan ko'rilgan oqibatlarga bog'liq.

A. Bandura ijtimoiy o'zaro ta'sir tajribasini saqlash va ko'paytirishda, subyektning xatti-harakatlarini yuqori intellektual qobiliyatlarga shakllantirishda katta rol o'ynadi, masalan, ramzlar bilan ishlash qobiliyati, bu bizga tajribani saqlash va takrorlash imkonini beradi. istalgan kelajakdagi natijalarning tasvirlarini shakllantirish va haqiqiy xatti-harakatlarga murojaat qilmasdan, turli harakatlarning mumkin bo'lgan oqibatlarini taxmin qiling. Axborotning og'zaki uzatilishi va turli vaziyatlarda boshqalarning xatti-harakatlarining tegishli shakllarini kuzatish inson xatti-harakatlarining eng murakkab shakllarini egallash uchun asos bo'ladi.

A. Bandura nuqtai nazaridan, xulq-atvor modelini kuzatish orqali odam ma'lum bir xulq-atvor reaksiyasining kognitiv qiyofasini shakllantiradi, keyin bu kodlangan ma'lumot uzoq muddatli xotirada saqlanadi. Ushbu ma'lumotlar subyektning ijtimoiy o'zaro ta'siri sharoitida yangilanadi, murakkabligi bo'yicha farqlanadi va uning harakatlarida qo'llanma bo'lib xizmat qiladi.

Shunday qilib, ijtimoiy o'zaro ta'sirni kognitiv qo'llab-quvvatlash va o'z harakatlarining oqibatlarini anglash orqali inson o'z xatti-harakatlariga ta'sir ko'rsatishga qodir.

Oqibatlarni bilish, kelajakdagi harakatlarning ehtimoliy natijalarini oldindan bilish, ularning shaxsiy va ijtimoiy ahamiyati o'zini mustahkamlash uchun asos yaratadi. O'z-o'zini mustahkamlash har doim odamlar o'zlariga ishlash maqsadini qo'yganlarida va o'z-o'zini nazorat qilish, ya'ni o'z-o'zini mustahkamlash asosida erishganliklari, oshib ketishlari yoki muvaffaqiyatsizliklari uchun o'zlarini mukofotlashlari yoki jazolashlari sodir bo'ladi, o'z harakatlarini va o'zlarini baholaydilar va o'tmishdagi xatti-harakatlar ko'pincha qilingan harakatlarni baholash uchun standartga aylanadi. Odamlar muvaffaqiyatdan keyin xatti-harakatlar standartlarini ko'tarishga va takroriy muvaffaqiyatsizlikdan keyin ularni o'zgartirishga moyildirlar. Shunday qilib, o'z-o'zini hurmat qilish motivatsion funksiyani bajaradi.

A. Bandura o'z-o'zini hurmat qilishning mustahkamlovchi va kamaytiruvchi ta'sirini belgilash uchun "o'zini o'zi boshqarish" atamasidan foydalanadi. O'z-o'zini tartibga solish funksiyalari dastlab ijtimoiy muhitning ta'siri bilan belgilanadi va qo'llab-quvvatlanadi, ya'ni tashqi kelib chiqishi

bor. Biroq, A. Banduraning fikriga ko'ra, o'rnatilgandan so'ng, ichki tasvirlar va xulq-atvor namunalari inson qanday harakatlarni bajarishini tartibga sola boshlaydi, xotirada ramziy ravishda kodlangan ma'lumotlarni tegishli harakatlarga aylantiradi. Axborotni bunday uzatish mexanizmlari va o'z xatti-harakatlaridagi o'zgarishlar o'zini o'zi kuzatish, o'zini o'zi baholash, faoliyatni baholash va o'z-o'ziga javob berish jarayonlari hisoblanadi.

Shaxsiy faoliyat va o'z-o'zini o'zgartirishni tushuntirish uchun Bandura o'zining nazariy konstruktsiyalariga o'z-o'zini samaradorligining kognitiv mexanizmi postulatini kiritadi. O'z-o'zini samaradorlik – bu odamlarning muayyan vaziyatlarni yengish qobiliyatidan xabardor bo'lish qobiliyati, bu faoliyat turini tanlashning kengayishi yoki cheklanishini, to'siqlar va umidsizliklarni yengish uchun qilinishi kerak bo'lgan sa'y-harakatlarni, qat'iyatlilikni belgilaydi. O'z qobiliyatlari va imkoniyatlarini anglash "Men qila olaman – men qila olmayman" konstruktsiyasi sifatida ishlaydi. Bu kelajakdagi natijani (mustahkamlashni) olish (yoki olmaslik) uchun ma'lum bir tarzda harakat qilishga ishonch, ishonchning bir turi. Agar biror kishi "men qila olaman" qarorini qabul qilsa, uning barcha harakatlari va xatti-harakatlari maqsadga erishish uchun mo'ljallangan dasturni amalga oshirishga qaratilgan bo'ladi. Agar biror kishi o'z hukmini "men qila olmayman" deb aytsa, u tegishli harakatlarni bajarishdan bosh tortadi, hech narsa uni qaroriga zid harakat qilishga majburlamaydi.

O'zini muayyan vaziyatda muvaffaqiyatga erisha olmaydi deb hisoblaydigan o'z-o'zini samaradorligi past bo'lgan odamlar "muvaffaqiyatsiz senariyni aqlan tasavvur qilishga ko'proq moyil bo'ladilar... Muvaffaqiyatga erisha olmasligiga ishonish motivatsiyani zaiflashtiradi va xatti-harakatlarga aralashadi, ya'ni yuqori o'z-o'zini samaradorligini ongli bo'lganlar aqliy xatti-harakat qurish uchun ijobiy ko'rsatmalar beradi yaxshi senariy tasavvur va ongli ravishda potensial muammolarni muvaffaqiyatli hal qilish uchun mashqdir.

A. Banduraning fikricha, o'z-o'zini samaradorligini egallashning manbai bo'lgan to'rtta asosiy omil mavjud. Ulardan eng muhimi, o'tmishdagi muvaffaqiyat va muvaffaqiyatsizlik tajribasi bo'lib, u insonning tegishli umidlarini, shunga o'xshash vaziyatlarni yengib o'tishiga ishonchini keltirib chiqaradi. Bilvosita tajriba, ya'ni boshqalarning xulq-atvorni muvaffaqiyatli shakllantirishini kuzatish, shuningdek, insonda o'ziga ishonchni uyg'otishi mumkin, garchi bu o'z-o'zini samaradorligi manbai unchalik kuchli bo'lmasa

ham. Muayyan maqsadga erishishda o'z hayotiylikiga ishonch ham o'z-o'zini samaradorlikka erishish yoki o'zgartirishga yordam beradi. Nihoyat, his-tuyg'ularning modalligi, tajribalari, hissiy stress darajasi o'z-o'zini samaradorligini oshiradigan yoki kamaytiradigan omillardir.

Qaror qabul qilish holatlarida shaxsning iqtisodiy xatti-harakatini tushuntirish uchun A. Banduraning nazariy postulatlaridan foydalanib, biz qarorning modalligi natijaning kutilgan foydaliligiga emas, balki kognitiv munosabatlarning nisbatiga bog'liq bo'lishini ta'kidlashimiz mumkin, ya'ni tanlov holati va o'z-o'zini samaradorligini baholashning hissiy tarkibiy qismlaridir.

7.5. J. Rotterning shaxsiyat modeli.

Tanlangan vaziyatlarda shaxsning biroz boshqacha xulq-atvor modeli J. Rotter tomonidan taklif qilingan. Uning nuqtai nazari bo'yicha, shaxsiyat tarkibida uchta asosiy o'zgaruvchi mavjud bo'lib, ularning tahlili tanlangan vaziyatda shaxsning xatti-harakatlarini taxmin qilish imkonini beradi. Bunday o'zgaruvchilardan biri "mavjudlik" – o'tgan tajribaga asoslangan mustahkamlashni kutish (ehtimol) bilan bog'liq tuzilma. Kutish o'xshash vaziyatlarda o'tmishdagi xatti-harakatlarni takrorlashning subyektiv ehtimolini anglatadi. Biroq, umidlar har doim ham haqiqatga mos kelmaydi. Ba'zilar shu qadar ishonchsiz bo'lishi mumkinki, ular doimo muvaffaqiyatga erishish imkoniyatlarini kam baholaydilar.

Ikkinchi o'zgaruvchi – natijaning "subyektiv ahamiyati" – yaqinlashib kelayotgan mustahkamlash qiymatini baholovchi tuzilma. Shaxsning tarkibiy qismi sifatida mustahkamlash qiymati oldingi tajriba asosida shakllanadi va vaqt o'tishi bilan vaziyatdan vaziyatga o'zgarishi mumkin, bu kutishga bog'liq emas. Rotterning fikriga ko'ra, mustahkamlashning qiymati motivatsiya bilan, kutish esa kognitiv jarayonlar bilan bog'liq.

Psixologik vaziyat uchinchi o'zgaruvchi bo'lib, u ham subyektiv shakllanishi hisoblanadi, chunki uning parametrlari shaxsning o'zi tomonidan hal qilishda uning imkoniyatlarini idrok etish va baholashga bog'liq, ya'ni subyektiv vaziyatni idrok etish xususiyatlari, uni hal qilishda ularning imkoniyatlarini baholash va salbiy yoki ijobiy natijani kutish – qarorni tanlash holatining subyektiv (psixologik) parametrlari bo'lib, ular xatti-harakatlar usullarini bashorat qilish imkonini beradi, yani haqiqiy vaziyatni hal qilish uchun bu mavzu bo'lib hisoblanadi.

Shaxsning ushbu tarkibiy o'zgaruvchilari mustaqil ravishda ishlamaydi, balki xulq-atvor potentsiali deb ataladigan umumiy blokni yoki ma'lum bir vaziyatda odamning qanday xatti-harakatlarni amalga oshirishi ehtimolini belgilaydigan "kognitiv motivatsiya" blokini tashkil qiladi. Shunday qilib, xulq-atvorning potentsiali ma'lum bir xatti-harakatni kuchaytirishning subyektiv ahamiyatidan va uning muayyan vaziyatda mavjudligidan iborat. Xulq-atvor potentsiali shaxs xususiyatlarining yaxlitligini aks ettiradi, bu o'zini subyektiv ahamiyatga ega bo'lgan bloklar harakatining birligida namoyon qiladi. J. Rotter shaxsiy xususiyatlarning bu yaxlitligini "nazorat o'chog'i" tushunchasi yordamida tasvirlaydi. J. Rotterning fikricha, o'z xatti-harakati (harakati, harakatlari) va natijalari (mustahkamlash) o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rmaydigan (yoki zaif bog'liqlikni ko'rmaydigan) odamlar tashqi boshqaruv o'chog'iga ega. "Tashqi odamlar" ularning muvaffaqiyatlari va muvaffaqiyatsizliklari taqdir, omad, qudratli odamlar va boshqalar kabi tashqi omillar tomonidan boshqariladi deb hisoblashadi. Xulq-atvori (ularning harakatlari) va xatti-harakatlari natijalari o'rtasidagi aniq bog'liqlikni ko'rgan odamlar ichki nazorat o'chog'iga ega. "Ichkilar" – muvaffaqiyat va muvaffaqiyatsizlik ularning qobiliyatlari va harakatlari bilan belgilanadi deb hisoblaydigan odamlardir. Ular vaziyatni boshqarish, uni nazorat qilish qobiliyatiga ega.

Umumlashtirilgan ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida nazorat o'chog'i J. Rotter tomonidan ijtimoiy ta'lim nazariyasining asosiy konstruksiyasi bo'lib, "o'z harakatlarining instrumentalligi bilan bog'liq bo'lgan kutish" degan ma'noni anglatadi. Bu individual farqlar ma'nosida shaxsiy xususiyat sifatida qaralishi mumkin. Biroq, J. Rotter ichki va tashqi narsalar psixotip emasligini aniq ko'rsatib beradi, chunki har bir inson ikkala xususiyatga ega. Konstruksiyani ikkita qutb nuqtasi bo'lgan kontinum sifatida ko'rib chiqish kerak: bir qutbda aniq ichkilik, ikkinchisida tashqilik. Odamlarning o'z sa'y-harakatlari va natijalari o'rtasidagi munosabatni tushunishdagi individual farqlar kontinumning barcha nuqtalarida, ko'pincha – o'rtaga yaqinroq joylashgan.

J. Rotterning ijtimoiy ta'lim nazariyasi ijtimoiy vaziyatlar kontekstida inson xatti-harakatlarini tushuntirish uchun motivatsion va kognitiv omillarning muhimligini ta'kidlaydi. Har bir qaror qabul qilish holati o'ziga xos omillar majmuasiga, inson xatti-harakatlarining salohiyatiga ega bo'lib, u o'z harakatlari va natijaga erishish imkoniyati o'rtasidagi munosabatni

belgilaydi. U tomonidan aniqlangan shaxsiy va ijtimoiy omillar: xulq-atvor salohiyati, kutish, mustahkamlash qiymati, psixologik vaziyat, ehtiyojning potentsiali va ehtiyojning qiymati – A. Bandura nazariyasini sezilarli darajada to'ldiradi va nafaqat insonni bashorat qilishga imkon beradi, u nafaqat muayyan vaziyatdagi xatti-harakatlar, balki shaxsning ijtimoiy rivojlanish mexanizmlarini ham tushunadi. Rotterning shaxsni o'z-o'zini idrok etish nazariyasi, X.Gekxauzenning fikriga ko'ra, atributning psixologik nazariyalarini shakllantirishga ham, erishishga qaratilgan harakatlarni tartibga solishning kognitiv va motivatsion omillarini empirik tadqiqotlarda batafsil yoritishga turtki bo'ldi.

Xulq-atvor iqtisodiy nazariyasining uslubiy asoslarini tahlil qilganda shuni ta'kidlash kerakki, ijtimoiy ta'lim nazariyasi qaror qabul qilish holatlarida inson xatti-harakatlarini tushuntirish uchun yetarli emas, chunki ijtimoiy o'rganish nazariyasi (shaxsning xulq-atvor nazariyasi) ijtimoiy vaziyatni, uning xatti-harakatlarini ta'kidlaydi. Parametrlari va bu parametrlarni korrelyatsiya qiladi, ya'ni subyektning o'z shaxsiy xususiyatlarini (masalan, o'z-o'zini samaradorligi, xulq-atvor salohiyati, nazorat o'chog'i) baholash bilan muayyan muammo, subyektning o'z faoliyati, uning haqiqiy intilishlari, munosabatlari, maqsadlari amalda hisobga olinmaydi.

7.6. Maishiy psixologiyada shaxs xulq-atvori nazariyasi.

Shubhasiz, xo'jalik yurituvchi subyektlarning xatti-harakatlari hodisalarini tushuntirish va iqtisodiy voqelikni modellashtirish uchun boshqa nazariy tushunchalarni jalb qilish zarurati tug'iladi. Ulardan biri rus psixologiyasida eng ko'p qo'llaniladigan shaxsning faoliyat nazariyasidir. Uning rivojlanishiga eng katta hissa qo'shgan tadqiqotchilar orasida birinchi navbatda K.A. Abulxanov-Slavskaya, B.G. Ananeva, A.V. Brushlinskiy, A.N. Leontiev, K.K. Platonova, S.L. Rubinshteyn va B.M. Teplov. Bu nazariya shaxsning xulq-atvor nazariyasi, ayniqsa, uning ijtimoiy-kognitiv yo'nalishi bilan bir qator umumiy xususiyatlarga ega. Ijtimoiy ta'lim nazariyasida bo'lgani kabi, faoliyat nazariyasi ham shaxsiy xususiyatlarning biologik va undan ham ko'proq psixologik merosini inkor etadi. Shaxsni rivojlantirishning asosiy manbai (ushbu nazariyaga ko'ra) faoliyatdir, ya'ni subyektning (faol shaxsning) dunyo (jamiyat) bilan o'zaro munosabatlarining murakkab dinamik tizimi, bu jarayonda shaxs xususiyatlari shakllanadi (A.N.

Leontiev, 1975). Shaxsning shakllangan xususiyatlari (ichki) kelajakda vositachi bo'g'inga aylanadi, bu orqali tashqi shaxsning o'zini o'zi rivojlantirish jarayoniga va uning xatti-harakatlariga ta'sir qiladi (S.L.Rubinshteyn, 1997).

Faoliyat nazariyasi va xulq-atvor nazariyasi o'rtasidagi tub farq shundaki, bu yerda o'rganish vositalari xulq-atvorning modalligini belgilaydigan, xulq-atvor namunalari shaklida refleksli tarzda o'rnatiladigan ijtimoiy stimullar va hatto shaxsga ta'sir qiluvchi ahamiyatsiz va tajribali ekologik omillar emas, balki shaxs tomonidan ijtimoiy-tarixiy tajribani faol o'zlashtirishning alohida mexanizmi ichkilashtirish bo'lib, buning natijasida o'z-o'zini o'zgartirish, psixik shakllanishlarning murakkablashuvi, o'z-o'zini rivojlantirish jarayonlari sodir bo'ladi.

Faoliyat yondashuvi doirasida shaxs ma'lum xususiyatlarga ega bo'lgan faol subyektt sifatida qaraladi, uning shakllanishi turli xil faoliyat turlarida sodir bo'ladi. Faoliyatning asosiy xususiyatlari obyektivlik va subyektivlikdir. Obyektivlikning o'ziga xosligi shundaki, tashqi dunyo obyektlari subyekttga bevosita ta'sir qilmaydi, faqat ular faoliyat jarayonida o'zgarganda ta'sir qilishi mumkin. Obyektivlik faqat inson faoliyatiga xos bo'lgan xususiyat bo'lib, u birinchi navbatda til, ijtimoiy rollar va qadriyatlar tushunchalarida namoyon bo'ladi. A.N. Leontievdan farqli o'laroq S.L. Rubinshteyn va uning izdoshlari ta'kidlashicha, inson faoliyati (va shaxsning o'zi) aqliy faoliyatning alohida turi sifatida emas, balki ma'lum bir shaxsning haqiqiy, obyektiv ravishda kuzatilgan amaliy, ijodiy, mustaqil faoliyati sifatida tushuniladi. (K.A. Abulxanova-Slavskaya, 1980; A.V. Brushlinskiy, 1994). Subyektivlik deganda shaxsning o'zi o'z faoliyatining tashuvchisi, tashqi olamni, voqelikni o'zgartirishning o'ziga xos manbai ekanligini bildiradi. Subyektivlik niyatlar, ehtiyojlar, motivlar, munosabatlar, faoliyatning yo'nalishi va tanlanganligini belgilovchi maqsadlarda, shaxsiy ma'noda, ya'ni shaxsning o'zi uchun faoliyatning ma'nosidir.

Faoliyat har doim muayyan ijtimoiy-tarixiy kontekstda amalga oshirilganligi sababli, shaxsning xususiyatlari odatda ijtimoiy jihatdan aniqlangan deb hisoblanadi (A.N. Leontiev, 1975). Shaxsning xususiyatlari shaxs subyektt sifatida kiritilgan faoliyatning xilma-xilligi bilan belgilanadi (K.A. Abulxanova-Slavskaya, 1980).

Shaxsning tuzilishi, uning mazmunli xususiyatlari sezilarli darajada mualliflarning nazariy qarashlariga bog'liq. L.I. Bojovich (1997) shaxsning

faqat bitta markaziy blokini – shaxsning motivatsion sohasini ajratib turadi. K.K. Platonov (1986) shaxsiyat tarkibiga o'qitish orqali tajribada olingan bilimlar, ko'nikmalar (bu quyi tuzilma xulq-atvor yondashuvi uchun xosdir), shuningdek, eng muhim shaxsiyatlardan biri hisoblangan "temperament" bloklari kabi bloklarni o'z ichiga oladi, ya'ni dispozitsion yondashuv doirasidagi bloklardir.

Asosiy tarkibiy bloklar sifatida orientatsiya, qobiliyat, xarakter va o'zini o'zi boshqarishni o'z ichiga olgan shaxsning to'rt komponentli modeli eng mashhurdir.

Orientatsiya – bu shaxsning xulq-atvoridagi asosiy tendensiyalarni belgilovchi barqaror imtiyozlar va motivlar (manfaatlar, ideallar, munosabatlar) tizimi. Aniq yo'naltirilgan odamda mehnatsevarlik, maqsadga muvofiqlik mavjud.

Qobiliyatlar – bu faoliyatning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan individual psixologik xususiyatlardir. Umumiy va maxsus (musiqiy, matematik va boshqalar) qobiliyatlar o'zaro farqlanadi. Qobiliyatlar o'zaro bog'liqdir. Qobiliyatlardan biri yetakchi, boshqalari esa yordamchi rol o'ynaydi. Kishilar nafaqat umumiy qobiliyatlar darajasida, balki maxsus qobiliyatlarning uyg'unlashuvida ham farqlanadi. Masalan, yaxshi musiqachi yomon matematik bo'lishi mumkin va aksincha.

Xarakter – bu shaxsning axloqiy va irodaviy xususiyatlarining yig'indisidir. Axloqiy fazilatlarga odamlarga nisbatan xushmuomalalik yoki qo'pollik, jamoat burchiga nisbatan mas'uliyat, kamtarlik kiradi. Axloqiy xususiyatlar odatlar, urf-odatlar va an'analarda mustahkamlangan shaxsning asosiy me'yoriy harakatlari haqidagi shaxsning g'oyalarini aks ettiradi. Irodaviy fazilatlarga qat'iyatlilik, jasorat va o'zini tuta bilish kiradi, ular muayyan xatti-harakatlar uslubini va amaliy muammolarni hal qilish usulini ta'minlaydi. Shaxsning axloqiy va irodaviy xususiyatlarining jiddiyligiga qarab, xarakterning quyidagi turlari ajratiladi: axloqiy-irodaviy, axloqsiz-irodaviy, axloqiy-abullik (abuliya – iroda yetishmasligi), axloqsiz-abullik.

Axloqiy-irodaviy xususiyatga ega bo'lgan shaxs ijtimoiy faol bo'lib, doimiy ravishda ijtimoiy me'yorlarga rioya qiladi va ularga rioya qilish uchun kuchli irodali harakat qiladi. Bunday odam haqida ular qat'iyatli, jasur, halol, deyishadi. Axloqsiz-irodaviy xarakterga ega bo'lgan shaxs ijtimoiy me'yorlarni tan olmaydi va barcha irodaviy harakatlarini o'z maqsadlarini qondirishga yo'naltiradi. Axloqiy abullik xarakteriga ega bo'lgan odamlar

ijtimoiy me'yorlarning foydaliligi va ahamiyatini tan oladilar, ammo irodalari zaif bo'lib, ko'pincha, noxush holatlar tufayli, jamiyatga zid harakatlar qiladilar. Axloqsiz-abullik xarakterga ega bo'lgan odamlar ijtimoiy me'yorlarga befarq bo'lib, ularga rioya qilish uchun hech qanday harakat qilmaydi.

O'z-o'zini nazorat qilish – bu shaxsning o'zini anglashi bilan bog'liq bo'lgan o'zini o'zi boshqarish xususiyatlari. Ushbu blok boshqa barcha bloklar ustiga qurilgan va ular ustidan nazoratni amalga oshiradi: faoliyatni kuchaytirish yoki zaiflashtirish, harakatlar va ishlarni tuzatish, faoliyatni kutish va rejalashtirish va boshqalar. (A.G. Kovalyov, 1965). V.V. Rotter tomonidan shaxsiy xususiyat sifatida taklif qilingan "nazorat markazi" konsepsiyasidan farqli o'laroq, uning tomonidan faoliyat yondashuvi nuqtai nazaridan ishlab chiqilgan konsepsiyada namoyon bo'ladi. Stolinning so'zlariga ko'ra, shaxsiyat sifati, nazorat o'chog'i sifatida o'lchanadi, bu shaxsning o'z-o'zini ongida aks ettirilishining funktsional ko'rsatkichi sifatida uning faoliyatida ishtirok etishi, " o'z hayotidagi voqealar, uning subyekti bilan bog'liqligi yoki aloqasi yo'qligi" ning tajribalaridir. Xuddi shunday, G. Krampen konsepsiyasida shaxsiy o'zgaruvchining o'zi "nazorat o'chog'i" emas, balki barcha qo'llaniladigan kontseptual munosabatlarning umumiy tuzilishi muallifning harakatlarni shaxsiy tartibga solishning eng yuqori darajalari haqidagi g'oyalarini ochib beradi.

Barcha shaxsiyat bloklari o'zaro bog'liq holda harakat qiladi va tizimli, yaxlit xususiyatlarni shakllantiradi. Ular orasida asosiy o'rinni shaxsning ekzistensial-ekzistensial xususiyatlari egallaydi. Ular insonning o'zi (o'ziga munosabati), o'zini o'zi, mavjudlik ma'nosi, mas'uliyat, bu dunyodagi taqdir haqida yaxlit nuqtai nazar bilan bog'liq. Yaxlit xususiyatlar insonni oqilona, maqsadli qiladi. Ekzistensial xususiyatlarga ega bo'lgan odam ma'naviy jihatdan boy, butun va donodir.

Shunday qilib, faoliyat yondashuvi doirasida shaxs jamiyatda ma'lum bir pozitsiyani egallagan va ijtimoiy foydali jamoat rolini bajaradigan ongli subyekttir. Shaxsning tuzilishi – bu shaxsning individual xususiyatlari, bloklari (yo'nalishi, qobiliyatlari, xarakteri, o'zini o'zi boshqarish) va tizimli ekzistensial integral xususiyatlarining murakkab tashkil etilgan ierarxiyasi.

Faollik yondashuvi vakillarining fikricha, inson butun umr davomida shunday shakllanadi va rivojlanadiki, inson ijtimoiy faoliyatga qo'shilib,

ijtimoiy rol o'ynashda davom etadi. Inson passiv kuzatuvchi emas, u ijtimoiy o'zgarishlarning faol ishtirokchisi, ta'lim va tarbiyaning faol subyekttidir.

Bu yondashuv vakillarining fikricha, shaxsda ong asosiy o'rinni egallaydi va ong tuzilmalari dastlab insonga berilmaydi, balki erda bolalik davrida muloqot va faoliyat jarayonida shakllanadi. Behushlik faqat avtomatlashtirilgan operatsiyalarda sodir bo'ladi. Shaxsning ongi butunlay ijtimoiy borliq, uning faoliyati, ijtimoiy munosabatlar va u o'z ichiga olgan o'ziga xos sharoitlarga bog'liqdir. Inson ongning ijtimoiy assimilyatsiya qilingan xususiyatlari imkon beradigan darajada iroda erkinligiga ega, masalan, aks ettirish, ichki dialogizm. Erkinlik tan olingan zaruratdir. Insonning ichki dunyosi bir vaqtning o'zida ham subyektiv, ham obyektivdir. Bularning barchasi subyektivning muayyan faoliyatga qo'shilish darajasiga bog'liq. Alohida jihatlar va shaxsiy xususiyatlar xulq-atvor namoyon bo'lishida obyektivlashtirilishi va operativ hamda obyektiv o'lchanishi mumkin.

Shaxsning faoliyat nazariyasi bizga insonning iqtisodiy xatti-harakatlarini tahlil qilish, iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq turli xil murakkablikdagi vaziyatlarda qaror qabul qilish uchun boshqa dalillarni taqdim etadi. Ammo faoliyat yondashuvi har qanday faoliyat subyekti, shu jumladan iqtisodiy qarorlarni qabul qilish sharoitida ichki va tashqi muhit omillarining (intra-ruhiy darajalar) o'zaro ta'siriga oid savollarga to'liq javob bermaydi. Bu zamonaviy jamiyat rivojlanishining favqulodda sharoitida insonning iqtisodiy xulq-atvori muammosini o'rganishda yangi integrativ yondashuvlarni izlash zarurligini taqozo etadi.

Iqtisodiy xulq-atvorni har tomonlama o'rganish uchun eng adekvat uslubiy asos, bizningcha, tizimli yondashuv bo'lib, u P.K. Anoxin ning funktsional tizimlar nazariyasiga asoslanadi. B.G. Ananiev asarlarida keyingi rivojlanishga erishgan. Tizim metodologiyasi inson to'g'risidagi qoidalarga asoslanadi, u turli tizimlarning (jismoniy, biologik va ijtimoiy) "elementi" bo'lib hisoblanadi, unda inson ushbu tizimlarga xos bo'lgan quyidagi fazilatlarni namoyon qiladi: odam yaratuvchi tizimlar evolyutsiyasi va tarixini o'rganish bo'yicha; maqbul tizimlarning maqsadli belgilanishini tahlil qilish; shaxs fenomenining paydo bo'lishi zarurati va uning turli tizimlar rivojlanishidagi roli haqida; insonning tabiat va madaniyat olami bilan tanishishini, uning o'z-o'zini rivojlantirishini ta'minlaydigan shunday tizimli asoslarni ajratib ko'rsatish mumkin. Shu nuqtai nazardan, psixologiyada

shaxsni organizm sifatida yoki individual (biologik yoki ijtimoiy), yoki u tegishli tizimni ko'rsatmasdan shaxs sifatida tavsiflashga urinishlar ma'nosizdir. Inson "element" sifatida bir vaqtning o'zida turli xil tizimlarga tegishli bo'lib, ular bilan o'zaro aloqada bo'lib, u turli fazilatlarni namoyon qiladi yoki egallaydi.

Mahalliy psixologiya fanida L.I. Ansyferova, A.G. Asmolova, A.N. Leontiev va boshqalar tabiat va jamiyatda inson rivojlanishining tizimli tomonlarini tavsiflovchi tamoyillarni ishlab chiqdilar. Ulardan birinchisiga ko'ra, har qanday rivojlanayotgan tizimlar evolyutsiyasi ikkita qarama-qarshi tendentsiyaning o'zaro ta'sirini o'z ichiga oladi: ularni saqlab qolish yoki o'zgartirish.

Evolyutsiya jarayonida tizimlarning rivojlanish mexanizmlarining umumlashtirilgan tavsifi N.N. Moiseev tomonidan keltirilgan. Muayyan ekologik sharoitlarda rivojlanayotgan tizimning barqarorligini ta'minlaydigan moslashish mexanizmlari bilan bir qatorda, u maxsus bifurkatsiya (lot. bifurcus ikkiga bo'linish) mexanizmlarini ajratib turadi. Rivojlanayotgan tizimdagi o'zgarishlar tendensiyasini ta'minlovchi bifurkatsiya mexanizmlari atrof-muhitning keskin o'zgarishi, tizim hayotida inqirozlar sodir bo'lganda harakatga keladi.

Ijtimoiy tizimlarda faoliyat ko'rsatuvchi moslashuv mexanizmlari shaxsning barqarorligini ta'minlash bilan bog'liq bo'lib, ijtimoiy tizimda shaxsning sotsiotip, adaptiv ko'rinishlari sifatida tavsiflanadi. Bifurkatsiya mexanizmlari har xil muammoli-nizoli vaziyatlarda insonning individual xulq-atvoriga xosdir. Jamiyatda inson hayotining ijtimoiy parametrlarining keskin o'zgarishi bilan bog'liq buriq nuqtasi sodir bo'lgan hollarda, keyingi individual o'zgaruvchanlikni belgilaydigan o'zaro ta'sirning, o'zini namoyon qilishning moslashtirilmagan strategiyalarini namoyon qilish zarurati tug'iladi. Oddiy sharoitlarda individuallikning ahamiyatsiz namoyon bo'lishi jamiyatning o'zgarishiga olib kelishi, boshqa madaniyatning paydo bo'lishi uchun turtki bo'lishi mumkin.

Ikkinchi tamoyilga ko'ra, har qanday rivojlanayotgan tizimda boshqaruvning turli shakllarining tartibga soluvchi ta'siridan nisbatan mustaqil bo'lgan ortiqcha moslashtirilmaydigan elementlar mavjud. Aynan shunday elementlar tufayli tizim o'z-o'zini o'zgartirishga, uning mavjudligi sharoitida kutilmagan o'zgarishlar yuz berganda o'zini o'zi rivojlantirishga qodir.

Shunday qilib, inson faoliyatining turli darajalarida rivojlanayotgan tizimlarning "elementi" sifatida – biologik populyatsiyadagi shaxs darajasida, ijtimoiy jamiyatdagi shaxs sifatida – moslashtirilmagan, haddan tashqari faoliyat shakllari paydo bo'lib, ular ushbu tizimlarni o'zgartirish tendentsiyasini ifodalaydi va shuning uchun ular evolyutsiya jarayonining zaruriy momenti sifatida ishlaydi. Rivojlanayotgan tizimlar hayotining muhim davrlarida (biologik kataklizmlar, ijtimoiy inqirozlar kabi) ushbu tizimlarga kiruvchi elementlarning moslashmagan faolligining ahamiyati oshadi va uning evolyutsion ma'nosini ochib beradi. Shu munosabat bilan, turli tizimlarning rivojlanish jarayonida adaptiv bo'lmagan aktlarning taqdiri va ularning natijalari to'g'risida savol tug'iladi: tizimni o'zgartirish tendentsiyasini tashuvchi harakatlar adaptiv bo'lmagandan qayta tug'ilishga moyil bo'lishi mumkin; evolyutsiya jarayonida tizimning rivojlanishidagi aktning funksional ahamiyatidagi bunday o'zgarishlar qanday sharoitlarda sodir bo'ladi?

Uchinchi tamoyilning mohiyati shundaki, har xil turdagi tizimlarni rivojlantirishning zaruriy sharti umumiy dasturni amalga oshirishga qaratilgan faoliyatning moslashuvchan shakllari va moslashtirilmagan ko'rinishlar o'rtasida qarama-qarshilik (nizo yoki garmonik o'zaro ta'sir) mavjudligidir, uning o'zgaruvchanligini belgilovchi tizim elementlarining faolligidir. Bunday qarama-qarshiliklarni ijtimoiy hamjamiyatning umumiy dasturini o'zgartiradigan shaxsning harakatlari yoki ijtimoiy hamjamiyat bilan o'zaro ta'sir jarayonida individuallik motivlarini turli xil qayta tashkil etish orqali hal qilish mumkin.

Ularning motivlari va qadriyatlarini individuallik bilan qo'llab-quvvatlash faoliyat jarayonida yuzaga keladigan o'zini o'zi anglash sifatida amalga oshiriladi, bu haqiqatning o'zgarishi haqida ma'lum bir madaniyatning yanada rivojlanishiga yoki kursda yangi madaniyat shakllari va mahsulotlarining paydo bo'lishiga olib keladi.

Shaxsning adaptiv bo'lmagan faoliyati, o'z-o'zini anglash jarayonida ushbu faoliyat tomonidan yaratilgan me'yorlar va qadriyatlar tegishli madaniyatning me'yorlari va qadriyatlariga aylanganda, ma'lum bir jamiyatga nisbatan adaptiv faoliyatda qayta tug'iladi. Shu bilan birga, individuallik faoliyati ushbu tizimni o'zgartirish funksiyasini bajarishni to'xtatadi va uni saqlash, barqarorlashtirish funksiyasini bajara boshlaydi.

Qarama-qarshiliklarning uyg'unligi g'oyasini shaxs rivojlanishining harakatlantiruvchi kuchi sifatida L.I. Ansyferova mustaqil tizim sifatida shaxsning psixologik tashkilotining turli tarkibiy qismlari o'rtasidagi o'zaro ta'sirning (yoki yordamning) ayrim shakllarini tushuntirish.

Tizimli yondashuv V.D. Shadrikovning asarlarida yanada rivojlangan. Faoliyat tahlilining yangi psixologik jihatini – faoliyatning psixologik tizimi tushunchasini kirituvchi uning tizimli genetik tahlilining tarkibiy qismlari va darajalarini aniqlaydi. V.D. Shadrikov shuni ko'rsatadiki, insonning hayot sharoitlari va shaxsiyat rivojlanishi bilan o'zaro ta'siri aniq psixologik funksional faoliyat tizimi tomonidan amalga oshiriladi.

V.D. Shadrikov faoliyatining sistemogenetik nazariyasi inson xulq-atvori genezisini, shu jumladan iqtisodiy, ontogenezda shakllangan shaxsning "ichki o'tishlari va o'zgarishlari, rivojlanishi" bo'lgan psixologik tizimlarining funksional faoliyati kontekstida amalga oshirilishi kerak bo'lgan o'rganish uchun muayyan ijtimoiy vaziyat va individual shaxsiy xususiyatlar tufayli uslubiy vositadir. Aynan funksional tizimda meros bo'lib qolgan, rivojlangan va tarbiyalangan, o'zlashtirilgan fazilatlar shaxsning faoliyati va xulq-atvorini belgilovchi ichki individual xususiyatlar sifatida birgalikda harakat qiladi. Shaxsning ichki xususiyatlari va ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatning subyektiv omillarining o'zaro ta'siri inson xatti-harakatlarining adaptiv yoki mos kelmaydigan modalligini ta'minlaydi, bu vaziyatning parametrlarini o'zgartiradi va saqlaydi.

Shunday qilib, ijtimoiy subyektning iqtisodiy xulq-atvori uning shaxsiyatining ko'p bosqichli tizimli shakllanishining funksional faoliyati kontekstida ko'rib chiqilishi, shaxsiyatning muhim fazilatlarining o'ziga xosligi va cheklovlari bilan shartlar va shakllarning xilma-xilligi o'rtasidagi ziddiyatlarni hal qilish kerak. Ushbu qarama-qarshiliklarni hal qilish kontekstida qaror qabul qilishning stilistik xususiyatlari va subyektning iqtisodiy faoliyati va xulq-atvorini o'zgartiruvchi yoki saqlaydigan modallik (lot. modalis — o'lchov, usul) shakllanadi.

Bizning fikrimizcha, ijtimoiy subyektlarning iqtisodiy xulq-atvorini o'rganishda tizimli genetik paradigma turli xil nazariy yondashuvlarni (xulq-atvor, kognitiv, faollik, dispozitsiya) birlashtirgan universal nazariy konstruktsiya bo'lib, uning individual xususiyatlari qanday ekanligini tushunishga yondashishga imkon beradi, ya'ni iqtisodiy faoliyat subyektti uni belgilaydi. Ijtimoiy xulq-atvor, ijtimoiy o'zaro ta'sirning subyektlararo

parametrlari va iqtisodiy subyektt shaxsining tuzilishini belgilovchi ichki individual psixologik xatti-harakatlar tizimlari o'rtasidagi bog'liqlik tabiati haqida savol berishdir.

Tayanch so'z va iboralar

Inson, shaxsiyat, ehtiyoj, iqtisodiyot, nazariya, iqtisodiy odam, matematik apparat, subyektt, obyekt, inson modeli, kognitiv (bilish) imkoniyatlar, iqtisodiy model, iqtisodiy hayot, dovdirab yashash, insonning iqtisodiy irodasi, samaradorlik, jamiyat manfaatlari, ko'rinmas qo'l, mehnat motivatsiyasi, rag'batlantiruvchi omillar, tsivilatsiya, iqtisodiy mehnat, iqtisodiy bo'lmagan mehnat, iqtisodiy erkinlik, huquqiy erkinlik, farovonlik intilishlari, inson tabiati konsepsiyasi, hedonizm, ratsionalizm, ekzistensial, xarakter, qobiliyatlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Inson bilan odamning nima farqi bor?
2. Ehtiyoj bilan talabning nima farqi bor?
3. Iqtisodiy odam deganda nimani tushunasiz?
4. Matematik apparat deganda nimani tushunasiz?
5. Kognitiv (bilish) imkoniyatlar ijobiy tomonlari nimada?
6. Iqtisodiy modelning mohiyati nimada?
7. Iqtisodiy hayot deganda nimani tushunasiz?
8. Insonning iqtisodiy irodasining oddiy irodadan nima farqi bor?
9. Ko'rinmas qo'lning vazifasi nimadan iborat?
10. Rag'batlantiruvchi omillarga qaysi omillar kiradi?
11. Iqtisodiy bo'lmagan mehnat deganda qanaqa mehnatni tushunasiz?
12. Iqtisodiy erkinlik deganda nimani tushunasiz?
13. Huquqiy erkinlikning ijobiy tomonlari nimada?
14. Inson tabiati konsepsiyasining mohiyatini tushuntirib bering?

Testlar

1. Daniel Kahneman nechinchi yilda "iqtisodiy fanga psixologik tadqiqotlar natijalarini, birinchi navbatda, noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish sohasiga qo'shgani uchun" Nobel mukofotini oldi?

A. 2002 yilda

- B. 2004 yilda
- C. 2012 yilda
- D. 2006 yilda

2. Odamlar kutilgan foyda yoki yo'qotishlarning kattaligini yoki ularning ehtimolligini oqilona baholay oladilarmi?

A. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar kutilgan foyda yoki yo'qotishlarning kattaligini yoki ularning ehtimolligini oqilona baholay olmaydilar.

B. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar kutilgan foyda yoki yo'qotishlarning kattaligini yoki ularning ehtimolligini oqilona baholay oladilar.

C. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar kutilgan foyda yoki yo'qotishlarning kattaligini yoki ularning ehtimolligini oqilona baholay olishlari ham mumkin olmasliklari ham mumkin

D. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar kutilgan zarar yoki yo'qotishlarning kattaligini yoki ularning ehtimolligini oqilona baholay olmaydilar.

3. Ehtimollar nazariyasiga asoslangan qarorlarni qabul qilish nazariyasi o'rniga istiqbol nazariyasini taklif qilgan olimni aniqlang?

- A. D.Kaneman va A.Tverskiy
- B. A.Smit
- C. D.Rikardo
- D. R.Lyuis

4. Perspektiv nazariyasi yordamida odamlarning "iqtisodiy odam" nuqtai nazaridan qanaqa harakatlarini tushuntirish mumkin?

- A. tushunarsiz bo'lgan ko'plab mantiqsiz harakatlarini
- B. tushunarli bo'lgan ko'plab mantiqsiz harakatlarini
- C. tushunarsiz bo'lgan ko'plab ma'noli harakatlarini
- D. tushunarli bo'lgan ko'plab ma'noli harakatlarini

5. Muvaffaqiyatli biznesmenni aniqlaydigan D.Kanemanning mashhur formulasi aniqlang?

- A. Iqtisodiyotda muvaffaqiyat = (Bilim + Sezgi – Tuyg'ular)
- B. Iqtisodiyotda muvaffaqiyat = (Bilim + Sezgi + Tuyg'ular)
- C. Iqtisodiyotda muvaffaqiyat = (Bilim + Sezgi + Tadbirkorlik)
- D. Iqtisodiyotda muvaffaqiyat = (Bilim + Tadbirkorlik – Tuyg'ular)

6. 1979 yilda ekonometrika jurnalida navbatdagi mashhur maqola "Istiqbol nazariyasi xatarlarni qabul qilish bo'yicha tergov" qaysi muallif tomonidan chop etilgan?

- A. D.Kaneman va A.Tverskiy
- B. A.Smit
- C. D.Rikardo
- D. R.Lyuis

7. Investorlar o'sib borayotgan bozorda xavfdan qochishadimi?

- A. Ha
- B. Yo'q
- C. Gohida ha gohida yo'q
- D. To'g'ri javob yo'q

8. Investorlar kamayib borayotgan bozorda xavfdan qochishadimi?

- A. Yo'q
- B. Ha
- C. Gohida ha gohida yo'q
- D. To'g'ri javob yo'q

9. Investorlar uchun ko'proq xavf sharoitida qo'shimcha mukofot olish ko'proq xavf tug'diradimi yoki ko'proq yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik ko'proq xavf tug'diradimi?

- A. Ko'proq yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik
- B. Qo'shimcha mukofot olish
- C. Ko'proq yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik va qo'shimcha mukofot olish
- D. Barcha javoblar to'g'ri

10. Istiqbol nazariyasi tomonidan aniqlangan noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishning o'ziga xos xususiyati nimada?

- A. investorlar ehtimollik parametrlarini yetarli darajada sezmaydilar.
- B. investorlar ehtimollik parametrlarini yetarli darajada sezadilar.
- C. investorlar ehtimollik parametrlarini yetarli bo'lmagan darajada sezmaydilar.
- D. investorlar aniqlik parametrlarini yetarli bo'lmagan darajada sezadilar.

VIII BOB. ISTE'MOLCHI IQTISODIYOTI VA XULQ-ATVORI NAZARIYASI.

8.1. Iste'molchi iqtisodiyoti va xulq-atvori nazariyasi.

Bugungi kunga kelib, bu masala bo'yicha faqat bitta diqqatga sazovor ish mavjud. Bu Chandran Nairning "Iste'mol iqtisodiyoti" kitobi. Kapitalizmni tiklash va sayyorani qutqarishda Osiyoning roli kattadir. Bu hindistonlik yozuvchining birinchi asari bo'lib, u hozirda Gonkongda joylashgan Markaziy Osiyo xalqaro instituti (GIFT) rahbari hisoblanadi.

Biroq, uning mazmuni maqola mualliflarining niyati bilan hamohang emas va ma'lum darajada kosmopolit (dunyo odami)ko'rinadi, chunki asarning nafaqat sarlavhasi, balki uning mazmuni ham u bilan to'liq aniqlanmagan. Taqdim etilgan olim butun sayyoramiz va xususan, Osiyo davlatlarining ekologik xavfsizligi muammolarini o'rganadi, aholining iste'molchi faolligining o'sishini kamaytirish orqali atrof-muhit va tabiiy resurslarni saqlash yo'llarini taklif qiladi. Yo'l oddiy va tushunarli, lekin ayni paytda shubhali, chunki mamlakat taraqqiyoti, uning iqtisodiy o'sishi va aholi farovonligi bevosita iste'molga, iste'mol talabi dinamikasiga bog'liq.

Chandran Nair Osiyo davlatlarining iste'molchilik tomonidan boshqariladigan kapitalistik tuzumga munosabatini qayta ko'rib chiqishni taklif qiladi va ushbu mamlakatlarning keyingi iqtisodiy va siyosiy rivojlanishi uchun o'zining original konsepsiyasini taklif qiladi. Ekologik muammolarni hal qilishning asosiy yo'li sifatida iste'molchilar faolligini keskin pasaytirish va tabiiy resurslarni boshqarishni to'liq davlat nazoratiga o'tkazish taklif etiladi.

Qizig'i shundaki, 2013 yil 31 mart kuni Moskvada mavjud Moskva savdogarlar jamiyati binosida professor, iqtisod fanlari doktori, dunyodagi yagona mualliflik iqtisodiy ensiklopediyasi va yana 50 ta kitob muallifi tomonidan ikki soatlik ochiq ma'ruza bo'lib o'tdi. Rossiyada va xorijda nashr etilgan Elena Rummyanasevaning "Rossiyadagi iste'mol iqtisodiyoti: sog'liq uchun zararli bo'lgan tovarlarni iste'mol qilishni cheklashda sog'liq xavfsizligi" mavzusidagi chegarasi.

8.2. Iste'mol iqtisodiyoti.

Shunday qilib, keling, iste'mol iqtisodiyotiga o'z ta'rifimizni taqdim qilaylik. Bu iste'mol jamiyatining asosi, iqtisodiy munosabatlar tizimi umumiy iste'molning ustuvorligi va shunga mos ravishda, mikroiqtisodiy va

makroiqtisodiy darajada qadriyatlar va munosabatlarning bir butun maxsus tizimini tashkil etuvchi shaxsning doimiy iste'moli prinsipi boshqaradigan takror ishlab chiqarishning boshqa bosqichlarining hosilasi.

Iste'molchi iqtisodiyoti ma'lum institutlarga (o'yin qoidalariga) asoslanadi, bizning fikrimizcha, asosiylari orasida ko'zga ko'rinadigan iste'mol va iste'mol kreditlash bo'limi, chakana sotuvchilar tarmog'ining paydo bo'lishi va umumiy tarqalishi, ular bilan bog'liq xaridlar (motivatsiyasiz doimiy) hisobga olinishi kerak, ya'ni o'z maqsadlari va bo'sh vaqtni tashkil etishning keng tarqalgan shakli, pul fetishizmi, pul maqsadlarga erishish vositasidan o'z-o'zidan maqsadga aylanib, hayrat obyektiga va hamma narsaga qodirlikning timsoliga aylanganda.

Iste'mol iqtisodiyotining salbiy tashqi ta'sirini ko'rib chiqamiz.

Iste'mol iqtisodiyoti qimmatga tushadigan iqtisodiyot deb ataladi, chunki u subyektlarning turli ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'lsada, aslida u har doim va hamma narsada oqilona bo'lmagan resurslarni iste'mol qilishga, ya'ni har qanday vosita va usullar bilan qisqa muddatli tovarlar uzoq muddatli mahsulotlarni sotishni ko'paytirishga qaratilgan.

Iste'mol iqtisodiyoti o'zining hashamatli tovarlar, shu jumladan vino va tamaki mahsulotlarining eksklyuziv navlari, qurollar, chekish aralashmalari kabi atributlaridan ajralmasdir, ular ba'zi mamlakatlarda taqiqlangan, ammo boshqa mamlakatlarda giyohvand moddalar, qimmatbaho dori-darmonlar bilan bir qatorda ruxsat etiladi. Aslida, bu haqiqiy "o'lim fabrikalari". Iste'mol iqtisodiyoti qurollanishga, inson resurslarini bevosita yo'qotish bilan bog'liq bo'lgan harbiy operatsiyalarga, axborot bosimiga, shu jumladan, bugungi kunda turli marketing tizimlarida keng qo'llaniladigan neyro-lingvistik dasturlashga katta xarajatlarni istisno qilmaydi.

Hatto yangi "neyroiqtisodiyot" atamasi paydo bo'ldi, bu inson iqtisodiy qarorlar qabul qilganda miyada sodir bo'ladigan jarayonlarni o'rganish uchun zamonaviy neyrofiziologiya usullaridan foydalanishni anglatadi. Uzoq vaqt davomida asosan mavhum tavsiflovchi modellashtirishdan so'ng, zamonaviy iqtisodchilar inson miyasida muayyan faoliyatni, shu jumladan iste'molni amalga oshirishda yuzaga keladigan turli xil murakkab mexanizmlarni bevosita o'rganishga o'tdilar. Darhaqiqat, jarayonlar o'rganilmoqda, ulardan u yoki bu tarzda turli iqtisodiy munosabatlar shakllanadi. Ilm-fan tomonidan allaqachon ma'lum va isbotlanganki, lazzatlanishni kutish, masalan, mazali taom, yoqimli his-tuyg'ularni keltirib chiqaradigan amfetaminlarni (markaziy

asab tizimini davolaydigan)in'ektsiya qilish yoki pul mukofotini kutish, bu ko'pchilik subyektlarga ta'sir qiladi, bu alohida sohadir. Miya odamda faollashadi va shu bilan birga dopaminning ko'payishi kuzatiladi. Ushbu moddaning ijobiy his-tuyg'ularni, ishonchni, ishtiyoqni, qiziqishni shakllantirishdagi roli ochib berildi. So'nggi o'n yilliklarda xulq-atvor iqtisodiyoti tomonidan faol ishlab chiqilgan vaqtlararo tanlovli o'yin holatlarida miyaning faoliyati, noaniqlik sharoitida o'zini o'zi boshqarish va qaror qabul qilish muammolari o'rganiladi.

Subyektlarning iqtisodiy xulq-atvorini o'rganishga neyrofiziologik yondashuv, agar miyaning tegishli qismlariga ma'lum bir ta'sir ko'rsatilsa, u holda subyekttga ma'lum bir mahsulotni sotib olish bo'yicha tegishli qarorlar qabul qilish mumkin degan fikrga olib keladi. Bu ta'sir iste'molchi uchun mutlaqo og'riqsiz va sezilmaydigan tarzda amalga oshirilishi mumkin, masalan, deyarli har bir yirik supermarketda mavjud bo'lgan fon musiqasi, ranglar stimullari, ta'mlar, hidlar va boshqalar orqali. Xarid qilish kabi iste'molchi xulq-atvorining bunday shakllarini neyrofiziologiya nuqtai nazaridan tushuntirish mumkin – odam xarid qilishdan zavq olishni kutishning kuchli ehtiyojini boshdan kechiradi va bu miyaning alohida qismining faollashishi bilan mustahkamlanadi. Neyroiqtisodiy usullardan foydalanish bilim doirasini kengaytirish imkonini beradi va inson faoliyatini, shu jumladan uning iste'molchi afzalliklarini tahlil qilishda yangi yondashuvlar zarurligini tasdiqlaydi.

Iste'mol iqtisodiyoti, masalan, baxt iqtisodiyoti, taassurotlar iqtisodiyoti, vikinomika kabi boshqa turdagi iqtisodlarga qaraganda, makroiqtisodiy yondashuv nuqtai nazaridan qimmatroq va shunga mos ravishda kamroq samarali, ammo mikroiqtisodiy yondashuv nuqtai nazaridan, u yoki boshqa tovarlarni, iste'mol tovarlarini ishlab chiqaruvchi firmalar, ko'plab vositachilar, turli savdo tuzilmalari darajasida bu iqtisodiyot boshqa nuqtai nazardan namoyon bo'lib, ularga yuqori daromad va yuqori foyda keltiradi. Boshqa nuqtai nazardan, iste'mol iqtisodiyoti iste'molchi darajasida ham qabul qilinadi, u nafaqat tobora ortib borayotgan ehtiyojlarni qondirishga, balki uni shaxsan amalga oshirishga imkon beradi, ularning har biri uchun aslida "issiqlik" va Ularning ehtiyojlarini cheksizgacha "tezlashtiradi" va har doim ularning bir qismini to'yib bo'lmaydigan, lekin qondirish uchun juda kerakli qoldiradi. Inson mavjudligining insonparvarlik maqsadlari, subyektlarning faoliyati asta-sekin surrogat maqsadlar bilan

almashtirilishi mumkin, ma'lum tovarlarni iste'mol qilishdan noma'lum his-tuyg'ularni cheksiz izlash bilan almashtirilishi mumkin, ratsionallik va oqilonalik sof gedonistik yondashuvlarga o'z o'rnini bosadi. Bizning fikrimizcha, bu rivojlanishning o'ta xavfli va, ehtimol, hatto boshi berk ko'chadir. Uzoq muddatli istiqbolda dunyoning aksariyat mamlakatlari kelajagining konturi va shaklini shakllantiradigan megatrendlarning obyektiv ravishda bir nechta guruhlari mavjud:

- globallashtirish;
- bilimlar iqtisodiyotini shakllantirish va barqaror iqtisodiy rivojlanishning asosi sifatida innovatsiyalar ahamiyatining ortib borishi;
- raqamli, bio va nanotexnologiyalarni rivojlantirish – texnologiyalarning konvergentsiyasi;
- yangi energiya manbalarining ahamiyatini oshirish va energiya hamda resurslar bilan ta'minlash;
- iqlim va atrof-muhit o'zgarishi;
- uzoq umr ko'rish tibbiyoti va hayotning yangi sifatiga erishish;
- kadrlar raqobatdosh ustunlikning hal qiluvchi omili sifatida, ularning harakatchanlik darajasini oshirish;
- iste'mol va madaniy xilma-xillikni individuallashtirish;
- global yetakchilik uchun kurash.

Ushbu global megatrendlar juda ko'p ta'sirga ega, shuning uchun ular rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotiga ham, Rossiya iqtisodiyotining kelajakdagi pozitsiyalariga ham turli darajada ta'sir qiladi. Keling, iste'molni individuallashtirish va madaniy xilma-xillik kabi megatrendning mazmunini ko'rib chiqaylik, u mohiyatan iste'mol iqtisodiyotining mantiqiy va mazmunini ifodalaydi.

- Ommaviy bozorlarga e'tibor qaratishdan ko'ra individual va mikromarketlarga o'tish.
- "Ijodiy" iste'molga o'tish (sotib olingan tovarlar/xizmatlarda "ijodkorlik" ni qidirish).
- Yangi iste'molchilar ehtiyojlari va atrof-muhit o'zgarishlariga doimiy moslashish.
- Plyuralizm – an'anaviy va zamonaviy turmush tarzi aralashmasi.
- Hayotiy qadriyatlarning global raqobati.
- Gibridd ekinlarning paydo bo'lishi.

- Barqaror iste'mol konsepsiyasini ishlab chiqish.
- Yangi iste'mol paradigma(misol, model, namuna)lari.
- Shaxsning o'zini o'zi ta'minlash qobiliyatining o'sishi.
- Ijodiy, samarali va qoniqarli mehnat talab ortib boradi va butun dunyo bo'ylab unda band bo'lganlar sonining sezilarli o'sishiga olib keladi.
- Shaxsiy boylik va erkinlikni yaratish kelajakda ko'proq odamlar uchun mavjud bo'ladi.
- Ochiq jamiyat, erkin savdo va shaxs huquqlarini himoya qilish kelajakda odamlarning shaxsiy farovonligini oshirishning muhim tarkibiy qismi bo'ladi.
- Maxfiylik, shu jumladan elektron, tibbiy, genomik va boshqa nazorat va boshqaruv shakllaridan erkinlik asosiy inson huquqlaridan biri sifatida tan olinadi. Ulardan himoya qilish doimiy e'tibor talab qiladigan eng muhim sohaga aylanadi.
- Demokratiya va erkinlik jamiyatida inson huquqlari himoyalangan holda yashash huquqi jahon ahamiyatiga molik yuksak maqsad sifatida e'tirof etiladi, odamlar axborot, innovatsiyalar, muloqot va ijodkorlikdan foydalanish imkoniyatlarini ta'minlash uchun o'z huquqlarini faolroq himoya qiladi.
- Tinchlik va xavfsizlikka global e'tibor odamlar urush va zulmni kamroq boshdan kechiradigan dunyoga olib keladi.
- Onlayn savdoni demokratlashtirish (agar sizga yoqmasa, tovarlarni qaytarish va h.k.).
- "Aqlli" xaridlar (dastlabki ma'lumotlar asosida tovarlar/xizmatlarni sotib olish to'g'risida qaror qabul qilish).
- Interaktiv chakana savdo (mahsulotlar/xizmatlar uchun onlayn ovoz berish, tavsiyalar va ijtimoiy tarmoqlarda muhokama qilish).

Zamonaviy iqtisodiyotning harakatlantiruvchi kuchlari haqida alohida mutaxassislarning alohida fikri mavjud. Shunday qilib, V. Reitzle buni hashamat deb hisoblaydi. Ushbu maqola yozilayotganda u Fordning hashamatli avtomobillarini ishlab chiqish uchun mas'ul edi. V.Reitzl dastlab eksklyuziv tovarlar keyinchalik ommaviy talab obyektiga aylanganligidan kelib chiqdi.

Ommaviy bozorga yo'naltirilgan ishlab chiqaruvchilar buzg'unchi narx raqobatiga mahkum bo'lib, bu ularning iste'mol tovarlari va xizmatlari

bozoridagi mavqeini ancha zaif qiladi. Iste'mol jarayonida o'zining noyob shaxsiyatini amalga oshirish uchun pul to'lashga tayyor bo'lgan badavlat iste'molchilarga yuqori sifatli mahsulotlar uchun original g'oyani taklif qiladigan ishlab chiqaruvchilar o'zlarining biznes faoliyatini uzaytirishni kutishlari mumkin. Vaqt o'tishi bilan hashamat haqidagi g'oyalar o'zgaradi: ilgari u oltin va olmos bilan bog'liq edi, endi yangi hashamat paydo bo'ldi – bu, birinchi navbatda, texnik yangiliklarning hashamati. V.Reysle innovatsion iqtisodiyotni hashamatli tovarlar ishlab chiqarishni rivojlantirish bilan uzviy bog'liq deb hisoblaydi va bu bog'liqlikni avtomobilsozlik sanoati misolida kuzatadi. Shuni ta'kidlash kerakki, chakana savdo tarmoqlarining jadal kengayishi iste'molchilar jamiyati qadriyatlariga mos keladi. Bu jamiyat barcha iqtisodiy munosabatlarning markazida “asosiy muqaddas joy – savdo markazi, asosiy diniy marosimi esa avtomobillarni muntazam yuvish” bo'lgan “iste'molchi shaxs”ni qo'yadi.

Rossiya uchun ham iste'mol iqtisodiyoti davri haqiqatga aylandi. Iste'molchi jamiyati iste'molchilar uchun turli institutsional tuzoqlarni shakllantiradi. Ular asosan ijtimoiy xarakterga ega va iste'molchilar psixologiyasi bilan bog'liq. Ushbu tuzoqlardan biri yuqori darajadagi daromadga ega bo'lgan maqomga bo'lgan ishtiyoqdir. Bu mehnat kuchini doimiy ravishda oshirishni talab qiladi va daromadning o'sishi asosan ko'zga ko'rinadigan iste'molga qaratilgan. Ushbu institutsional tuzoqni tasdiqlovchi misol – 1980-yillarda iste'molchilarning yuppilarga bo'lgan talabi. Yana bir institutsional tuzoq, qo'rquvdan umumiy iste'mol farovonligi fonida oq qarg'a kabi ko'rinishga majbur bo'lgan va boylarga qaraganda qimmat va keng reklama qilinadigan tovarlarni tez-tez sotib oladigan subyektlarning iste'moli bilan bog'liq.

Iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganishda "boboons" (bohem burjua) kabi guruh ajralib turadi – bular "yangi iqtisodiyot" dan pul ishlab topgan, ammo hayotga romantik qarashlarini saqlab qolgan milliarderlardir.

8.3. Iste'mol bozorining tashkiliy institutsionalizatsiyasi.

Chakana savdo tarmoqlarini yaratish shaklida iste'mol bozorini tashkiliy institutsionalizatsiya qilishdan tashqari, iste'molchilarning xohish-istaklarining xilma-xil institutsionalizatsiyasi mavjud. Bu, bir tomondan, iste'molchilik bilan, ikkinchi tomondan, VS harakati bilan bog'liq.

Iste'molchilik – iste'molchilarning o'z huquqlarini kengaytirish va himoya qilish, shuningdek, iste'molchilarning ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilarga ta'sirini oshirish uchun uyushgan harakatidir. Iste'molchilik doirasidagi asosiy faoliyatlar quyidagilarga qisqartiriladi: iste'molchilarni o'qitish; tovarlarni mustaqil ekspertizadan o'tkazish; nuqsonli tovarlar uchun da'vo arizalari.

Harakat sifatida iste'molchilik uchta asosiy guruhni jamlaydi:

1. Iste'molchilarga qarama-qarshi bo'lgan guruhlar, birinchi navbatda, iste'molchilar ongining o'sishi va iste'molchilarga ko'proq ma'lumotli tanlov qilishlari uchun ma'lumot berish bilan bog'liq.
2. Qonun chiqaruvchi va tartibga solish funksiyasini amalga oshiruvchi davlat.
3. Iste'molchilar manfaatlarini ko'zlab raqobat va o'zini o'zi tartibga solish orqali faoliyat yurituvchi biznes.

Iste'molchilik tovarlar va xizmatlarni sotishni tashkil etishda axloqiy darajaning oshishiga yordam berdi. Firmalar ushbu harakatdan kelib chiqqan ba'zi institutlarni, masalan, Rossiya iste'molchilar jamiyatlarini ham o'z ichiga olgan Xalqaro iste'molchilar jamiyatlari konfederatsiyasini e'tiborsiz qoldira olmaydi.

Iste'molchilik bilan birga VS – Voluntary Simplicity – ixtiyoriy soddalik harakati mavjud. Bu harakat iste'molchilikka qarshi kurashadi.

VS tamoyillari oddiy va antibrendingga qadar qaynatiladi:

- brendlarni emas, balki narsalarni sotib oling;
- faqat kerakli narsani sotib oling;
- iloji bo'lsa, ikkinchi qo'ldan sotib oling;
- iloji bo'lsa, umuman sotib olmang.

VS harakatining o'zi muvaffaqiyatli brend, ramzga aylandi – "hayotni qanday osonlashtirish kerak" shiori. Bu harakat haddan tashqari rivojlangan bozordagi vaziyatni, tovar va xizmatlar ko'p bo'lgan bozorni aks ettiradi. Iste'molchi "olomon effekti" va "brending effekti" ga juda ta'sir qiladigan Rossiyada bu harakat hali mavjud emas.

Mualliflarning fikricha, chakana savdo tarmoqlari iste'molchilar orasida alohida olomon effektini shakllantiradi. Keling, buni batafsil ko'rib chiqaylik.

Chakana savdo zanjirlari ta'sirida iste'molchilar o'rtasida yuzaga keladigan olomon effekti bir qator xususiyatlarga ega. Bu bizga iste'molchilar olomonining ta'siri sifatida gapirishga imkon beradi.

1. Bu ta'sir shaxslarning iste'molchi afzalliklari va ularning iste'molchi tanlovi bilan bog'liq. Yangi mahsulotlar taklif etayotgan turli xil tovarlarga qaram bo'lib qolgan har qanday iste'molchi ushbu tovar dunyosiga tegishlilik holatini va uning istalgan qismining egasi bo'lish uchun haqiqiy imkoniyatni boshdan kechiradi. Eng yirik supermarketlardagi ko'plab javonlar bo'ylab iste'molchining harakati konveyer tizimiga o'xshaydi. Astasekin, ularning barchasi umumiy oqimga jalb qilinadi, aslida iste'molchi tabiatining umumiy fikrlari va his-tuyg'ulariga ega bo'lgan iste'molchi olomoni shakllanadi va barcha oqibatlarga olib keladi.

2. Olomonning ta'siri o'z-o'zidan emas, balki mos sharoitlarda – yirik savdo markazlari, super va gipermarketlarga tashrif buyurgan iste'molchilar tomonidan xotirjam shakllanadi. Cheklangan assortimentdagi tovarlar sotiladigan ixtisoslashtirilgan do'konlarda iste'molchilarning ko'pligi va ularning xohish-istaklarining ko'proq shaxsiylashtirilganligi sababli bunday ta'sir kuzatilmaydi.

3. Iste'molchilar olomonining yetakchilari maksimal mumkin bo'lgan va turli xil miqdordagi tovarlarni xarid qila oladiganlardir. Bu norasmiy yetakchilik, chunki prinsipial jihatdan iste'molchilarning hech biri iste'molchilar rahbarlariga aniq ishora qilmaydi, ular ko'pchilik tomonidan saylanmaydi va ular hech qanday harakatga chaqirmaydi. Bu iste'molchilar olomonining yetakchilari undan aniq ajralib turadigan va o'zlarining xatti-harakatlari bilan boshqa iste'molchilar guruhlari uchun ohangni "o'rnatganlarida" bu yashirin til biriktirishga misoldir. Aksariyat iste'molchilar qo'shimcha ravishda savatning ta'siriga tushib qolishadi – savdo nuqtasiga tashrif buyurganingizdan so'ng, u tovarlar bilan to'ldirilishi kerak, chunki bo'sh savat qashshoqlik va iste'molchining to'lovga qodir emasligining atributi sifatida qaytadi.

4. Bunday ta'sir yangi mahsulotlarning turli xil taqdimotlari, ham ommaviy axborot vositalarida, ham savdo tuzilmalarida reklama qilish, ushbu chegirmalar tizimi tomonidan diskont kartalari bilan ta'minlash orqali yuzaga keladi.

Iste'molchilar olomonining ta'sirini baholashning ikki yo'li mavjud. Ushbu ta'sirning ta'siri ostida qolgan iste'molchilar tomonidan ular buni hozirgi vaqtda emas, balki ma'lum vaqt o'tgach, iste'molchi uyda juda ko'p keraksiz tovarlarni topganda baholaydi. U tomonidan iste'molchilar olomonining ta'siri ostida amalga oshirilgan bu xaridlar, bir tomondan, uning

iste'mol talabini qondiradi (aks holda u ularni sotib olmagan bo'lardi), ikkinchi tomondan, ular uning ehtiyojlarining oqilona chegaralaridan oshib ketishi mumkin (masalan, bolali oilalarda har bir yangi yil uchun yangi Rojdestvo daraxti bezaklari sotib olinadi, garchi ular yetarli miqdorda bo'lsa). Shuningdek, siz xaridorlardan nimani sotib olishni xohlashlarini va do'konlarda nimani sotib olishlarini so'rashingiz mumkin. Biz tez-tez ikkinchi komponent kattaroq bo'lishiga ishonamiz. Bunday xarajatlar jamg'arma stavkasini pasaytiradi va shunga mos ravishda iste'mol darajasini oshiradi. Olomon ta'siri iste'mol talabining tezlashishiga olib kelishi mumkin, bu esa o'z navbatida talab inflyatsiyasiga hissa qo'shishi mumkin. Buni bayramdan oldingi sanalarda (masalan, go'sht, gullar va boshqalar) ba'zi tovarlar narxining keskin ko'tarilishi tasdiqlaydi, ular keyinchalik "yopishqoqlik" xususiyatiga ega bo'ladi – ya'ni bir xil darajada qoladi (yoki biroz pasayadi). Tovar bahosining bu xususiyati haqida J.Keyns yozgan. Aslida, bunday jarayonlar juda tez-tez kuzatiladi.

Tarmoqli chakana tuzilmalar shaklida tashkil etilgan tovarlar va xizmatlar sotuvchilari tomonidan olomonning ta'siri birinchi navbatda ijobiy baholanishi kerak. Qanchalik ko'p mahsulot sotilgan bo'lsa, ushbu tuzilmalarning daromadi va foydasi qanchalik ko'p bo'lsa, yanada rivojlanish imkoniyati shunchalik ko'p bo'ladi.

Savdo tuzilmalarining iste'molchilar olomonining ta'siri bilan bog'liq ayrim muammolarini qayd etmaslik mumkin emas. Bu keng ko'lamli savdo maydonchalarini jihozlash, tegishli sifatli tovarlarning katta assortimentini ta'minlash, uni doimiy ravishda yangilab turish va tegishli xarajatlarni (moliyaviy, moddiy, mehnat) talab qiladigan malakali kadrlarga ega bo'lish zarurati bilan bog'liq. Tovar oqimlarini boshqarish tizimini samarali tashkil etish, iste'molchi talabi dinamikasini kuzatish uchun operativ monitoring tizimini yaratish kerak. Bundan tashqari, ishlab chiqarish ko'lamining salbiy ta'siri bu yerda xavflidir, bu holda – ulkan o'sgan savdo tuzilmalarini boshqarishning murakkabligi tufayli samaradorlikning pasayishida namoyon bo'ladigan savdo faoliyatidir. Biz iste'molchi olomonining ta'sirini iste'molchiga, uning talabiga, birinchi navbatda, chakana savdo tarmog'i tuzilmalarida haqiqatan ham va katta darajada ta'sir qiluvchi institutsional tabiat omillaridan biri sifatida ko'rib chiqamiz. Quyidagilar uning institutsional xususiyatidan dalolat beradi.

1. Institutsional omilni individlarning iste'molchi sifatidagi faoliyatining ijtimoiy-iqtisodiy, sotsial-madaniy, psixologik jihatlarini jamlovchi omil sifatida ko'rib chiqsak, iste'molchi olomonining ta'siri bu jarayonlar bilan chambarchas bog'liqdir. Olomon ta'sirining psixologik tomoni aniq, ijtimoiy-iqtisodiy tomoni mutlaq ko'pchilikka yo'naltirilgan iste'molchi tanlovi bilan bog'liq.

2. Institutsional omil o'z mohiyatiga ko'ra iste'molchida har qanday munosabat, odatlarni shakllantirishi, asta-sekin me'yorga, uning faoliyati qoidalariga, hayotiy ta'minotiga aylanib ketishi kerak. Iste'molchi olomonining ta'siri shunga mos ravishda iste'molchida uning iste'molchi tanlovini olomon tanlovi bilan birlashtirish, o'zini iste'molchilarning umumiy to'plami darajasida amalga oshirish istagi (va buni amalga oshirish) kabi normalarni shakllantiradi. Bir so'z bilan aytganda, boshqalardan kam bo'lmaslik, hamma bilan birga qolish va iloji bo'lsa, qandaydir tarzda olomondan oldinda bo'lishga, uning norasmiy rahbariga aylanishga harakat qiling.

3. Institutsional omil rasmiy va norasmiy institutlarning mavjud tizimi bilan chambarchas bog'liq va undan kelib chiqadi. Iste'molchiga nisbatan uning tanlovi rasmiylarga qaraganda ko'proq norasmiy muassasalarda ishlaydi (masalan, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi qonunlar, o'rnatilgan mulkiy huquqlar, tashkiliy tuzilmalar).

Global iste'molchilarni yangi turdagi iste'molchilarga ham kiritish mumkin. Mualliflarning fikriga ko'ra, postindustrial iqtisodiyot sharoitida global iste'molchilar tomonidan ifodalanadigan global iste'mol talabi shakllanadi. Global iste'molchilar – o'xshash ehtiyojlarga ega bo'lgan va o'xshash iste'mol imtiyozlari va mahsulot xususiyatlarini izlayotgan dunyoning turli mamlakatlari yoki mintaqalaridan kelgan iste'molchilardir. Ular Internet iste'molchilari jamiyatining asosini – sotib olish jarayonining muayyan o'ziga xos jihatlari haqida ma'lumot olish nuqtai nazaridan umumiy manfaatlar asosida bir-biri bilan Internet orqali muloqot qiladigan subyektlar to'plamini tashkil qiladi.

Zamonaviy dunyo asta-sekin tovarlar, xizmatlar, kapital, ishchi kuchi erkin harakatlanadigan, g'oyalar erkin tarqaladigan va ularning tashuvchilari harakatlanadigan yagona makonga aylanib bormoqda. Milliy iqtisodiyotlarning o'zaro bog'liqlik darajasining ortib borishi subyektlar hayotining universallasuvi, bir xillashuvi bilan birga keladi: tovarlar,

xizmatlar, ma'lumotlar, texnologiyalar almashinuvi ta'siri ostida, madaniyatlar o'zaro ta'sir qiladi, dunyo umumiy standartlar, tamoyillar, qadriyatlarga intiladi. .

Shunday qilib, iqtisodiy faoliyatni global miqyosda olib borish iste'molchilarning xulq-atvoridagi milliy, ijtimoiy, madaniy, davlat va boshqa cheklovlarni olib tashlaydi, bu normalar va qadriyatlar majmuasi sifatida davlat va milliy madaniyatlarning rolining pasayishi bilan belgilanadi. Globallashtirish nafaqat iste'molchilarning iqtisodiy yaqinlashuviga, balki idrok etishning asosiy stereotiplari va ularning xatti-harakatlari modellarini standartlashtirishga olib keladi. Ommaviy ishlab chiqarishning rivojlanishi, yirik korporatsiyalarning paydo bo'lishi butun dunyoda iste'molchi turmush tarzi uchun imkoniyatlar yaratadi. Buning narxi individuallashtirilgan mehnat va standart (ko'rinadigan xilma-xillik bilan) mahsulotlarning individuallashtirilgan iste'molidir. Tovarlar ko'pligi va doimiy vaqt tanqisligi sharoitida "globallashtirish" odam "A" yoki "B" brendini tanlash muammosiga duch keladi va ba'zi sabablarga ko'ra iste'molchilar ko'pincha obyektiv, oqilona qarorlar asosida qaror qabul qilish imkoniyatiga ega emas. Kompaniyalar reklama yaratishda psixologlarni jalb qiladilar, bu mahsulotning haqiqiy xususiyatlarini ko'p aks ettirmaydi, lekin ongsiz darajada potentsial iste'molchini yutib olishi va unga reklama qilingan mahsulotni sotib olish istagini keltirib chiqarishi kerak.

8.4. Xulq-atvor iste'moli nazariyasi.

Zamonaviy bozor iqtisodiyotida iste'molchilarning roli alohida ta'kidlanadi, chunki iste'mol xarajatlarining ulushi yalpi ichki mahsulotning yarmidan ko'pini tashkil qiladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchi xarajatlarining aynan mana shunday muhim roli iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishning ahamiyatini va bu xatti-harakatlarga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash zarurligini belgilaydi.

So'nggi o'n yilliklarda Rossiya iqtisodiyotining o'zgarishi sharoitida iste'molchining iqtisodiy xatti-harakatlarida jiddiy sifat va miqdoriy o'zgarishlar ro'y berdi, biroq rus tadqiqotchilari bu o'zgarishlarni kam o'rgandilar.

Iste'molchilarning bozordagi xatti-harakatlari nazariyasi iqtisodiy nazariyaning klassik bo'limlaridan biridir. Shu bilan birga, hozirgi vaqtda ushbu sohadagi tadqiqotlar amaliy bozor tadqiqotlariga qisqartirilgan va

marketingning zamonaviy jamiyatdagi ahamiyatini yetarli darajada aks ettirmaydigan bo'lim sifatida qaralmoqda. Iqtisodiyot nazariyasi bilan bog'liqlik shuning uchun bilvositadir. "Iste'molchi xulq-atvori" toifasining mazmunini tushunish uchun bunday qo'llaniladigan marketing yondashuvi juda cheklangan. Iste'molning xulq-atvor nazariyasi rivojlanmaganligi iste'molchi xulq-atvori modellarini o'rganishni cheklaydi.

Mikrodarajada iste'molchi xulq-atvorini shakllantiradigan sabab-natija munosabatlarining butun zanjirini ochib berishga imkon beradigan tizimli fanlararo yondashuvning yo'qligi va bu xatti-harakatlar parametrlarining makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga teskari ta'siri iste'molchi xulq-atvorining xususiyatlariga yetarli darajada e'tiborni yo'qotadi.

Iste'mol va iste'molchi xatti-harakatlari nazariyasi uzoq rivojlanish tarixiga ega. Turli tarixiy davrlarda bu nazariyaning rivojlanishiga G.Bekker, I.Bentam, M.Veber, T.Veblen, F.Vizer, J.K. Galbraith, J. Duesenberry, J. Catona, J.M. Keynes, X. Leybenshteyn, C. Lankaster, T. Maltus, K. Marks, A. Marshall, C. Menger, F. Modilyani, A. Pigu, T. Skitovski, I. Fridman va boshqalar hissa qo'shganlar.

Ushbu bilim sohasidagi mahalliy olimlar orasida A.I. Pavlov va G.M. Rossinskiy.

O'tgan asrning ikkinchi yarmidan boshlab iste'molchi xulq-atvori nazariyasi marketing nazariyasi va amaliyotini ishlab chiquvchilar tomonidan qabul qilindi, uning rivojlanishi asosan ishlab chiqaruvchining o'ziga xos motivlari va iste'molchining reaksiyalarini o'rganishdagi manfaatlari bilan belgilanadigan yo'nalishda davom etdi.

Yigirmanchi asrning boshlarida neoklassik nazariya vakillari iste'molchilarning xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi asosiy omillar shaxsiy daromad darajasi va iste'mol bozoridagi narxlar darajasi bo'lib, ular foydali funksiyani maksimal darajada oshirishda cheklovlar bo'lib xizmat qiladi, degan pozitsiyaga amal qildilar. Daromadning ma'lum darajasi va berilgan narxlar uchun xususiy iste'molchilar ma'lum xaridlarni amalga oshirishi yoki qilmasligi mumkin. Neoklassik nazariya doirasida bunday harakatlar iste'molchilarning xohish-istaklari bilan ham aniqlangan, ammo vaqt o'tishi bilan o'zgargan. Foiz stavkasi iste'molchilarning xohish-istaklarining o'zgarishiga ta'sir qiluvchi narx parametri sifatida ishlatilgan. Biroq, iste'molchiga nisbatan passiv rol berilgan ushbu statik sxemada ham,

iste'molchilarning subyektiv baholarini jalb qilishdan qochish mumkin emas edi, chunki foiz stavkasi narxlarning kutilayotgan o'zgarishi bilan bog'liq edi.

Kelajakda siklik rivojlanish sabablarini tushuntirish uchun neoklassik nazariyani statsionar muvozanat doirasidan tashqariga chiqarishga urinish J.M. Keynes, iste'molchi idrokining roli doimiy ravishda oshib boradi, deb hisoblagan. Keynes nazariyasida yalpi iste'molchi allaqachon mustaqil iqtisodiy agent sifatida harakat qiladi. Shaxsiy jamg'armalar eng muhim iqtisodiy kategoriya sifatida qaralib, joriy va kelajakdagi daromadlar darajasining kutilayotgan nisbati nazariyaning asosiy tushunchasi – iste'molga moyillikni belgilovchi obyektiv omillar sifatida namoyon bo'ladi. Biroq bu, "sof ochko'zlikni qondirish" ga qadar bir qator subyektiv omillarni hisobga olmaganda namoyon bo'ladi.

Urushdan keyingi davrda iste'molchilarning xulq-atvori nazariyasining rivojlanishi asosan bashorat qilingan J.M. Keynsning iste'molga moyilligining pasayishi yo'qligini tushuntirish istagi bilan bog'liq edi. J.Dyuzenberri va F.Modilyani ham kutilayotgan daromad va umr ko'rish davomiyligi kabi tushunchalarga katta e'tibor bergan. Bozor iqtisodiyotining siklik dinamikasini tushuntirishga monetaristik yondashuv asosan iste'molchi funksiyasi haqidagi Keynscha qarashlarni takrorlaydi. M.Fridmanning "doimiy daromad" gipotezasi daromad va iste'molning kutilayotgan darajalari o'rtasidagi munosabatlarning o'ziga xos formulasidir.

Iqtisodiyot fanining rivojlanishi jarayonida iste'molchining o'rni va uning xulq-atvorining o'ziga xos xususiyatlari haqidagi g'oyalar jiddiy o'zgarishlarni boshdan kechirdi. Yigirmanchi asrning ikkinchi yarmida o'tish jarayonida. G'arb mamlakatlarida ommaviy ishlab chiqarishdan individuallashtirishgacha bo'lgan davrda yangi iqtisodiy voqelikka mos ravishda iste'molchi xulq-atvori modellarini chuqurroq nazariy tushunish talab qilinardi. Klassik iste'mol nazariyasida qabul qilingan mutlaq ratsionallik konsepsiyasi o'rniga iste'molchining cheklangan kognitiv salohiyati asosiga asoslangan iste'molchi xatti-harakatlarining cheklangan ratsionalligi tushunchasi tobora keng tarqalmoqda.

Yigirmanchi asrning oxirida an'anaviy maktab bilan bir qatorda iste'molchilar xulq-atvorini o'rganishning yangi yo'nalishi e'tirof etildi, u e'tiborni iste'molchi xatti-harakatlarining ijtimoiy-madaniy va ijtimoiy-psixologik determinantlariga qaratish bilan tavsiflanadi. Asta-sekin, har qanday sohada, shu jumladan iste'mol sohasida ham inson xatti-

harakatlarining haqiqiy qonuniyatlarini turli fanlar va tushunchalar – iqtisod va psixologiya, psixologiya va sotsiologiya va boshqalarning "choragidan" izlash kerakligi yanada aniq bo'ldi.

8.5. Xulq-atvor iqtisodiyotida iste'mol nazariyasi.

Xulq-atvor iste'moli nazariyasi fanlararo o'rganish sohasidir. Iste'molchilarning xulq-atvorini marketing nuqtai nazaridan talqin qiluvchi keng ko'lamli adabiyotlar bilan bir qatorda, ushbu mavzuga qiziqish iqtisodiy nazariyaga oid iqtisodiy sotsiologiya va iqtisodiy psixologiya kabi fanlar doirasida rivojlanib borayotgani shundan dalolat beradi. Tizimni ifodalovchi iste'mol munosabatlari bir vaqtning o'zida yanada murakkab munosabatlar tizimining quyi tizimi sifatida ishlaydi. Umuman iqtisodiy tizimning barcha xususiyatlari va qarama-qarshiliklari iste'molchiga "uzatiladi" va uning iqtisodiy xatti-harakatlarida barcha xususiyatlar va qarama-qarshiliklar amalga oshiriladi. Bundan tashqari, shaxs asosan tizimning xususiyatlarini aniqlaydi, eng chuqur motivatsiyaning tashuvchisi – ehtiyojlarni qondirish istagidir.

Xulq-atvor yoki psixologik iqtisod nazariyasi doirasida makroiqtisodiy hodisalar bo'yicha subyektiv omillarni tahlil qilishga katta e'tibor beriladi. Bu yo'nalish asoschilaridan biri J.Katon psixologiyasiz iqtisod muhim iqtisodiy hodisalarni tushuntirishda muvaffaqiyat qozona olmaydi, iqtisodsiz psixologiya esa inson xatti-harakatining eng keng tarqalgan turi – iqtisodni tushuntirib bera olmaydi, deb hisoblagan. Shunday qilib, iqtisodiy-psixologik yondashuvning asosiy nuqtalaridan biri makro darajada individual xatti-harakatlarning ko'rsatkichlari bo'lgan psixologik omillarni hisobga olishga urinishdir.

Iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun bir qator shartlar inson psixologiyasi haqidagi taxminlarga asoslanadi, shu bilan birga quyidagi asosiy psixologik ta'sirlarni ajratib turadi.

1. Egalik qilishning ta'siri. Taxminlarga ko'ra, allaqachon egalik qilingan narsa hali sotib olinmagan narsadan ancha yuqori baholanadi. Shu bilan birga, mavjud narsa bilan "ajralish" bir xil turdagi yangisini sotib olishdan ko'ra qimmatroqdir.

2. Aniqlik ta'siri. Ushbu ta'sirga ko'ra, iste'molchilar kutilgan to'lov yuqori bo'lsa ham, xavfdan qochishga moyildirlar, ya'ni noaniqlik holati iste'molchilar tomonidan sifat jihatidan yomonroq deb hisoblanadi.

Psixologiya yutuqlariga asoslangan tushunchalar

Iste'molchilarning xulq-atvorini yaxshiroq tushunish uchun psixologiya yutuqlariga asoslangan bir qator tushunchalar ishlab chiqilgan bo'lib, ular iste'molchilar tanloviga ta'sir qiluvchi qarama-qarshi kuchlarning mavjudligini tan oladilar. Keling, ulardan ba'zilarini ko'rib chiqaylik.

X.Leybenshteynning o'zgaruvchan ratsionallik konsepsiyasi nuqtai nazaridan insonga fiziologiya va jamiyat kabi ikki kuch ta'sir qiladi. Shaxsning ratsionallik darajasi bu kuchlarga qarab o'zgaruvchan qiymatdir. Qaror qanchalik oqilona bo'lsa, shunchalik ko'p harakat talab etiladi. Bu ikki qarama-qarshi tendensiya quyidagicha harakat qiladi: insonning fiziologik tabiati uni xarajatlarni minimallashtirishga va shuning uchun kamroq oqilona qarorlar qabul qilishga undaydi; me'yor va me'yorlarga asoslangan ijtimoiy tabiat, aksincha, ko'proq harakat va oqilona qarorlarni talab qiladi.

Reytingli ratsionallik tushunchasi P.L. Reyno insonda ongli va ongsiz kabi kuchlar bir-biriga qarama-qarshi turishidan kelib chiqadi. Iste'molchi xatti-harakatlarining barcha turlarini aqliy energiya sarfi darajasiga ko'ra tartiblash mumkin. Ongli xatti-harakatlar qimmatga tushadi va ongsiz xatti-harakatlar o'zini o'zi saqlashni ta'minlamaydi. Shu munosabat bilan, aqliy energiya va xavfsizlik narxi o'rtasidagi muvozanatga erishish uchun iste'molchi xabardorlik darajasini tanlashi kerak.

J.Dyui inson tabiatining ikki komponentini impulslar va odatlar deb hisoblagan. Amerikalik sotsiolog A.Etzioni zavq va burchni inson xulq-atvori uchun ikkita rag'bat sifatida ajratib ko'rsatdi. Shaxsiy lazzatlanishga intilish bilan birga axloqiy burch kabi kuch ham mavjud. T.Skitovskiyning fikricha, ikki insoniy holat rohat va qulaylikdir. Bu tushunchalar orasidagi farq quyida ifodalangan. Konfor – bu statik holat, konforga bo'lgan ehtiyojni qondirish mumkin. Rohatlanish dinamik holatdir, zavqga bo'lgan ehtiyojni qondirib bo'lmaydi, chunki bugungi zavq darajasi ertaga qulaylik darajasiga aylanadi va zavqlanishning yangi darajasi iste'molni oshirishni talab qiladi.

Golland olimi J. Huizinga iste'molning o'yin sifatidagi psixologik jihatini tahlil qildi. O'yin jiddiy o'yinga qarshi va uchta xususiyatga ega:

- 1) o'yin – bu erkin faoliyat;
- 2) o'yin o'z tartibiga bo'ysunadi;
- 3) o'yin o'yinchi uchun ma'noga ega.

Muallif iste'molning o'yin asoslariga alohida e'tibor beradi, shu bilan birga u XVII-asr modasini o'yinning yorqin ifodasi deb biladi.

Zamonaviy jamiyatda o'yin elementlari muhim ahamiyatga ega, garchi ular alohida shaklda mavjud bo'lsa ham (masalan, sportda), lekin ular savdo, moda, reklama va boshqalar kabi sohalarga kirib boradi.

Iste'molchi psixologiyasi va makroiqtisodiyot o'rtasidagi bog'liqlik iqtisodiyotda obyektiv sharoitlarning odamlarning xatti-harakatlariga ta'siri muqarrar ravishda ularning subyektiv qarashlari bilan bog'liqligi sababli paydo bo'ladi. Iqtisodiy jarayonlarning yo'nalishini hech kim bashorat qila olmaydi – mamlakatni yuksalish yoki tushkunlik kutmoqda, biroq shaxslar doimiy ravishda o'z iste'moli va shaxsiy jamg'armalari bo'yicha aniq qarorlar qabul qilishga majbur.

Noaniqlik sharoitida iqtisodiy umidlar va jamoatchilik fikri umuman iqtisodiyotga sezilarli darajada ta'sir qiladi. Shunday qilib, ushbu psixologik omillar, agar odamlarning katta guruhi bir vaqtning o'zida o'z xatti-harakatlarini o'zgartirsa, pul sarflashga qaror qilsa yoki aksincha, pulni tejashga qaror qilsa va shu bilan makroiqtisodiy jarayonlarga, masalan, investitsiyalar dinamikasiga ta'sir qilsa, biznes sikllarining borishini o'zgartirishi yoki to'g'irlashi mumkin. Xarajatlar va jamg'armalar to'g'risida iste'molchilarning qarorlarini qabul qilish vaqtidagi kichik o'zgarishlar ham sezilarli bo'ladi, chunki iste'mol xarajatlari barcha mamlakatlar iqtisodiyotida katta rol o'ynaydi.

Xarid qilish istagi shaxsiy g'oyalar, odamlarning moliyaviy ahvoli, bandligi, narxlar dinamikasi, umuman mamlakat rivojlanishining umumiy iqtisodiy istiqbollari haqidagi shaxsiy g'oyalari, baholashlari va kutishlari bilan bog'liq. Bunday holda, biz umuman iste'molchi kutishlarining ahamiyati haqida emas, balki ularning zamonaviy iqtisodiyotdagi iste'molchilar xatti-harakatlari dinamikasini tushunishdagi roli haqida gapiramiz. Iste'molchilarning kutishlari haqida gapirganda, biz madaniy yoki institutsional omillarning ta'siriga qarab iste'molchi motivatsiyasidagi farqlarni aniqlash haqida gapirmayapmiz. Iste'molchilar u yoki bu tarzda ularning manfaatlariga mos keladigan iqtisodiy tanlovni afzal ko'radilar. Iste'molchilar o'z xohishlariga ko'ra harakat qilish imkoniyatiga ega bo'lishlari hal qiluvchi moment hisoblanadi. Xarakterli jihati shundaki, rivojlangan bozor iqtisodiyoti haqida gap ketganda, bu muammoni tushuntirish uchun "likvidlikni cheklash" toifalari yoki iste'molchilarning joriy iste'mol strukturasi moslashtira olmasligidan foydalaniladi. Bundan tashqari, ba'zi (hatto ko'p) iste'molchilar uchun tanlovning asosiy cheklovi

daromadning yetishmasligi bo'lib, ularning daromadlari hozirgi va kelajakda ham yetarli turmush darajasini ta'minlash uchun juda past. Cheklovlarning barcha manbalari bir xil natijaga olib keladi: tanlov butunlay cheklangan bo'lsa, iste'molchilarning kutishlaridagi o'zgarishlar ularning xarajatlari yoki jamg'arma qarorlariga ta'sir qilmaydi. Aksincha, bu cheklovlar kamayishi bilan iste'molchi kutishlarining roli oshadi.

Iste'molchi kutishlarining ishonchliligi va asosliligi iste'molchilarning iqtisodiy ma'lumotlarni olish va qo'llash qobiliyatiga bog'liq. Bunday imkoniyatga mavjud ma'lumotlarning hajmi va sifati hamda olingan ma'lumotlarni izohlash uchun yetarli bo'lgan iqtisodiy masalalarda aholining xabardorligi ta'sir ko'rsatadi. O'z umidlarini shakllantirish jarayonida iste'molchilar o'tmishdagi voqealarni kelajakka shunchaki ekstrapolyatsiya qilishmaydi. Ularning kutishlari istiqbolga mo'ljallangan bo'lib, ular daromad va bandlik, narxlar va foiz stavkalaridagi kutilayotgan o'zgarishlar, soliq tizimidagi kutilayotgan o'zgarishlar va boshqa "iqtisodiy bo'lmagan" sohalarda kutilayotgan o'zgarishlarni o'z ichiga oladi. Bu iste'molchilar eng murakkab iqtisodiy jarayonlarni to'liq tushunishlarini anglatmaydi, bu ratsional kutishlar gipotezasining asoslaridan biridir. Boshqa, mutlaqo qarama-qarshi nuqtai nazarni ifodalab, biz iste'molchi yondashuvini irratsional deb atashga imkon beradigan belgilar yo'qligini ta'kidlashimiz mumkin. O'lchovlarning to'plangan tajribasiga ko'ra, iste'molchilar odatda ma'lum darajada "chegaralangan ratsionallik" ni namoyon qiladilar, bunda yakuniy natijalar qat'iy optimallashtirish prinsipiga qaraganda ko'proq yetarlilik mezoni bilan belgilanadi.

8.6. Iste'molchilar turlarining tasnifi.

Zamonaviy axborot jamiyatida iste'molning xulq-atvor nazariyasida eng muhim rolni iste'molchining axborotni idrok etish tahlili o'ynaydi. Iste'molchining individual xususiyatlariga qarab, har bir shaxsda, u yoki bu darajada, kiruvchi ma'lumotlarni idrok etish va qayta ishlashning sanab o'tilgan turlari mavjud.

Intuitiv iste'molchi turi darhol taassurotlarni tasvirlar va belgilarga birlashtiradi. U chalg'ituvchi tashqi arzimas narsalardan uzoqlashib, jarayonlar yoki hodisalarning chuqur mohiyatini "ko'rishi" mumkin. Axborotni intuitiv idrok etish bilan inson haqiqatni his qiladi, lekin uni

isbotlay olmaydi. Ba'zi psixologlar sezgini fikrlashning boshlang'ich bosqichi deb hisoblashadi.

Iste'molchining fikrlash turi faktga yo'naltirilgan. Fikrlashning eng muhim shakllari tahlil, sintez va umumlashtirishdir. Tasavvur aqliy faoliyatning yorqin namoyonidir. Tasavvur ko'pincha aqlning quroli deb ataladi: uning yordamida biz yangi voqelikni ixtiro qilishimiz mumkin va uning chegarasi yo'q.

Iste'molchining sensorli turi haqiqiy his-tuyg'ularga e'tibor beradi.

Iste'molchining his qilish turi his-tuyg'ularga asoslangan nazoratsiz idrokni ko'rsatadi (hissiy reaksiya).

O'z-o'zidan ko'rinib turibdiki, mamlakatimiz iqtisodiyotining buguni va kelajagi haqidagi muhim va ta'sirli axborot manbai ommaviy axborot vositalaridir. Biroq, masalan, iqtisodiyotning, odamlarning istiqbollarini baholash, tashqi ma'lumotlar qatlamini filtrlash, bir vaqtning o'zida daromadlar, narxlar, ish sharoitlari va boshqalarning o'zgarishi bo'yicha o'z his-tuyg'ulari va tajribasiga tayanadi. Bu iste'molchilarning mahalliy daromad va ish bilan ta'minlash sharoitlari, narxlari va mahalliy bozorlarda tovarlar mavjudligi, shuningdek, tez o'zgarib borayotgan muhitda mavjud voqealar bilan boshqa ko'plab assotsiativ aloqalar jarayonida olingan shaxsiy tajribasi ko'pincha iqtisodiy xatti-harakatlarga ta'sir qiluvchi eng muhim omil bo'lib chiqadi.

8.7. Shaxslarning iqtisodiy xulq-atvorining institutsional jihatlari.

Iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishning eng muhim omili – bu shaxslarning iqtisodiy xatti-harakatlarining institutsional jihatlari o'rganish.

Shuni ta'kidlash kerakki, iste'molchining iqtisodiy xatti-harakati faqat iste'mol sohasi bilan chegaralanmaydi. Iqtisodiy xulq-atvorning mehnat bozoridagi xatti-harakatlari, tadbirkorlik xatti-harakatlari va boshqalar kabi turlari ko'p jihatdan ularni tashuvchilarning iste'molchiga yo'naltirilganligi bilan bog'liq bo'lib, iste'molchilarning xulq-atvori bilan, iqtisodiy munosabatlarning butun tizimi esa iste'molchi munosabatlari bilan chambarchas bog'liq.

Iste'molchi xatti-harakati iste'mol bilan bog'liq ijtimoiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri – iste'molchi munosabatlari. Iste'molchi xatti-harakatlarining roli iste'molning o'zi iqtisodiy tizimdagi roli bilan belgilanadi:

1) iste'mol natijada ko'payish tizimining yakuniy bosqichi bo'lib, oldingi barcha bosqichlarning ta'sirini o'z ichiga oladi va shu bilan birga – takror ishlab chiqarish jarayonining barcha boshqa bosqichlarida iqtisodiy xatti-harakatlarga ta'sir qiluvchi omil;

2) iste'mol – bu alohida turdagi ishlab chiqarish: iste'mol jarayonida bevosita iste'molchining maqsadli funksiyasiga kiradigan asosiy iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish amalga oshiriladi.

Iste'molchi tovar va xizmatlardan foydalanib, iste'mol jarayonida ulardan naf oladi va shu orqali o'z ehtiyojlarini qondiradi. Iste'mol jarayonining natijasi inson kapitalining takror ishlab chiqarilishi – insonning jismoniy, intellektual, ma'naviy imkoniyatlari majmuasidir.

Iste'mol nafaqat takror ishlab chiqarish jarayonining elementi, balki jamiyatning ijtimoiy tuzilishini, uning qarama-qarshiliklari va deformatsiyalarini amalga oshirishning shakli va mexanizmidir. Jamiyatda shakllanayotgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar aynan iste'mol sohasida eng yaqqol namoyon bo'ladi.

Shunday qilib, Rossiya iqtisodiyotining o'zgarishi sharoitida iste'mol xususiyatlarining qutblanishi takror ishlab chiqarishning oldingi bosqichlarida sodir bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarning qarama-qarshiliklarining tashqi ko'rinishidir.

Iste'molchining xulq-atvori quyidagi bosqichlardan iborat: muayyan iste'molchi qarorlari va harakatlaridan oldingi ustuvorliklar, niyatlar, kayfiyatlar, baholarni shakllantirishdan iborat bo'lgan iste'mol bosqichi; imtiyozlarni izlash va olishni o'z ichiga olgan iste'molchining imtiyozlarga ega bo'lish harakati bosqichi ; iste'molchi effektini olish bosqichlari, ya'ni asosiy iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish jarayoni.

Iqtisodiy kategoriya sifatida iste'molchilarning xulq-atvori quyidagicha ko'rib chiqilishi mumkin:

1) iqtisodiy munosabatlar subyekttining iqtisodiy manfaatlarini (asosiy tovarlarni iste'molchi va ishlab chiqaruvchisi sifatida) amalga oshirish mexanizmi, iste'molning o'z funksional rolini bajarishini ta'minlaydigan xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyati orqali iste'mol munosabatlari;

2) jamiyatning ijtimoiy tuzilishini amalga oshirishni aks ettiruvchi mexanizmi bo'lib aynan shu mexanizm orqali ijtimoiy tuzilmaning atributiv (lot. atributum — baxsh etaman) xususiyatlarini tashkil etuvchi munosabatlar tizimi amalga oshiriladi;

3) "iste'molchi – ishlab chiqaruvchi" fikr-mulohazalarini ta'minlash mexanizmi;

4) turmush darajasining ko'rsatkichi. Odamlarning turmush darajasini tavsiflovchi ko'rsatkichlarning asosiy guruhi – yakuniy iste'mol ko'rsatkichlaridir. Aynan iste'molchi xulq-atvori sohasida turmush sifati va darajasini belgilovchi u yoki bu xususiyatlar to'plami amalga oshiriladi;

5) insonning ikki tomonlama tabiatining qarama-qarshiligini hal qilish shakllari, jamiyatning individual elementi sifatida.

Iste'molchi keng ma'noda oqilona mavjudot bo'lib, o'zi tushunadigan tarzda foydalilikni maksimallashtiruvchi rolini o'ynaydi. Iste'molchi foydalilikni qanday tushunishini shakllantirishda hal qiluvchi rol an'analar, madaniyat, muassasalarga tegishli. Iste'molchi xatti-harakati modeli doimo u yoki bu madaniy va tarixiy kontekstni nazarda tutadi.

Muassasa jamoatchilik ongining axborot belgisi va rag'batlantiruvchi vosita sifatida ishlaydi, jamiyatdan iqtisodiy agentga (shu jumladan iste'molchiga) o'zi uchun eng oqilona yechim haqida ma'lumot beruvchi aloqa signalining tashuvchisi, uni normaga rioya qilishga undashdir.

Iste'molchi xulq-atvorining institutsional omillari bir vaqtning o'zida iste'molchining iqtisodiy xatti-harakatlarini optimallashtirish omillari sifatida ishlaydi. Shaxslar o'zlarining farovonligini o'zlari xohlagan tarzda maksimal darajada oshiradilar. Shu nuqtai nazardan, institutlarning shaxsning farovonligi mezonlari haqidagi g'oyalarini shakllantirishda alohida omil sifatidagi o'rni juda muhim.

Iste'molchi xulq-atvori va institutlar o'rtasidagi munosabatlar bir qator jihatlarga ega. Muhim ahamiyatga ega bo'lib, institutlarning iste'molchi xatti-harakatlariga ta'siri, bu institutlarning funksiyasi va "o'zaro ta'sir (koevolyutsiya) maydoni" sifatida qaralishi mumkin. Iste'molchi xulq-atvorining o'zi uning omillari va elementlariga aylanadigan ma'lum normalar va institutlarni yaratishga qodir (masalan, moda instituti, xarid qilish). Shu bilan birga, iste'molchi xulq-atvori – bu institutsional komponentlarni (masalan, urf-odatlar va an'analar, mentalitet) o'z ichiga olgan elementlar to'plami.

Iste'molchining iqtisodiy xulq-atvoriga ta'siri nuqtai nazaridan iste'molchi xulq-atvori naqshlarining quyidagi darajalarini ajratish mumkin.

1. Supra-institutsional muhit darajasi – norasmiy qoidalar, jamiyatning keng qatlamlari tomonidan baham ko'rilgan qadriyatlar

ierarxiyasi, nisbatan barqaror shakllar, iste'mol shakllari mavjudligida namoyon bo'ladigan jamiyatning madaniy xususiyatlari (eng yorqin misol diniy me'yorlar va an'analar).

2. Institutsional tuzilmalar darajasi, masalan, oila instituti.

Bu institut, bir tomondan, iste'molchi xulq-atvorini amalga oshirish jarayonida institutsional muhitning kuchli ta'sirida bo'ladi va o'z navbatida, iste'mol madaniyatini, iste'molchi munosabatlarini va iste'mol uslublarini shakllantiradi. Boshqa tomondan, oilani iste'molchi xatti-harakatlarining asosiy elementi sifatida ko'rib chiqish mumkin, u barcha institutsional ta'sirlarni idrok etadi va ularning fonida o'z iste'mol qadriyatlari va me'yorlarini yaratadi.

Transformatsiya davrida oila instituti yangi institutlarning rivojlanishi va shaxsning iqtisodiy xulq-atvori asoslarini shakllantirish, yangi normalarning paydo bo'lishi, ularning rivojlanishi uchun o'ziga xos amortizator va muhitni tartibga soluvchi rol o'ynaydi. Muayyan oilaning me'yorlari va qadriyatlarini hisobga olgan holda "sozlash" va yangi me'yorlar moslashtiriladigan me'yorlarning sintezini amalga oshirish kerak. Oila instituti darajasida turli darajadagi institutlarning o'zaro ta'siri mavjud: bu yerda ular bir-birini to'ldirishni hisobga olgan holda prognozni oladilar va o'zaro mustahkamlaydilar yoki turli darajadagi ziddiyatli institutlar – rasmiy va norasmiy normalar, an'analar va qadriyatlar, yaratilgan makro, mikro va nano darajadagi institutlar.

Institutlar "iqtisodiy odam" modeliga cheklovlar va maqsadli funksiya darajasida ta'sir ko'rsatadi. Ular maqsad funksiyasini tuzatadi, uni an'analar, madaniyat va boshqa narsalar bilan belgilanadigan yangi sozlamalar bilan boyitadi (masalan, moda instituti yangi ehtiyojlar va iste'mol uslublarini shakllantiradi). Bu iqtisodiy subyektning optimallashtiruvchi mohiyatini inkor etmaydi: foydalilik mezonlari kengayib bormoqda, ular ushbu subyekttga nisbatan "tashqi" institutlarning ta'siri ostida "ichki" ga aylanadigan yangi tarkibni o'z ichiga oladi. Ushbu jarayonda cheklovlar ham ichkilashtiriladi.

Rossiya iste'molchisi uchun yangi bozor qadriyatlarini ichkilashtirish jarayoni, insonga yangi munosabatlar va cheklovlarni talab qiladi, bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida sodir bo'lgan va hozirgi vaqtda ham davom etmoqda. Biroq, bu jarayon amalda boshqa jihatga – cheklovlar tomoniga ta'sir qilmadi. "Tashqi" institutlarning (birinchi navbatda huquq instituti)

bozor o'zgarishiga tayyor emasligi va rus mentalitetining o'ziga xos xususiyatlari tufayli, agar ular bozor iqtisodiyotida rasmiylashtirilgan bo'lsa, odatda bozor iqtisodiyoti sharoitida rivojlanayotgan jamiyatga xos bo'lgan huquqiy va ma'naviy cheklovlar, ya'ni me'yoriy-huquqiy hujjatlar shakli va qoidalari o'z ichiga ichkilashtirilmaganligi sababli to'g'ri ishlamaydi.

Rossiya jamiyatida iste'molchilik mafkurasining tarqalishi asosan xulq-atvor modelining "iqtisodiy" tomonining gipertrofiyasi natijasi bo'lib, u institutsional tartibga solinmagan. Shu bilan birga, odamlarning motivatsiyasini shakllantirish va rag'batlantirishda ijtimoiy-iqtisodiy institutlarning roli amalda e'tibordan chetda qolmoqda.

8.8. Iste'molchilarning xulq-atvori orqali amalga oshiriladigan iqtisodiy munosabatlar.

Iste'molchi xulq-atvori orqali amalga oshiriladigan iqtisodiy munosabatlar murakkab munosabatlar tizimidir. Bozor sharoitida iste'molchilarning xulq-atvoriga umumiy yondashuv nuqtai nazaridan, u, birinchi navbatda iste'molchi xatti-harakati modelidagi cheklovlar, ehtiyojlar, daromadlar va narxlar kabi asosiy omillar ta'sirida shakllanadi, daromadlar va narxlar esa iqtisodiy omillardir. Maqsadli funksiya ehtiyojlardan iborat. Shubhasiz, ehtiyojlar tizimining o'zi, o'z navbatida, ma'lum darajada iste'molchining real daromadlari kabi omil bilan belgilanadi, ya'ni nominal daromadlar va narxlar darajasi ta'sir qiladi. Bundan tashqari, iste'molchi xulq-atvorining ham cheklashlar, ham maqsadli funksiyasini shakllantirishda ishtirok etuvchi institutsional omillar (madaniy an'analar, oilaviy munosabatlar va boshqalar) iste'molchi xatti-harakatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari, ular iqtisodiy omillarga – daromadlar, narxlar va ehtiyojlarga ham ta'sir qiladi. Iste'molchi bir vaqtning o'zida mavjud maqsadlarini amalga oshirish uchun to'rt darajada shakllanadi:

- nano darajada – o'ziga xos ehtiyojlar, munosabatlar, psixologik reaksiyalar, qadriyatlar tizimiga ega bo'lgan shaxs sifatida;
- mikrodarajada – oila a'zolarining shaxsiy ehtiyojlari bo'yicha konsensus shakllantiriladigan va boshqa uy xo'jaliklari, firmalar, davlat, bozorlar bilan iqtisodiy hamkorlik amalga oshiriladigan uy xo'jaligi sifatida;
- mezodarajada – "kumulyativ mintaqaviy iste'molchi" sifatida;

- makrodarajada – “butun mamlakatning yalpi iste’molchisi” sifatida (oxirgi ikki holatda – iste’molchi xulq-atvorining jamlangan subyekt sifatida).

Shaxs darajasida (yakka xo’jalik subyekti-iste’molchining kutishlari, kayfiyati, da’volari, uning xarid qilishdagi harakatlari) ushbu darajaga xos bo’lgan va o’ziga xos xususiyatidan kelib chiqib, individual psixologik omillar mavjud.

J. Katonaning fikricha, bular “oraliq o’zgaruvchilar”dir, chunki ular orqali pirovard natijada iste’molchi xulq-atvoriga bevosita obyektiv omillar ta’sir ko’rsatadi, bu darajadagi omillarga esa mikrodarajadagi omillar – mikrofaktorlar ta’sir ko’rsatadi. Masalan daromad taqsimotidagi ma’lum o’zgarishlar; narxlarning dinamikasi va nisbati iste’molchilarning kutishlarini, kayfiyatini, niyatlarini o’zgartiradi. Makro va mezo darajadagi o’zgarishlar (masalan, inflyatsiya, daromadlar sohasidagi davlat siyosatini o’zgartirish, narxlarni nazorat qilish, tashqi savdo, valyuta kursini tartibga solish, mintaqaviy ijtimoiy siyosatni o’zgartirish, bandlikning tarmoq tuzilmasi), ya’ni makro va mezofaktorlar ham individual darajadagi omillarga ta’sir qiladi. O’z navbatida, ikkinchisi makro va mezo darajada ta’sir qiluvchi iqtisodiy xatti-harakatlar omillariga teskari ta’sir ko’rsatadi (masalan, pessimizmning ommaviy to’lqinlari inflyatsiya kutilmalarining oshishiga, haddan tashqari talabning rivojlanishiga, inflyatsiyaga olib keladi) va mikro-omillar bo’yicha (masalan, chegaraviy foydalilikning psixologik qonuni uy xo’jaligi talabining shakllanish qonuniyatlarini belgilaydi).

Mikro darajada – uy xo’jaliklari darajasida – oilaning daromadi, uning tarkibi, ehtiyojlari, iste’mol uslubi va boshqalar kabi omillar mavjud. Bu mikro-omillarning o’zi, allaqachon ko’rsatilgandek, individual darajadagi omillar ta’sir qiladi. Makro va mezo omillar ham daromad va narxlarga ta’sir qiladi.

O’z navbatida, mikrodarajadagi omillar iste’molchilarning shaxsiy xohishlariga ta’sir qiladi. Mikrodaraja, shuningdek, makrodarajadagi omillarga ta’sir qilish orqali iste’molchining xatti-harakatlariga vositachi ta’sir ko’rsatadi (buning misoli inflyatsiyani keltirib chiqaradigan "ish haqi – narxlar" inflyatsiya spirali).

Mezol darajada iste’molchilarning xulq-atvorini belgilovchi omillarga mintaqadagi umumiy iqtisodiy va demografik vaziyat, inflyatsiya darajasi va sur’ati, bandlikning tarmoq tuzilishi, hududiy iste’mol bozorining to’liqligi va

boshqalar kiradi. Ularning barchasi, o'z navbatida, boshqa darajadagi omillar ta'sirida bo'lib, ularni katta darajada belgilaydi.

Makrodarajada iste'molchi xulq-atvorining shunday omillari (inflyatsiya, umumiy iqtisodiy vaziyat va boshqalar) mavjud bo'lib, ular, shuningdek, bir tomondan, boshqa darajadagi omillarning (masalan, daromad taqsimoti, narxlar, kutishlar) ta'siriga qisman vositachilik qiladi, kayfiyat va boshqalar) va boshqa tomondan, ularning o'zlari boshqa darajadagi omillarga ta'sir qiladi (kayfiyat, mikro darajada iste'molchilarning xatti-harakatlari normalari).

Iste'molchi xulq-atvorining eng muhim omillari – davlat, uning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishda ishtirok etish, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni tartibga solish uchun qo'llaydigan shakl va usullari. Davlat iste'molchini ma'lum bir tarzda tarbiyalaydi, ommaviy axborot vositalari orqali ma'lum iste'molchi munosabatlari va stereotiplarini targ'ib qilishni nazorat qiladi (yoki zamonaviy Rossiyada bo'lgani kabi o'zini nazoratdan olib tashlaydi). Davlat iste'molchilarning huquqlarini bevosita (iste'molchilar xulq-atvorining huquqiy asoslarini yaratish doirasida) ham, bilvosita ham – iqtisodiy o'sishning yuqori sur'atlarini, makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, tarkibiy, monopoliyaga qarshi, soliq siyosatini olib borish jarayonida himoya qilishga chaqiriladi. Daromad siyosati, to'liq bandlikni ta'minlash, narxlarni tartibga solish va ijtimoiy dasturlarni o'tkazish jarayonida namoyon bo'ladi. Darhaqiqat, davlat iste'molchi xatti-harakatlarining asosiy omillari – daromadlar, narxlar, ehtiyojlarga ta'sir qiladi. Davlatning ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar jarayonlarini tartibga solishda faol ishtirok etishdan o'zini o'zi olib qo'yishi ommaviy o'zbek iste'molchisi uchun eng salbiy oqibatlariga olib keldi.

Mulk munosabatlari tizimi, daromadlarni taqsimlash, darajasi, dinamikasi va narxlar nisbati, iqtisodiyotning tarmoq tuzilishi va boshqalar kabi makro va mezoiqtisodiy omillar mikrodarajada iste'molchilar xatti-harakatlarini ko'proq yoki kamroq farqlash uchun zarur shart-sharoitlarni uy xo'jaliklari darajasida tashkil qiladi. O'z navbatida, ma'lum bir tuzilma va hajmdagi samarali talabni taqdim etadigan va shu bilan iste'molchi xatti-harakatlarini amalga oshirish jarayonida ishlab chiqarish sohasiga ta'sir ko'rsatadigan uy xo'jaliklari tegishli makro va mezoiqtisodiy ko'rsatkichlarning (masalan, yalpi talabning hajmi va tuzilishi) shakllanishiga ta'sir qiladi.

Iste'molchining iqtisodiy xulq-atvori omillari tizimida institutsional omillar alohida o'rin egallaydi, ular shuningdek, "vertikal bo'ylab" ushbu vertikalning turli darajalari tomonidan yaratilgan omillar guruhlariga "parchalanishi" mumkin. Ular, shuningdek, bir-biriga bog'langan, o'zaro ta'sir qiladi va bir-biriga va turli darajadagi boshqa, institutsional bo'lmagan omillarga ta'sir qiladi. Makro darajada, bu, birinchi navbatda, davlat instituti, shuningdek, jamiyat madaniyati va an'analari mezodarajada – tegishli hududiy muassasalar, iste'mol madaniyatining mintaqaviy va milliy xususiyatlari. Mikro darajada, bu, birinchi navbatda, uy xo'jaligining iste'molchi xatti-harakatlari uchun ma'lum qoidalar va me'yorlarni shakllantiradigan oila instituti. Individual darajada bu asosan iqtisodiy xulq-atvorning norasmiy qoidalari – iste'molchi munosabatlari va stereotiplari, tarixiy va madaniy omillarga bog'liq. Bundan tashqari, har bir daraja institutlarning generatoridir. Shu bilan birga, har bir darajaga ham o'z darajasida, ham boshqa darajalarda hosil bo'lgan omillar ta'sir ko'rsatadi. Ko'p darajali institutsional omillarning ta'siri o'zaro mustahkamlovchi (agar muassasalar bir yo'nalishda harakat qilsa) yoki ko'p yo'nalishli va qarama-qarshi bo'lishi mumkin.

Iste'molchi xatti-harakatlarini amalga oshirish shakllari.

Iste'molchi xulq-atvori nafaqat ko'p darajali omillar majmuasi (tizimi) bilan belgilanadi, balki har bir darajada, u ushbu darajaga mos keladigan muayyan amalga oshirish shakllarini oladi.

Makro va mezodarajalarda iste'molchi xulq-atvorini amalga oshirishning asosiy shakllari amalga oshirilgan yalpi iste'mol talabi, aholining yakuniy iste'moli hajmi va tarkibi hisoblanadi.

Mintaqaviy miqyosda iste'molchi xulq-atvorining umumiy iqtisodiy va mintaqaviy omillari bilan bir qatorda quyi darajadagi omillarning o'zaro ta'siri "kesish" ayniqsa aniq kuzatiladi.

Mintaqadagi iste'molchilarning xulq-atvori, bir tomondan, mezo-daraja (mintaqaning "yalpi iste'molchisi", "uy xo'jaliklari" sektori) nuqtai nazaridan qanday ko'rinishi bilan tavsiflanadi. Boshqa tomondan, u ma'lum bir mintaqada yashovchi uy xo'jaligi darajasida o'ziga xos xususiyatlarga ega va mintaqaviy xususiyatlar kuchli ta'sir qiladi.

Iste'molchi uchun mahalliy, mintaqaviy tovar va xizmatlar bozori muammolari ayniqsa muhimdir. Bu darajada makro, mikro darajali va shaxs darajasidagi omillarning, shuningdek, aynan shu darajada harakat qiluvchi

o'ziga xos omillarning ta'siri namoyon bo'ladi. Gap ma'lum bir hududdagi iste'molchilar xulq-atvoriga ma'lum mintaqaviy xususiyatlarni yuklaydigan va birinchi navbatda daromad olish va xarajatlarni shakllantirish jarayonlari, samarali talab va aholining yakuniy iste'moli tarkibi bilan bog'liq bo'lgan omillar haqida bormoqda. Viloyat aholisining iste'molchi xulq-atvori mintaqada erishilgan hayot darajasi va sifatini amalga oshirishning bir turidir. Aholining turmush darajasi bo'yicha va shuning uchun iste'molchi xatti-harakatlarining parametrlari va xususiyatlari bo'yicha O'zbekiston hududlarida juda jiddiy farq mavjud.

Makrodarajadagi "jamlanma iste'molchi"ning xulq-atvori ham makro omillarning bevosita ta'sirida (ya'ni shu aniq darajada vujudga keladigan omillar) ham, boshqa darajadagi omillar ta'sirida ham shakllanadi.

Daromad darajasi ko'p jihatdan YaIMning umumiy hajmiga, uning aholi jon boshiga to'g'ri keladigan qiymatlariga, milliy daromaddan foydalanish tarkibiga (ya'ni jamg'arish va iste'molga ketadigan ulushga) va daromadlarni taqsimlash mexanizmiga bog'liq. Shu bilan birga, mikro darajada faoliyat yurituvchi uy xo'jaliklari, pirovardida, so'l darajadagi subyekttning iste'molchi xatti-harakatlarining xususiyatlarini aniqlaydi – umuman olganda, "iste'molchilar armiyasi".

Mikrodarajada iste'molchi xulq-atvorini amalga oshirishning asosiy shakllari uy xo'jaligi talabi, uning iste'mol xarajatlari va yakuniy iste'molidir. Uy xo'jaligi ushbu turdagi iqtisodiy xatti-harakatlarning asosiy subyektti bo'lib, iste'molchilarning xatti-harakatlarini amalga oshirish darajasi bo'lib, unga nisbatan qolganlarning barchasi o'rta (individual daraja) yoki ko'p jihatdan natijaviy (mezo-, makro-daraja) hisoblanadi. Bu oilaning yakuniy ehtiyojlarini shakllantirish va mavjud resurslar (birinchi navbatda, oilaviy budget) asosida iste'molchilarning xulq-atvori sohasidagi munosabatlarning butun majmuasini amalga oshiradigan haqiqatan ham harakat qiluvchi institutsional subyekttir. Uy xo'jaliklari darajasida iste'molchilarning xatti-harakati ma'lum hajm va tuzilmada, shuningdek, iste'mol va mulkiy xavfsizlik ko'rsatkichlari bo'yicha farqlanadigan tovarlar va xizmatlarni sotib olishga oilaning xarajatlari bilan tavsiflanadi. Bu yerda iste'molchi xulq-atvorining hal qiluvchi omillari oilaning moddiy ta'minlanish darajasi va daromadlari, shuningdek, uning ehtiyojlari darajasi va tuzilishidir.

Muayyan ehtiyojning oila uchun ahamiyati, boshqa narsalar teng bo'lsa, uning dolzarbligi va qondirish darajasiga bog'liq. Shunday qilib, real

daromadlarning pastligi sharoitida eng zarur oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyoj birinchi o'ringa chiqishga majbur bo'ladi va bugungi kunda o'zbek oilalarining muhim qismi daromadlarining asosiy qismi uni qondirishga sarflanadi. Shunga ko'ra, kam ta'minlangan toifaga mansub oilalar xarajatlarining asosiy qismini oziq-ovqat xarajatlari tashkil etadi. Kam daromadlar oilaning qondirishga qodir bo'lgan juda tor doiradagi ehtiyojlarni belgilaydi va bu ehtiyojlarni deyarli faqat asosiy oziq-ovqat va undan voz kechib bo'lmaydigan xizmatlar bilan cheklaydi.

Individual darajada iste'molchi xulq-atvorini amalga oshirishning asosiy shakllari ma'lum kayfiyatlar, baholashlar, psixologik reaksiyalar va boshqalar bilan bog'liq xaridlar to'g'risida iste'molchining individual qarorlari hisoblanadi. Iste'molchilarning individual baholashlari, psixologik reaksiyalari, kayfiyatlari, kutishlari turli darajadagi omillarga juda bog'liq. Kuzatilgan va umumlashtirilgan holda, ular mamlakat va mintaqadagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatning eng muhim makro va mezo-ijtimoiy ko'rsatkichlari hisoblanadi. Boshqa darajadagi omillarning butun majmuasi ta'sirida shaxs darajasida shakllangan iste'molchi hissiyotlari, o'z navbatida, makro va mezo-iqtisodiy vaziyatni shakllantirishda haqiqiy va juda kuchli omil bo'lib xizmat qiladi. Iste'molchi kayfiyatining yaxshilanishi aholining iste'molchi faolligining oshishi bilan birga keladi. Bu iste'molchining keyingi harakatlarini shakllantiradigan "oldindan harakat" bosqichidir.

Iste'molchi xatti-harakatlarini amalga oshirishning har bir darajasida turli darajadagi kelib chiqish omillarining butun majmuasi, tizimi mavjud. Ko'rib chiqilayotgan darajalarning har birida shakllanadigan iste'molchi xatti-harakatlarini amalga oshirishning o'ziga xos shakllari "ko'p darajali kelib chiqish" omillari majmuasining ushbu darajalarning har biridagi harakati bilan aniq bog'liq. Iqtisodiy tizimning turli darajalarida hosil bo'lgan, bir-biri bilan o'zaro ta'sir qiluvchi iste'molchining iqtisodiy xatti-harakatlari omillari, natijada mikrodaraja subyekttining iste'molchi xulq-atvorining xususiyatlariga bevosita ta'sir ko'rsatadigan omillar majmuasini tashkil qiladi. Uy xo'jaliklari tovarlar va xizmatlarning yakuniy iste'molchilari hisoblanadi. Iste'molchi xulq-atvori omillarining butun majmuasi mezo va makrosubyekttga (mintaqaning va umuman mamlakatning "jamo'a iste'molchisi") bevosita emas, balki mikrodaraja – uy xo'jaligi orqali ta'sir qiladi.

Yuqorida aytilganlar bilan bog'liq holda, iste'molning xulq-atvor nazariyasining muhim jihati iste'molchi kayfiyatini o'lchash masalasiga aylanadi. Iste'molchilarning niyatlari, kayfiyatlari va xulq-atvorini o'rganish uchun 1946 yilda J. Katona tashabbusi bilan birinchi iste'molchi so'rovlari o'tkazila boshlandi. 1950-yillarda uning rahbarligida iste'molchi kayfiyatining yig'indisi indeksini (Consumer Sentiment Index) yaratish metodologiyasi ishlab chiqilgan bo'lib, u minimal o'zgarishlar bilan hozirgi kunga qadar dunyoning ko'plab mamlakatlarida qo'llaniladi. Iste'molchi kayfiyati indeksi (CSI) aholining tizimli sotsiologik so'rovlari asosida tuziladi. IPN juda katta bashoratli salohiyatga ega. PSI ning bu bashorat qilish qobiliyatlari shundan kelib chiqadiki, uning asosida yaratilgan savollar iste'molchilar iqtisodiyotning hozirgi va kelajakdagi rivojlanishi haqidagi ma'lumotlarni qanday izohlashini tushunishga qaratilgan. Garchi oddiy iste'molchilar murakkab iqtisodiy jarayonlarni chuqur tushunishlari kutilmasa-da, CPI o'lchash tajribasi shuni ko'rsatadiki, iste'molchilar o'zlarining joriy xarajatlari va jamg'armalari to'g'risida qaror qabul qilishda kelajak haqidagi ba'zi ma'lumotlarni ham hisobga olishadi va shu bilan iste'molchi xatti-harakatlarini shakllantiradilar. Rossiyada 1996 yildan boshlab iste'molchilarning kayfiyatini o'rganishda sifat jihatidan yangi bosqich boshlandi, keyin IPNni muntazam ravishda qurish boshlandi.

Iste'molchi xulq-atvori uzoq vaqtdan beri iqtisodiy nazariyaning periferik tadqiqot obyekti bo'lib kelgan. O'tgan asrning oxirida iste'molchilar muammolari juda faol rivojlana boshladi. Biroq, tadqiqotning asosiy qismi sotsiologik yoki madaniy sohada, birinchi navbatda, iste'molning ramziy tomoniga qaratilgan. Iqtisodiy tadqiqotlarga kelsak, ularning aksariyati marketing faoliyati prizmasi orqali iste'mol tahliliga to'g'ri keladi. Natijada, iste'molning xulq-atvor nazariyasi zamonaviy o'zbek iqtisodiy tafakkurining asosiy oqimlaridan birmuncha farq qildi, uning ko'plab masalalari yetarlicha o'rganilmagan, sotuvchilarning ixtiyorida qoldi. Biroq, XXI-asrning boshlarida umumiy xulq-atvor iqtisodiyoti sohasida ham, iste'molning xulq-atvor nazariyasida ham tadqiqotlarni ko'paytirish rejalashtirilgan, bu bizga fanlararo yondashuvni chuqurlashtirishga va kelajakda samarali natijalarga umid qilish imkonini beradi.

8.9. Axborot kaskad nazariyasi.

O'tgan asrning so'nggi choragida katta inson massalarining xatti-harakatlarini tasvirlaydigan nazariy ishlar paydo bo'ldi. Bu mavzuga qiziqish ham faylasuf va sotsiologlarning asarlari, ham amaliy hayot tomonidan qo'yilgan vazifalar tufayli yuzaga keldi. Nima uchun moliyaviy bozorda pufakchalar paydo bo'ladi? Turli manbalardan olingan ma'lumotlarni birlashtirish zarurati bilan duch kelganda, odamlar qanday qaror qabul qilishadi? Jamiyat o'z ixtiyoridagi axborot imkoniyatlaridan, ijtimoiy tarmoqlar kabi qudratli vositadan foydalanib, odamlarning xulq-atvori va tanloviga ta'sir qila oladimi? Boshqa agentlarning xatti-harakatlari to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lsak ham, biz ularning xatti-harakati qanday bo'lishini aniq taxmin qila olmaymiz.

Ushbu muammolar axborot kaskadlari nazariyasi doirasida hal qilinadi, bu esa massaning xatti-harakati bir muvozanat nuqtasidan ikkinchisiga qanday o'tishini tushuntirishga harakat qiladi. Globallashuv tufayli bir mamlakatda inson xatti-harakati boshqasida agentlarning strategiyasini o'zgartirishi mumkin, bu esa ushbu bilim sohasini yanada dolzarblashtiradi.

Kaskad – umumiy belgilari bo'yicha o'xshash, bir xil turdagi ketma-ket obyektlar to'plamini, shuningdek, ushbu to'plamning obyektini bildiruvchi umumiy tushuncha. Ommaviy harakatlar ijtimoiy sohada yuzaga keladigan kaskadlarga misoldir.

Izchil xulq-atvor ko'pincha aktyorlarning nisbatan kichik guruhlarida uchraydi. Ko'p agentlar mavjud bo'lganda, boshqacha vaziyat yuzaga keladi, ular uchun o'zaro aloqalarning keng tarmog'ini o'rnatish juda qiyin. Ommaviy harakatlar nafaqat inqiloblar va diniy harakatlarda, balki iqtisodiyot va moliya sohasida va boshqa sohalarda ham paydo bo'ladi. Aktyor yuzaga kelgan xavf-xatarlarga qanday munosabatda bo'lishni bilmasa, ommaviy harakatga aralashadi, ko'pincha bunday sharoitlarda u o'z baholariga ishonchini yo'qotadi va shaxsan o'zi olgan ma'lumotlarni e'tiborsiz qoldirib, "hamma kabi" harakat qiladi.

Qaror qabul qilishda muvofiqlashtirilgan xulq-atvor modellarida ham, taqlid qiluvchi xulq-atvorni o'rganadigan modellarda ham, shaxs tanlashi kerak bo'lgan alternativalar berilganligi, shaxs tanlash mezonlarini to'liq bilishi taxmin qilinadi. U maqsadni tushunadi, lekin har doim ham unga erishishning aniq usullarini emas.

Tanlovni amalga oshirishdagi qiyinchiliklar, birinchi navbatda, individual bilimlarning cheklanganligi bilan bog'liq. Inson bilimlarining aksariyati tabiatan yashirin bo'lib, turli amaliy ko'nikmalar, qobiliyatlar va odatlarda mujassamlangan. Shaxs boshqalarning bilimiga cheksiz bog'liqdir, umumiy ma'lumotlar majmuasi bilan solishtirganda, uning individual bilimlari ahamiyatsiz. Agar biz vakolatli odamlarning tor doirasi haqida gapiradigan bo'lsak, qaror qabul qilishdan oldin aktyor ularni so'roq qilishi va keyin so'roq natijalaridan foydalanishi mumkin. Ko'pincha, bunday ma'lumot qaror qabul qilishi kerak bo'lgan shaxs nuqtai nazaridan yetarli emas. O'z bilimlarining cheklanganligini anglagan holda, subyektt imkon qadar boshqa odamlarning bilim va tajribasidan foydalanishga harakat qiladi va, qoida tariqasida, dalillardan ko'ra ko'proq boshqa agentlarning harakatlariga ishonadi. Uning uchun odamlar soyabon ostida ko'chada yuradimi yoki yo'qmi, odamlar ma'lum aksiyalarga investitsiya qiladimi, kiyim-kechak, musiqa, dori-darmonlar va muolajalar uchun hozirgi moda qanday va hokazolarni tushunish muhimdir.

Shaxsning bunday xatti-harakatlarini tahlil qilish "ijtimoiy munosabatlar" va "agent" ni bog'laydigan habitusning turi va tuzilishini o'rganish kabi strukturalistik-konstruktivistik yondashuvning uslubiy vositasidan foydalangan holda mumkin.

Habitus(odat) deganda shaxsning oldingi tarbiyasi va ta'limining mahsuli, uning tuzilishi tomonidan yuklangan va muayyan hayotiy vaziyatlarda ichki dunyo tomonidan tug'ilgan xulq-atvor tamoyillarini o'zlashtirish tushuniladi. "Idrok, tafakkur va harakat" sxemalari, P.Burdiening fikricha, habitusning ajralmas qismlari hisoblanadi. Hayotiy tajribaning shu asosda shakllanishi shaxsga ko'pincha ongsiz ravishda, ma'lum bir tarzda, boshqa yo'l bilan emas, balki harakat qilish imkonini beradi.

Habitus – amaliyot sxemalarining tuzilgan tizimi bo'lib, agentning barcha amaliyotlarini shunday shakllantiradiki, ular u mahsuloti bo'lgan ijtimoiy munosabatlar tizimiga moslashadi.

Habitus o'zining kelib chiqishi bilan, ijtimoiy munosabatlarning ichki majmui ekanligi bilan, shuningdek, amaliyotni ishlab chiqarish tizimidagi mavqei bilan – obyektiv ijtimoiy munosabatlarni ichkilashtirish natijasi ekanligi bilan belgilanadi, ya'ni amaliyotlarni ishlab chiqarish uchun zaruriy subyektiv shart.

Kognitiv va rag'batlantiruvchi tuzilmalar tizimi sifatida habitus bilan bog'liq holda tashkil etilgan amaliy dunyo – bu allaqachon erishilgan maqsadlar, foydalanish yoki amalga oshirilishi kerak bo'lgan bozorlar, obyektlar, vositalar yoki institutlar dunyosi. Chunki obyektiv sharoitlarda yozib qo'yilgan mumkin va imkonsiz, erkinlik va zarurat, imtiyoz va taqiqlar haqidagi qat'iy belgilangan dispozitsiyalar ushbu shartlarga obyektiv mos keladigan va qaysidir ma'noda ularning talablariga oldindan moslashtirilgan dispozitsiyalarni keltirib chiqaradi. Ehtimoli eng kam bo'lgan amaliyotlar, hech qanday mulohazadan oldin, aql bovar qilmaydigan, zaruratdan kelib chiqadigan ezgulikni tartibga soladigan to'g'ridan-to'g'ri bo'ysunish bilan istisno qilinadi, ya'ni imkonsiz narsani rad eting va muqarrarni xohlang.

Habitus ixtiro san'ati sifatida nisbatan oldindan aytib bo'lmaydigan va shu bilan birga ularning xilma-xilligi cheklangan cheksiz ko'p amaliyotlarni ishlab chiqarishga imkon beradi.

Bir tomondan, amaliy tasniflash tamoyillari sifatida harakat qiladigan amaliy sxemalar majmuasi sifatida habitus "ijtimoiy tuyg'u", ya'ni spontan (lot. spontaneus — erkin) va mantiqsiz narsa. Habitus reaksiyalari hozirgi vaqtda to'g'ridan-to'g'ri yozilgan obyektiv imkoniyatlarga (nima qilish yoki aytish kerak, nima aytmaslik va qilmaslik kerak), aks ettirishni istisno qiladigan kelajakka nisbatan hisob-kitoblarning yo'qligi bilan tavsiflanadi. Boshqa tomondan, u agent improvizatsiyalarining tizimlilikini, uning beixtiyor topqirligining tartiblilikini ta'minlaydi, bu esa butunlay tayyor "formulalar"da boshlang'ich nuqta va tayanch topadi. Ushbu formulalarga rioya qilish orqali habitus o'zi duch keladigan har qanday ijtimoiy vaziyatdan kutilmagan holatlarni bartaraf etishga va ularni hal qilish prinsipiga ega bo'lgan muammoga aylantirishga intiladi. Shu bilan birga, obyektiv qonunlarning ma'lum bir sinfining mahsuli bo'lib, habitus "sog'lom aql" dan kelib chiqadigan, shu va faqat ushbu qonunlar doirasida ruxsat etilgan "oqilona" xatti-harakatlar usullarini yaratishga intiladi. Shu bilan birga, habitus har qanday "jinnilik" ni ("bu biz uchun emas") istisno qilishga intiladi, ya'ni xulq-atvori obyektiv sharoitlarga mos kelmasligi tufayli norozi bahoga mahkum bo'ldi. Shu tarzda shakllangan habitus tuzilmalari, o'z navbatida, har qanday keyingi tajribani idrok etish va baholash asosida yotadi.

Shunday qilib, habitus amaliyotlarni erkin ishlab chiqarish qobiliyatidir, lekin ayni paytda bu ishlab chiqarish qobiliyatini cheklaydigan qattiq asosdir.

U "na misli ko'rilmagan yangi narsalarni yaratishga, na dastlab berilgan narsalarni oddiy mexanik qayta ishlab chiqarishga" ruxsat bermaydi.

Tarix mahsuli bo'lgan habitus o'tmish tajribasining faol mavjudligini ta'minlaydi, u idrok, fikrlash va harakat shakllari shaklida mavjud bo'lib, barcha rasmiy qoidalar va me'yorlarga qaraganda ancha ishonchli tarzda amaliyotning o'ziga xosligi va doimiylikini kafolatlaydi. Binobarin, habitus ijtimoiy institutlarning takror ishlab chiqarishini ta'minlaydi: institutning tuzilishi shaxsning ichki tuzilishiga mos keladi va keyinchalik uning kelajakdagi amaliyotida takrorlanadi (Burdiening fikriga ko'ra, "mulk, mulk egasiga tegishli tuzilma shaklini oladi, ya'ni uning mantig'i va talablariga to'liq mos keladigan generativ amaliyotdir"). Habitus muassasalarda "joylashish", ularni amalda moslashtirish va shu bilan ularni faol, hayotiy, faol rejimda saqlash imkonini beradi.

Habitusning ongsizligi uning jismoniyligi bilan belgilanadi: munosabatlar tanada yozilgan bo'lib, ular gapirish, ushlab turish, harakat qilish, muayyan kiritilgan talablarga bo'ysunish uslubi, odatlarida namoyon bo'ladi.

Muayyan ijtimoiy va iqtisodiy sharoitlarning muhim xususiyatlari va odatda turmush tarzi makonidagi ma'lum bir pozitsiya bilan bog'liq bo'lgan o'ziga xos xususiyatlar o'rtasidagi munosabat habitusning ishlashi bilan izohlanishi mumkin.

Shuni ta'kidlash kerakki, habitus integraldir va uning dispozitsiyasining alohida tarkibiy qismlariga bo'linib bo'lmaydi, chunki u bir sferadan ikkinchisiga o'tkaziladigan, ularning o'zaro izchilligini belgilab beruvchi bitta umumiy prinsipni ifodalaydi. Integral vaziyat yoki vaziyatga o'tkaziladigan amaliyot sxemalari tizimi sifatida habitus doimiy va universal ravishda butun atrof-muhitga tatbiq etilib, agentning amaliyotlar yig'indisini xarakterli turmush tarziga aylantiradi.

Turli xil mavjudot sharoitlari turli habituslarni keltirib chiqaradiganligi sababli, turli habituslar tomonidan yaratilgan amaliyotlar mavjudlik sharoitida obyektiv ravishda mavjud bo'lgan ijtimoiy farqlarni farqlovchi farqlar tizimi sifatida ifodalovchi xususiyatlarning tartibli konfiguratsiyasidir. Agentlar tomonidan qabul qilingan bu nomuvofiqliklar va ularga mos keladigan xususiyatlar hayot tarzi sifatida ishlaydi. Bu yerda umumiy prinsip:

- ma'lum bir sinfning mavjudlik shartlari va mavjudlik sharoitlarining umumiy tarkibidagi shaxsning o'rnini ma'lum bir habitusni tashkil qiladi;

- habitus, birinchidan, amaliyotlarni hosil qiluvchi sxemalar, ikkinchidan, idrok etish va baholash sxemalari asosida yotadi;

- amaliyotni yaratuvchi sxemalar, idrok etish va baholash sxemalari faoliyat turlarini, mavzularni, nuqtai nazarlarni va oxir-oqibat ma'lum turmush tarzini shakllantiradigan boshqa narsalarni tanlash uchun javobgardir.

Shunga ko'ra, individning mavjud bo'lishi uchun sharoitlarning boshqa sinfi boshqa habitus, boshqa amaliy sxemalar va natijada boshqa turmush tarzini keltirib chiqaradi.

Habitusning mavjudlik shartlari va ijtimoiy belgilanishlarning bir sinfi chegaralarida kuzatilgan bir xilligi amaliyot va ishlarni darhol tushunarli va bashorat qilish mumkin bo'lgan va shuning uchun aniq va o'z-o'zidan ravshan deb qabul qilinadigan narsadir.

Guruh yoki sinfning yashash sharoitlarini bir xillashtirish natijasida yuzaga keladigan obyektiv bir xil holga keltirilishi, har qanday aniq kelishuvlar amaliyotni strategik hisob-kitoblarsiz va normalar bilan ongli ravishda bog'lamasdan obyektiv ravishda uyg'unlashtirishga va ularni to'g'ridan-to'g'ri niyat va munosabatlarsiz o'zaro moslashtirishga imkon beradi.

Agar bir guruh a'zolarining yoki tabaqalashgan jamiyatda bir xil sinfga mansub amaliyotlar har doim agentlar bilgan yoki xohlaganidan ko'ra ko'proq va yaxshiroq muvofiqlashtirilgan bo'lsa, bu (Leybnits aytganidek), "faqat o'z qonunlariga rioya qilgan holda, har biri boshqasiga mos kelmaydi. Shunday qilib, habitusni o'xshash tarix bilan jismlarga yozib qo'yilgan immanent (o'ziga xos) qonun, lex insita sifatida aniqlash mumkin. Aytish mumkinki, bu qonunning ta'siri ichki shaxs tuzilmalari niqobi ostida tashqi ijtimoiy tuzilmalarni takror ishlab chiqarishda namoyon bo'ladi.

Biroq, habitus nafaqat takror ishlab chiqarishni, balki shaxsning amaliyotida ijtimoiy tuzilmaning ma'lum bir o'zgaruvchanligini ham ta'minlaydi, institutlarni qayta ko'rib chiqish va o'zgartirishga bo'ysundiradi, bu esa ularni qayta faollashtirish uchun kompensatsiya va shartdir. Habitus tuzilmalari qanday o'zgarishini u shakllangan ijtimoiy sharoitlarni (uning

shakllanish shartlarini ishlab chiqarishda) "harakatga kiritilgan" ijtimoiy sharoit bilan bog'lash orqali tushunish mumkin.

Habitus tuzilmalari har lahzada yangilanishni boshdan kechiradi, asl tuzilmalarni tanlab olish kuchi bilan belgilangan chegaralar doirasida o'zgartiradi va bir sinfning barcha a'zolari uchun statistik umumiy bo'lgan tajribalarning yagona integratsiyasini amalga oshiradi, ammo bu integratsiya birinchi tajribaga bo'ysunadi. Dastlabki tajribaning alohida ahamiyati, habitusning yangi ma'lumotlar oqimida o'zi tanlagan tanlov yordamida o'zining doimiyligini ta'minlashga va o'zini o'zgartirishdan himoya qilishga intilishi natijasidir. Shunday qilib, tasodifiy yoki majburlash ma'lumotlari paydo bo'lganda, u ilgari o'rganilganda shubha tug'dirishi mumkin bo'lgan narsalarni rad etadi, xususan, bunday ma'lumotlarning paydo bo'lishi uchun noqulay sharoitlarni yaratadi. Masalan, gomogam (teng) nikohni har qanday "tanlov" paradigmasi sifatida ko'rib chiqish mumkin: bu yerda habitus uni kuchaytira oladigan tajribaga berilishga intiladi (buni odamlar bunga harakat qilishlari empirik tarzda aniqlangan haqiqatdan ham ko'rsatadi, ya'ni bir fikrda bo'lganlar bilan siyosat haqida gaplashing).

Joylarni, hodisalarni, tashrif buyuradigan odamlarni muntazam tanlash orqali habitus tanqidiy ko'rib chiqishdan qochishga intiladi, o'zini eng yaxshi moslashtirilgan muhit bilan ta'minlaydi, ya'ni o'z mahsuloti uchun eng qulay bozorni taklif qiladigan, uning moyilligini mustahkamlashga qodir bo'lgan nisbatan barqaror vaziyatlar olami. Va bu yerda yana, habitusning eng paradoksal xususiyatida – har qanday "tanlov" ning tanlab bo'lmaydigan prinsipi – axborotdan qochish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar haqidagi paradoksning yechimi yotadi: habitusga xos bo'lgan idrok etish va baholash sxemalari barcha qochish strategiyalarini o'z ichiga oladi. Ular, asosan, ongsiz, beixtiyor qochish natijasidir.

Diskursiv va aks ettiruvchi darajaga yetmagan amaliyotlarni ishlab chiqarish tamoyilini amaliy o'zlashtirish jarayonida agent axborotdan uzoqlashish uchun boshqalarning amaliyotiga taqlid qiladi.

Habitusning bu muhim amaliy xususiyati agentlarning iqtisodiy ma'lumotlar bilan ishlashida juda aniq namoyon bo'ladi.

Iqtisodiy axborot investitsiya yoki tadbirkorlikka moyillik sifatida iqtisodiyot ustidan hokimiyat funksiyasidir. Buning sababi shundaki, oddiy texnik qobiliyat emasligi sababli ma'lumotni olishga moyillik muvaffaqiyatli foydalanish imkoniyatiga bog'liq va uni olish imkoniyati, o'z navbatida,

undan muvaffaqiyatli foydalanish imkoniyatiga bog'liq. Muayyan sharoitlarda iqtisodiy kompetensiya – bu iqtisod ustidan hokimiyatga ega bo'lganlar uchun so'zsiz tan olinadigan kuch, ma'lum bir maqom atributidir.

Shunday qilib, habitusning mohiyati va tuzilishini o'rganish kabi strukturalistik-konstruktivistik yondashuvning uslubiy vositasidan foydalanish axborot kaskadlarining rivojlanish sabablari va mexanizmini chuqurroq tushunish imkonini beradi.

Bugungi kunga kelib, axborot kaskadlari nazariyasi bilimlarning turli sohalarida faol rivojlanmoqda.

Birinchi marta axborot kaskadi tushunchasi 1992-yilda S.Bikchandani, I.Uels va D.Xirshleyferlar tomonidan taklif qilingan. Axborot kaskadi ketma-ket, birin-ketin qaror qabul qiladigan odamlar o'zgarar ma'lumotlariga tayanib, o'z ma'lumotlarini e'tiborsiz qoldirganlarida yuzaga keladi, ya'ni ular boshqalarning xatti-harakatlaridan (tanlovidan) olingan ma'lumotlarga tayanganlar. Aytish joizki, A.Banerji va D.Fudenberg kabi xorijiy mualliflarning ko'pgina asarlarida "axborot kaskadi" atamasi bilan bir qatorda chorvachilik xatti-harakati – "ommaviy yoki poda harakati" tushunchasi ham qo'llaniladi. Axborot kaskadlari biznes, siyosat, sud ekspertizasi va kundalik faoliyatda hamma joyda mavjud. Axborot kaskadlari nazariyasiga oid adabiyotlarda bunday hodisaning turli misollarini ko'rish mumkin.

D.Sharfshteyn va J.Steyn ishlarida investitsiya bozoridagi menejerlarning xatti-harakati prinsipial-agent muammosi doirasida o'rganilgan. Mualliflar investitsiya fondi menejerlarining poda xatti-harakatlarini tasvirlaydilar, bu xuddi shu strategiyalarga rioya qilish va bir xil aksiyalarga qiziqish ko'rsatishda ifodalanadi. Xuddi shunday hodisa Trueman (1994), Ashiya and Chevalier (2001), Avery va Chevalier (1999) tomonidan o'rganilgan iqtisodiy tahlilchilarning xatti-harakatlarida ham uchraydi. Allen va Geyl (1998) va Diamond va Dybving (1983) da muhokama qilingan bank qochqinlari deb ataladigan narsalarda ko'rinib turganidek, axborot kaskadining yorqin misoli bank omonatchilarining podachi xatti-harakatidir. Mehnat bozoridagi podaning xatti-harakati nomzodni ishga kirishda baholashda namoyon bo'ladi. Ish beruvchi ko'pincha bo'lajak xodimning qobiliyatlari haqida cheklangan ma'lumotlarga ega bo'lganligi sababli, u avvalgi ish beruvchilarning tavsiyalariga e'tibor beradi va shunga qarab ish izlovchini qabul qiladi yoki qabul qilmaydi. G. Vaysaker va D. Kurbler axborot kaskadlarini xuddi shunday modellashtirish bilan shug'ullangan.

Asosiy axborot kaskadi modeli Bikhchandani va boshqalar tomonidan taqdim etilgan. Axborot kaskadining standart modelining asosiy shartlari quyidagilardan iborat:

- biron bir voqea sodir bo'lganligi to'g'risida qaror qabul qiluvchi agentlarning ma'lum bir ketma-ketligi o'rnatiladi;
- agentlar harakatlarining cheklangan maydoni mavjud (ba'zi bir hodisani qabul qilish yoki rad etish);
- har bir agent oldingi agentlarning harakatlarini qaror qabul qilish ketma-ketligida kuzatishi mumkin, ya'ni "Harakatlar so'zlardan ko'ra balandroq gapiradi";
- har bir agentda biron bir voqea sodir bo'lganligi haqida shaxsiy to'liq bo'lmagan signal mavjud;
- har bir agent, agar u ikkinchisidan yuqori ehtimollik bilan yaxshiroq deb hisoblasa, qandaydir muqobilni tanlashga qaror qiladi.

Bunday holda, ikki turdagi ma'lumot kaskadlari mumkin – noto'g'ri va to'g'ri kaskadi.

Shunday qilib, ilmiy adabiyotlarda axborot kaskadlari ma'lum qarorlarni qabul qilish bilan bog'liq inson faoliyatining ko'plab sohalariga xosdir. Qabul qilingan ma'lumotlarga qarab harakat qilish, ko'pchilikni tinglash – bu axborot kaskadining namunasi. Tarixiy misollar: AQShda taxta isitmasi, feminizmning tarqalishi, 1960-yillardagi talabalar qo'zg'olonlari, Amerika maktablarida giyohvand moddalarning tarqalishi va ko'plab sohalarda yangi texnologiyalarning o'zlashtirilishi.

Taqlid qiluvchi xatti-harakatlarning maqsadlari – bir xil darajadagi ma'lumotlarning mavjudligi, bir xil didga bog'liq bo'lgan bir xil turdagi vazifalarni hal qilish zarurati, qaror qabul qilish jarayonini soddalashtirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish istagi.

Biroq, qaror qabul qilishning bunday mexanizmi, bir-birining qaroriga amal qiladigan bir guruh odamlarning tashqaridan kelayotgan ma'lumotlarga e'tibor berishni to'xtatishiga va guruh ichida qabul qilingan qarorlarga butunlay "qulflanishiga" olib kelishi mumkin, hatto shunday bo'lsa ham qarorlar ularning foydaliligini maksimal darajada oshirishga hissa qo'shmaydi. Ushbu yondashuv kutilayotgan foydalilik nazariyasining xulosalariga zid keladi, chunki bunday xatti-harakatlar oqilona emas, lekin vaqt o'tishi bilan o'zgarmaydi, bu shaxs bu xatti-harakatni noto'g'ri deb hisoblamaydi va uni tuzatmoqchi emas degan fikrni tasdiqlaydi.

Ko'pincha odam bir guruh yaqin odamlar tomonidan taklif qilingan qarorning mantiqsizligiga shubha qiladi, lekin o'zini guruhga qarshi turishdan shunchalik qo'rqadiki, guruhning fikri uning qarori uchun asos bo'lib qoladi. Bu ta'sir guruh fikrlash fenomeni (yun. phainomenon — sodir bo'luvchi) deb ataladi, uning g'oyasi amerikalik psixolog I. Janisga tegishli, uning alohida holati Abilning paradoksidir. Bu bir guruh odamlar birgalikda o'z a'zolarining hech biriga mos kelmaydigan qaror qabul qiladigan vaziyatga asoslanadi, ularning har biri o'zi bu qarorni qolgan ishtirokchilar uni jozibador deb topgani uchun qabul qilganiga ishongan va shu bilan unga qarshi chiqqan, ya'ni o'ziga xos ratsionallik mezonlari bilan, guruh qarorini qo'llab-quvvatlaydi.

Axborot kaskadining asosiy muammosi shundaki, ba'zi vaqtlarda odamlar o'zlarining bilimlarini (xususiy ma'lumotlarini) e'tiborsiz qoldirishni, boshqalarning xatti-harakatlarini kuzatishni va ularga taqlid qilishni oqilona deb bilishadi. Ammo har bir kishi o'z bilimiga tayanishni to'xtatganda, kaskad o'zining axborot mazmunini yo'qotadi. Hamma odamlar o'zlari bilgan narsalarga asoslanib qaror qabul qiladilar, deb o'ylaydi, aslida esa bu taxminlardir. Bozorlar yoki saylov tizimlari qanday ishlashi haqidagi barcha shaxsiy ma'lumotlarni jamlash o'rniga, kaskad ko'r-ko'rona qabul qilingan bir qator variantlarga aylanadi, shuning uchun guruhning jamoaviy qarori noto'g'ri. Axborot kaskadlari nazariyasini tasdiqlash uchun eksperimental dizayndan foydalaniladi.

8.10. Eksperimental dizayn.

Eksperimental dizayn – bu test birliklari va bu birliklar qanday qilib bir xil kichik guruhlariga bo'linganligini, mustaqil o'zgaruvchilar yoki ta'sirlar qanday tarzda o'zgarishini, tashqi o'zgaruvchilar qanday boshqarilishini o'lchashni tavsiflovchi protseduralar to'plami. Axborot kaskadlarini aniqlash va o'rganish uchun o'rganish obyektlari (talabalar, o'qituvchilar, nafaqaxo'rlar, ya'ni dasturning maqsadli auditoriyasi) tasodifiy ikki guruhga taqsimlanadi: dasturga ta'sir qiladigan guruh va nazorat guruhi, ya'ni taqqoslash uchun asos.

Eng ko'p qo'llaniladigan eksperimental dizaynlardan biri tasodifiy namunaviy dizayndir.

Tasodifiy tanlab olish dizayni eksperimental tadqiqot shakli bo'lib, unda bir yoki bir nechta aralashuvning ta'siri subyektlarni eksperimental va

nazorat guruhlariga tasodifiy taqsimlash asosida baholanadi. Obyektlarning guruhlarga tasodifiy taqsimlanishi ularning har birining dasturda bo'lish imkoniyati bir xil ekanligini anglatadi. Eksperimental guruh dasturga ta'sir qiladi, nazorat guruhi esa yo'q va taqqoslash uchun asos sifatida ishlatiladi. Dasturni amalga oshirgandan so'ng, barcha guruhlarini so'roq qilish orqali tadqiqotchilar eksperimental guruhdagi o'zgarishlar nazorat guruhiga nisbatan qanchalik muhimligini tushunishga harakat qilishadi.

Faqat tasodifiy taqsimlash guruhlarining haqiqatan ham solishtirish mumkinligiga ishonch beradi va natijalarda kuzatilgan farqlar begona omillar yoki oldindan mavjud farqlar natijasi emas. Masalan, birinchi guruh talabalariga dasturdan oldin ikkinchi guruhga nisbatan malakali va ijodkor o'qituvchilar dars bergan bo'lsa, ta'sirchan guruh talabarlari nazorat guruhiga qaraganda yaxshiroq natija ko'rsatganidan qanday xulosa chiqarish mumkin. Guruhlar orasidagi kuzatilgan farqni qanday tushuntirish mumkin: dasturning ta'siri yoki ular o'rtasidagi o'ziga xos farqlar. Talabalarning guruhlarga tasodifiy taqsimlanishi faqat dasturning samarasini ko'rsatadi.

Biroq, eksperimental dizayndan foydalanish o'z cheklovlariga ega. Eksperimental dizayn odatda murakkab dasturlarni tahlil qilish uchun mos kelmaydi, bu yerda ko'pgina siyosiy dasturlarda bo'lgani kabi, olingan natijalar bir vaqtning o'zida bir nechta omillarning bir vaqtning o'zida o'zaro ta'siri natijasidir, eksperimental dizayn ko'p hollarda ularni qamrab olmaydi.

Tadqiqotchi barcha mumkin bo'lgan tashqi omillarning ta'sirini bartaraf eta olmaganligi sababli muammolar paydo bo'ladi va ba'zida bu keraksiz bo'lib chiqadi. Axir, haqiqatda, talabalarning tasodifiy taqsimlanishi aql bovar qilmaydigan ko'rinadi va har qanday dasturni amalga oshirishdan maqsad turli hududlarda haqiqatda sodir bo'ladigan obyektlarning tarqalishiga ta'sir qilishdir. Bu shuni anglatadiki, dastur samaradorligi ko'pincha tashqi omillar bilan birgalikda baholanishi kerak. Natijada, tasodifiy tanlov doirasida natijalar va omillar o'rtasidagi sababiy bog'liqlikni baholash qiyin, ya'ni dasturning samaradorligi va uni takomillashtirish usullarini aniqlash qiyin.

Ma'lumotni kaskad ko'rinishida taqdim etish yaxshidir – avval qisqacha xulosa bering va kerak bo'lganda asta-sekin uni kerakli tafsilotlar bilan to'ldiring. Aksariyat hollarda, axborot xabari ishning qisqacha mazmuni bilan cheklanadi, tafsilotlar esa qabul qiluvchi javob berganidan keyin etkaziladi.

Agar siz kvitansiyaning tan olishingiz kerak bo'lsa, hatto "qabul qilingan" kabi bitta so'z ham qisqa javob sifatida xizmat qiladi. Savdo xabarida

raqamlardan ko'ra grafik har doim afzalroqdir, chunki u umumiy tendentsiyani darhol aniqlash uchun ishlatilishi mumkin. Yangi mahsulot haqida xabar berishda uning tavsifini emas, balki fotosuratini taqdim etish yaxshiroqdir.

Nazorat yoki qaror qabul qilishni ta'minlash uchun ma'lumotlar o'z vaqtida kelishi kerak, aks holda u o'z qiymatini yo'qotadi va samarasiz bo'ladi. Ba'zi ma'lumot xabarlariga javob darhol kelishi mumkin: masalan, asbob-uskunalar buzilgan taqdirda (ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan shaxsdan), sotishning ko'payishi tufayli (ulgurji sotuvchidan), lekin menejerga qanday ma'lumotlarni taklif qilish kerak – bu haqda miyangizni chalg'itishingiz kerak.

Tashkilotdan kelgan axborot xabariga javobning mazmuni tashkilotning o'ziga bog'liq. Oylik moliyaviy hisobotlar joriy oy tugaganidan keyingi kuni tuzilishi mumkin, agar ma'lumotlar kun oxirida olingan bo'lsa, hisoblar oy oxirida yopilsa va butun hisobot bir nechta raqamlar ustunlaridan iborat bo'lsa, tayyor shaklda kiritiladi. Tezlikka intilish aniqlikni yo'qotish bilan tahdid qiladi – va siz bunga tayyor bo'lishingiz kerak, chunki shoshqaloqlik bilan odamlar odatda mayda-chuyda narsalarni sezmaydilar va hatto payqashsa ham, juda kech bo'ladi, ya'ni ko'proq tuzatishlar kiritish mumkin.

Bikchandani, Welch va Hirschleifer (keyingi o'rinlarda BHW-modeli) va eksperimental dizaynning axborot kaskadlarining klassik modelini ko'rib chiqing.

Tabiat tasodifiy ($p = 0,5$) dunyoning ikkita holatidan birini tanlaydi $w = (AB)$. Dunyoning holati A va B bilan belgilangan va turli nisbatlarda oq va to'q sariq rangli sharlar (A uchun uchta to'q sariq va ikkita oq, B uchun ikkita to'q sariq va uchta oq) bo'lgan ikkita urna bilan amalga oshiriladi. Tanlangan holat o'yinchilarga noma'lum, ammo ular $P(A) = 1 - P(B) = 0,5$ haqida umumiy ma'lumotga ega. O'yinchilarning maqsadi dunyoning haqiqiy holatini taxmin qilishdir.

O'yinchilar tasodifiy ravishda ekzogen tarzda berilgan navbatga joylashtiriladi (1.i). I-raundda i o'yinchi to'pni urnadan olib, joyiga qaytarish orqali shaxsiy signal oladi (a – to'q sariq to'p, b – oq to'p). Bu signal $q = 0,6$ aniqlikka ega – urnalardagi oq va to'q sariq sharlarning nisbati. Bundan tashqari, har bir o'yinchi oldingi o'yinchilar tomonidan qilingan tanlov haqida ma'lumotga ega (1, ..., $i - 1$). Ushbu ma'lumot umumiy signalni hosil qiladi. Keyin i-o'yinchi posteriori e'tiqodga ega. BHW modelida ratsional Bayes

qaror qabul qiluvchisi $P(A | (a, c)) > 0,5$ bo'lsa, B urnani A, $P(A | (a, c)) < 0,5$ deb ataydi. Ehtimollar teng bo'lsa, o'yinchi shaxsiy signalga amal qiladi.

Bunday model birinchi o'yinchilar uchun juda yuqori ehtimollik bilan (beshinchi o'yinchi uchun shaxsiy signalga rioya qilish ehtimoli) axborot kaskadini (har qanday shaxsiy signal uchun dunyoning bir xil holatini tanlash) shakllanishiga olib keladi, ya'ni 5% dan kam.

Tajribaning ikkinchi sessiyasida o'yinchilar orasidan tasodifiy tarzda ekspert agenti tanlab olindi, buning uchun urnalardagi to'plarning taqsimlanishi o'zgartirildi. A urnasida bitta oq shar va to'rtta to'q sariq, B urnasida to'rtta oq va bitta to'q sariq bor edi. Shunday qilib, ushbu o'yinchi uchun signalning aniqligi $q_e = 0,8$ ga oshdi. Bir qator turlarda signalning aniqligi oshishi mantiqiy e'tiqodning teskarisiga o'zgarishiga va kaskadning paydo bo'lishiga olib keldi.

Tajribalar ikki mashg'ulotdan iborat bo'lib, unda Ural davlat universitetining iqtisod mutaxassisliklari bo'yicha 70 nafar talabalari ishtirok etishdi. A.M. Gorkiy, o'yin nazariyasi yoki axborot iqtisodiyoti bo'yicha hech qanday ta'limga ega bo'lmagan. Har bir sessiyada zTree dasturiy paketida yaratilgan o'rnatilgan eksperimental interfeysga ega kompyuterlardan foydalanish uchun to'qqiz nafar ishtirokchi tasodifiy tanlab olindi. Birinchi sessiya 12 ta, ikkinchisi 15 ta davrdan iborat bo'lib, har birida to'qqiz nafar ishtirokchi o'z tanlovini amalga oshirdi. Tajribalar boshlanishidan oldin ishtirokchilar o'yin qoidalari bilan tanishib, sinov bosqichida ishtirok etishdi. Kompyuter tajribasidan oldin jismoniy obyektlarda 061o'yin tamoyillari ko'rsatildi. Keyinchalik, urn va shaxsiy signalni tanlash tasodifiy sonlar generatori yordamida amalga oshirildi. Har bir ishtirokchi o'z monitorida urnalar tasvirini, shaxsiy signalni va boshqa o'yinchilarning tanlovini kuzatishi mumkin edi, shundan so'ng u sichqoncha bilan qaror qabul qildi. Mutaxassislar ishtirokidagi sessiyada signal aniqligi yuqori bo'lgan o'yinchi qolgan ishtirokchilarga e'lon qilindi. Urna turini to'g'ri taxmin qilgan ishtirokchilar 1-tur uchun 25 rubl miqdorida mukofot olishdi.

Shunday qilib, har ikkala mashg'ulotda ham to'g'ri javoblar darajasi taxminan bir xil bo'ldi: 62 – 63% (8.1-jadval).

Tajribalarning umumiy natijalari

	Mutaxassislar bilan tajriba	Nazorat tajribasi
Qabul qilingan qarorlarning umumiy soni	135	108
To'g'ri qarorlar (%), shulardan	63,7%	61,6%
Tegishli shaxsiy ma'lumotlar	63,7%	58,3%
Bayes tomonidan	70,3%	57,5%
Axborot kaskadlari (%), shundan	73%	25%
Sodiq	82%	100%

Shu bilan birga, ekspertlar ishtirokidagi eksperimentda o'yinchilar ko'pincha Bayes qoidasiga muvofiq (yoki ko'pchilik ball bilan) tanladilar va ko'pincha o'zlarining signallariga rioya qilishdi (63,7% ga nisbatan 58,3%). Asosiy natija: agar asosiy eksperimentda dizayn takrorlangan bo'lsa (signalning aniqligi pasaygan va navbat uzunligi to'qqiz kishiga ko'paygan), kaskadlar faqat 25% hollarda, ekspert agentlar ishtirokidagi tajribada 73% hollarda kuzatilgan, ekspertning tanlovi ushbu tanlovga mos keladigan kaskadning shakllanishiga olib keldi. 18% hollarda bu tanlov noto'g'ri bo'lgan. Shunday qilib, 1 ga yaqin signal aniqligiga ega bo'lgan ekspert agentning paydo bo'lishi, avvalgi ishtirokchilarning tanlovidannazar, subyektlarni ekspertning tanlovidan nusxa ko'chirishga shubhasiz turtki bo'ldi.

Tajribaning keyingi bosqichlarida bu ta'sir yanada aniqroq bo'ladi. Asosiy eksperiment ishtirokchilarining umumiy daromadi maksimal umumiy daromadning 84 foizini (agar barcha agentlar Bayes qarorlarini qabul qilgan bo'lsa), ekspertlar bilan tajribada – maksimal daromadning 92 foizini tashkil etdi. Keyinchalik qabul qilingan qarorlarning haqiqiy samaradorligini va qisman signalning samaradorligini hisoblash – faqat qisman signal asosida qabul qilinishi mumkin bo'lgan potentsial qarorlarni olish kiradi. Haqiqiy samaradorlik ishtirokchilarning haqiqiy to'lovi va tasodifiy qaror qabul qilish (tangani aylantirish) natijasida oladigan foyda o'rtasidagi farqqa teng bo'lib, optimal foyda o'rtasidagi farq bilan normallashtiriladi (Bayes qarorlari asosida).

Tajribaning birinchi sessiyasida biz juda past real samaradorlikka erishdik – 36,8%, mutaxassislar ishtirokidagi sessiyada esa 56,9% darajasiga yetdi; Ishtirokchilarning taxminan 70% yechimlari Bayesianga to'g'ri keldi (birinchi sessiyalar – 57,5%). Qisman signalning samaradorligi qisman signalni kuzatishda kutilgan daromad tasodifiy (qisman signalni kuzatishda kutilgan daromad) qanchalik ko'p ekanligini ko'rsatadi.

Birinchi sessiya 47,3% yuqori xususiy signal samaradorligini ko'rsatdi, ikkinchi sessiyada bu ko'rsatkich 29,2% ni tashkil etdi.

Shunday qilib, yuqori ma'lumotga ega o'yinchilar paydo bo'lgan taqdirda, Bayes qarorlariga rioya qilish yanada samarali strategiya hisoblanadi (8.1-jadval).

Bu boradagi tadqiqotlarning keyingi yo'nalishlarini aniqlash uchun xorijlik olimlar tomonidan laboratoriya tajribalari o'tkazildi.

Keling, tadqiqot natijasida kuzatilgan axborot kaskadlari modelidagi asosiy o'zgarishlarni qisqacha bayon qilaylik.

1. Anderson va Xolt talabalar bilan kompyuter laboratoriyasida axborot kaskadi modeli asosida laboratoriya tajribasini ishlab chiqdilar va o'tkazdilar. Tajriba natijasi 74% hollarda axborot kaskadlari mavjudligining isboti bo'ldi.

2. Hung va Plott axborot kaskadlarining shakllanishiga turli yo'llar bilan ta'sir ko'rsatadigan uchta institutni ko'rib chiqishni taklif qildilar. Ular quyidagilarni aniqladilar: individualistik institut bilan o'tkazilgan tajribada kaskad qarorlarining 77,5%, ko'pchilik boshqaruvi instituti bilan – 39% va rag'batlantiruvchi izchillik instituti bilan – 96,7% kuzatilgan.

3. De Vany va Li modellarida agentlar muqobil variantlardan birini tanlashni boshladilar. Shunday qilib, tadqiqotchilar agentlarning qarorlarini qabul qilishni yanada realroq modellashtirishga harakat qilishdi, chunki oddiy hayotda odamlar ko'p alternativalar orasidan ko'proq va kamroq ikkitasini tanlashlari kerak.

4. Feltovich eksperimentda ishtirok etuvchi agentlarga o'z ma'lumotlarining to'g'riligini tanlashni taklif qildi, to'g'riroq ma'lumot olish esa qo'shimcha xarajatlar bilan bog'liq.

5. Oldingi agentlarni tanlash natijasida olingan ma'lumotlardan foydalanish samaradorligi masalasi 2005 yilda Fiore va Morone tadqiqotlarida ko'tarilgan. Tadqiqotchilar ketma-ket qarorlar qabul qiluvchi agentlarni ikki guruhga bo'lishni taklif qilishdi: axborot kaskadlari nazariyasi

haqida nazariy ma'lumotga ega va ma'lumotsiz. Tajriba natijasida ma'lum bo'ldiki, axborot kaskadlari ko'proq xabardor ishtirokchilar orasida shakllanadi (86%, shu jumladan to'g'ri kaskadlar – 49%).

6. Goeree, Palfrey, Rogers va McKelvey axborot kaskadlarining turlarini aniqladilar, shuningdek, mahalliy axborot kaskadlari aniq bo'lganlarga qaraganda tez-tez shakllantirilishini ko'rsatdilar.

Tajribalar natijasida olingan ma'lumotlar asosida axborot kaskadlarining paydo bo'lishi va tarqalishining parametrlari va qonuniyatlari bo'yicha gipotezalar sinovdan o'tkazildi, bu esa quyidagi xulosalar chiqarish imkonini beradi.

Birinchidan, boshqa agentlarning xatti-harakatlaridan olingan ma'lumotlar kafolatlangan oqilona qarorni qabul qilishga yordam beradi, chunki hech kim qaror qabul qilish uchun zarur bo'lgan barcha ma'lumotlarga ega emas.

Ikkinchidan, 98% hollarda qaror qabul qilish ketma-ketligida oldingi agentlarni tanlashda agentlar tomonidan nusxa ko'chirish to'g'ri qaror ekanligi va daromad keltirishi eksperimental ravishda ko'rsatilgan.

Uchinchidan, tadqiqot natijasi – paydo bo'lgan kaskadlar qaror qabul qilish ketma-ketligida ma'lumotlarning to'planishiga hissa qo'shishining isboti, ya'ni har bir keyingi agent avvalgisidan ko'ra ko'proq ma'lumotga ega, bu sizga yaxshiroq tanlov qilish imkonini beradi.

To'rtinchidan, axborot kaskadlarini shakllantirishning asosiy sabablari quyidagi shartlar bo'lishi mumkin.

1. Agentlar qaror qabul qilish ketma-ketligidagi oldingi agentlar aniqroq va ishonchli ma'lumotlarga ega deb hisoblaydilar.

2. Agentlarning o'z signalini aniqlay oladigan qo'shimcha ma'lumotlar yuqori xarajatlarni nazarda tutadi.

Shunday qilib, ma'lumot kaskadlari sun'iy sharoitda osongina modellashtirilgan degan xulosaga kelishimiz mumkin, bu omillarni tahlil qilish va ushbu hodisaning shakllanishi va tarqalish qonuniyatlarini aniqlash imkonini beradi.

Hozirgacha modellarda qaror qabul qilish ketma-ketligi muammosi hal etilmagan. Taklif etilayotgan modellarning muhim kamchiliklari qaror qabul qilishga ta'sir qiluvchi cheklangan parametrlardir. Binobarin, axborot kaskadlari modelini o'zgartirishning keyingi yo'nalishi modelga yangi

parametrni, ya'ni muayyan tanlov bo'yicha jamoatchilik fikrini shakllantiradigan ekspert agentlarni kiritish bo'lishi mumkin.

Mutaxassis – bu boshqa agentlarga qaraganda ba'zi bir voqea sodir bo'lganligi haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lgan agent.

Ikki texnologiya (a va b) o'rtasida tanlov misolidan foydalanib, mutaxassislar ishtirokida axborot kaskadini shakllantirishni ko'rib chiqamiz.

Aytaylik, a texnologiyasi $p = 1/2$ ehtimoli bilan b dan yaxshiroq, n kompaniyalar guruhi texnologiyani tanlash oldida. Endi guruhning har bir a'zosi uchta axborot signaliga ega: o'zining, tashqi va ekspertning qarori. Guruhning barcha a'zolari mutaxassisning o'z signalining aniqligi ularnikidan yuqori ekanligini bilishadi. Guruh a'zolari, shu jumladan ekspert, ketma-ket texnologiyani tanlash bo'yicha qaror qabul qiladi. Har bir ishtirokchi ma'lum bir nuqtada qaysi texnologiya yaxshiroq ekanligi haqida ma'lumot oladi, ma'lumot esa noto'g'ri. Axborot kaskadini shakllantirish ketma-ketligini ko'rib chiqamiz (8.2-jadval).

8.2-jadval

Kompaniya	1	2	3 *	4	5	6	7	8	9	10	...
Signal	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	...
O'z signalining aniqligi	0,75	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	...

Faraz qilaylik, birinchi kompaniya o'z signaliga ega $s = a$ $p = 0,75$ aniqlik bilan, keyin umumiy signal $s(a, c) = (1, 0)$ aprior (yoki shartsiz) ehtimollik $Pr(a)$ sharti bilan. $Pr(a) = Pr(b) = Pr(0, 0) = P = *A$, ya'ni ushbu texnologiyalar haqida aniqroq ma'lumot yo'qligida texnologiyalardan biri tanlanganligiga ishonch darajasini tavsiflovchi ehtimollik. Berilgan sharoitlarda birinchi kompaniya a texnologiyasini tanlaydi, chunki a texnologiyasi b dan yaxshiroq bo'lish ehtimoli 0,75 ga teng, ya'ni bunday sharoitda kompaniya menejeri o'z signaliga amal qiladi. Endi birinchi kompaniyaning qarori raqobatchining qaror qabul qiluvchilari uchun ommaga ma'lum bo'ladi, boshqa kompaniyalar esa birinchi kompaniya uchun o'z ma'lumotlari asosida qaror qabul qilish oqilona bo'lganligini bilishadi. Faraz qilaylik, ikkinchi kompaniya o'z signaliga ega $s = b$. a texnologiyasini tanlagan faqat bitta raqobatchini topib, b texnologiyasi hali hech qanday firma tomonidan talab qilinmagan bo'lsa, ikkinchi kompaniya birinchisining

shaxsiy signali $s = a$ deb taxmin qilishi mumkin. Ikkinchi kompaniya birinchisiga qaraganda ancha qulayroq holatda, chunki uning signaliga tashqi kompaniya qo'shiladi. Shunday qilib, ikkinchi kompaniyaning umumiy signali (1, 1) bo'ladi, guruhning ikkinchi a'zosi esa bir-birini istisno qiladigan ikkita qarama-qarshi (a va b) signallari bor, ya'ni a texnologiyasining b dan yaxshiroq bo'lishining posterior ehtimoli 0,5 ga teng. Shunday qilib, har bir texnologiya bitta kompaniya tomonidan tanlangan. Keyinchalik, ekspert texnologiyalar haqida o'z fikrini bildiradi. U o'z signalining yuqori aniqligiga ega, 0,9 ga teng (dastlabki shartlardan), u kompaniyalarni tanlashga e'tibor bermaydi. Mutaxassis uchun a ning b dan yaxshiroq bo'lish ehtimoli (Bayes yondashuvidan foydalanganda) 0,9 ga teng. Shuning uchun mutaxassis texnologiya foydasiga o'z fikrini bildiradi. Endi ekspertning qarori texnologiyani tanlash bo'yicha qaror qabul qiladigan barcha kompaniyalar uchun ma'lum bo'ladi.

Barcha keyingi agentlar uchun a texnologiyasining b dan yaxshiroq bo'lish ehtimolini hisoblab chiqamiz (8.3-jadval).

Shuning uchun, mutaxassisdan keyin qaror qabul qiladigan barcha kompaniyalar o'zlarining ma'lumotlariga e'tibor bermasliklari va uning tanlovini nusxalashlari oqilona bo'ladi, chunki a texnologiyasi b dan yaxshiroq bo'lish ehtimoli ortadi. Shunday qilib, to'rtinchi kompaniyadan boshlab, barcha keyingilar mutaxassis tomonidan belgilab qo'yilgan texnologiyani tanlaydilar.

8.3-jadval

Texnologiyalarni tanlashda keyingi ehtimolliklar

Kompaniya	1	2	3*	4	5	6	7	8	9	10	...
Signal	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	...
O'z signalining aniqligi	0,75	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	...
Pr (a)	0,75	0,5	0,9	0,75	0,9	0,995	0,98	0,93	1	1	...
Pr (b)	0,25	0,5	0,1	0,25	0,1	0,005	0,02	0,07	0	0	...

* mutaxassis

Posterior ehtimollik nisbati, ya'ni texnologiyalar to'g'risida yangi ma'lumotlarning paydo bo'lishini hisobga olgan holda, axborot kaskadi modelida mutaxassislar bilan va mutaxassislarsiz 8.4-jadvalda keltirilgan.

Shunday qilib, ekspertlar ishtirokidagi axborot kaskadi modelida a hodisasining a posteriori ehtimoli (kompaniyalar tomonidan a texnologiyasini tanlash) mutaxassisni tanlagandan keyin qaror qabul qiladigan barcha raqobatchilar uchun ortadi, chunki ekspert qarori nomutaxassislarga tegishli ma'lumotlarga nisbatan yuqori ishonchlilik va aniqlik bilan ajralib turadigan ommaviy axborotga aylanadi. Shuning uchun, qaror qabul qiluvchilar uchun Bayes hisob-kitoblari bilan tasdiqlangan ekspertlar tanlovidan nusxa ko'chirish oqilona bo'ladi.

8.4-jadval

Axborot kaskadi modelida mutaxassislar bilan va mutaxassislarsiz posterior ehtimollik nisbati

Kompaniya	1	2	3*	4	5	6	7	8	9	10	...
Signal	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	...
O'z signalining aniqligi	0,7 5	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	...
Pr (a) : Pr (a, e)	1	1	1,2	1,5	1,2	1,99	3,92	9,3	1,33	2	...

* mutaxassis

Shuni ta'kidlash kerakki, xuddi shu boshlang'ich sharoitlarda, ekspert ishtirok etgan taqdirda, axborot kaskadi ekspert tomonidan qaror qabul qilingandan so'ng darhol shakllana boshlaydi (bu alohida holatda, to'rtinchi agentdan) va bu holda ekspert ishtirokida, axborot kaskadi ketma-ketlik qaror qabul qilish sakkizinchi kompaniya keyin paydo bo'ladi. Shu munosabat bilan xulosa qilishimiz mumkinki, ekspert axborot kaskadini shakllantirishning o'ziga xos "katalizatori" bo'lib, ushbu aniq misollarda ikkita qarama-qarshi ma'lumot kaskadi shakllangan: birinchi holatda, ekspert ishtirok etadigan barcha kompaniyalar a texnologiyani afzal ko'rgan, ikkinchi holatda – b texnologiyani. Bunga asoslanib, qaror qabul qilish ketma-ketligida mutaxassisning ishtiroki axborot kaskadining shakllanishiga ta'sir qiladi, deb taxmin qilish mumkin, ya'ni a dan b ga yoki b dan a ga o'zgaradi, masalan: b, a, b, b, b, a *, a, a, a, a, a, a, a, bu yerda a * ekspertning qarori.

Shunday qilib, axborot kaskadi "mo'rtlik" xususiyatiga ega, ya'ni yangi, aniqroq ma'lumotlar qo'shilishi bilan u o'z yo'nalishini o'zgartirishi mumkin.

Shunday qilib, tahlil quyidagi xulosalar chiqarishga imkon beradi:

- agent-ekspertdan keyin qaror qabul qilgan barcha agentlar uchun o'z ma'lumotlarini e'tiborsiz qoldirish va uning tanlovini nusxalash oqilona bo'ladi, chunki to'g'ri variantni tanlash ehtimoli ortadi, bu Bayes formulasi yordamida hisob-kitoblar bilan isbotlangan;

- agent-ekspert axborot kaskadlarini shakllantirishning "katalizatori";

- agent-ekspert axborot kaskadlarini shakllantirish yo'nalishini o'zgartirishi mumkin, bu kaskadlarning "mo'rtligi" ning oqibatidir.

Kaskad nazariyasi chorvachilikning oqilona xulq-atvori bo'yicha tadqiqotning eng muhim va dominant yo'nalishidir. Uning xarakterli beqarorligi qaror qabul qiluvchilardan vaziyatni mustaqil tahlil qilish va ko'pchilikning fikrini so'zsiz qabul qilishga intilmaslikni talab qiladi.

Tayanch so'z va iboralar

Iste'mol iqtisodiyoti, institutsionalizm, axborot kaskad (sharshara) nazariyasi, odat, eksperimental dizayn, kapitalizm, sinxronlashtirish, kosmopolit, ekologik xavfsizlik, mikroiqtisodiyot, makroiqtisodiyot, kredit, chakana sotuvchi, tovar, pul fetishizmi (puldin rohatlanish), hashamatli tovarlar, o'lim fabrikasi, inson resurslari, axborot bosimi, neyrolingvistik dasturlash, neyroiqtisodiyot, neyrofiziologiya, modellashtirish, dopamin sekretsiyasi, fon musiqasi, rang stimuli, baxt iqtisodiyoti, taassurotlar iqtisodiyoti, megatrendlar, globallashuv, nanotexnologiya, kadrlar raqobatbardoshligi, ixtiyoriy soddalik, olomon effekti, brend effekti.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Iste'mol iqtisodiyoti deganda qanaqa iqtisodiyot ko'z oldingizga keladi?
2. Institutsionalizm nima?
3. Axborot kaskad (sharshara) nazariyasi deganda nimani tushunasiz?
4. Eksperimental dizayn deganda nimani tushunasiz?
5. Ekologik xavfsizlikning mohiyatini tushuntirib bering?
6. Mikroiqtisodiyot va makroiqtisodiyot fanlari orasidagi farq hamda ular orasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
7. Pul fetishizmi deganda nimani tushunasiz?

8. Hashamatli tovarlar deganda qanaqa tovarlar ko'z oldingizga keladi?
9. Neyrolingvistik dasturlash oddiy dasturlashdan nimasi bilan farq qiladi?
10. Nanotexnologiya deganda qanaqa texnologiyani tushunasiz?
11. Kadrlar raqobatbardoshligini oshirish uchun nimalarga e'tibor berish kerak?
12. Ixtiyoriy soddalik deganda nimani tushunasiz?
13. Olomon effektining mohiyatini tushuntirib bering?
14. Brend effektining ijobiy tomonlarini izohlab bering?

Testlar

1. Psixologik nuqtai nazardan, shaxs ehtimolliklarni qanday baholaydi?
 - A. past ehtimolliklarni yuqori baholaydi va o'rta hamda yuqori darajalarni past baholaydi
 - B. past ehtimolliklarni past baholaydi va o'rta hamda yuqori darajalarni yuqori baholaydi
 - C. past ehtimolliklarni past baholaydi va o'rta hamda yuqori darajalarni past baholaydi
 - D. past ehtimolliklarni yuqori baholaydi va o'rta hamda yuqori darajalarni yuqori baholaydi
2. Investorlar ahamiyatsiz ma'lumotlar va o'xshashliklar evaziga avvalgi ehtimollarni e'tiborga oladimi?
 - A. Umuman e'tiborsiz qoldiradi
 - B. Umuman olganda e'tiborga oladi
 - C. Gohida e'tiborga oladi gohida yo'q
 - D. Barcha javoblar to'g'ri
3. D.Kaneman va A.Tverskiyning innovatsion roli iqtisodchilar uchun g'ayrioddiy bo'lgan nazariyani qurish yo'lida yotadimi?
 - A. Ha
 - B. Yo'q
 - C. Gohida ha gohida yo'q
 - D. Barcha javoblar to'g'ri
4. Psixologik omillarning inson xulq-atvoriga ta'siri tobora ko'payib borayotgan olimlar va mutaxassislar uchun yaqqol ko'rinib turibdimi?
 - A. Ha

- B. Yo'q
- C. Gohida ha gohida yo'q
- D. Barcha javoblar to'g'ri

5. Psixologik omillarni tahlilga kiritmasdan to'liq vakolatli iqtisodiy nazariyani amalga oshirish mumkinmi?

A. Xulq-atvor iqtisodiyotining vakillari psixologik omillarni tahlilga kiritmasdan to'liq vakolatli iqtisodiy nazariyani amalga oshirish mumkin emasligini ta'kidlaydilar

B. Xulq-atvor iqtisodiyotining vakillari psixologik omillarni tahlilga kiritmasdan to'liq vakolatli iqtisodiy nazariyani amalga oshirish mumkinligini ta'kidlaydilar

C. Xulq-atvor iqtisodiyotining vakillari psixologik omillarni tahlilga kiritmasdan to'liq vakolatli iqtisodiy nazariyani amalga oshirish gohida mumkin gohida mumkin emasligini ta'kidlaydilar

D. Xulq-atvor iqtisodiyotining vakillari psixologik omillarni tahlilga kiritib turib to'liq vakolatli iqtisodiy nazariyani amalga oshirish mumkin emasligini ta'kidlaydilar

6. Xulq-atvor maktabi vakillarining fikriga ko'ra, xatti-harakatlar psixologik omillarga bog'liq va bu omillarni modellashtirishda ham hisobga olinishi kerakmi?

- A. kerak
- B. Kerak emas
- C. Ba'zan kerak
- D. Ba'zan kerak emas

7. D.Kahneman va A.Tverskiyning iqtisodiy nazariyaga qo'shgan eng muhim hissasi nimada?

- A. Istiqbol nazariyasini yaratganida
- B. Iqtisodiy nazariyani yaratganida
- C. Psixologik nazariyani yaratganida
- D. Ijtimoiy nazariyani yaratganida

8. Qarorlar qabul qilish va kompaniyani boshqarish murakkab dunyosini o'rganish yo'nalishlaridan biri bu qaysi nazariya?

- A. Xulq atvor nazariyasi
- B. Iqtisodiy nazariya
- C. Ijtimoiy nazariya
- D. Institutsional nazariya

9. Ratsionallik funksiyasining nechta qiymati bo'ladi?

A. 3 ta

B. 5 ta

C. 2 ta

D. 4 ta

10. Nemis iqtisodchisi Nobel mukofoti sovrindori R.Selten chegaralangan ratsionallik nazariyasini eksperimental tadqiqotlar yordamida to'ldirishni nechinchi yilda o'z zimmasiga oldi?

A. 1994 yilda

B. 1996 yilda

C. 1993 yilda

D. 1995 yilda

IX BOB. ISTE'MOLCHINING XULQ-ATVORI: KUTILAYOTGAN FOYDA NAZARIYASI

9.1. Iste'molchilarning xatti-harakatlarida maksimal foyda.

Iste'molchi xatti-harakatlarida foydalilikni maksimal darajada oshirish. Iste'mol qilinadigan tovarlarning foydaliligini maksimal darajada oshirish g'oyasi iqtisodga turli xil psixologik jarayonlarni nisbatan sodda tarzda tasvirlash va ularni modellashtirishda amaliy maqsadlar uchun nisbatan mos keladigan shaklda matematikaning optimallashtirish apparatlaridan foydalanish imkonini berdi. Biroq, bu yondashuv ko'plab muammolarni keltirib chiqaradi: nazariya asta-sekin voqelikdan "uziladi"; bir nuqtada, old shartlar nazariyani hech qanday faktlar bilan rad etib bo'lmaydigan tarzda shakllantiriladi (soxtakorlikni tekshirish – Popperga ko'ra, ya'ni nazariyaning ilmiy tabiati) va hokazo.

Darhaqiqat, zamonaviy iqtisodchilar o'z qurilishlarida foydani maksimal darajada oshirishning dastlabki shartidan kelib chiqadilar. Ammo agar ratsional xudbinlik va foydani ko'paytirish tamoyilini tasdiqlovchi iqtisodchining o'zidan nima uchun u oddiy maosh uchun nazariy tadqiqotlar olib boradi, deb so'ralsa, uning javobi iqtisodiyotdagi odamlarning xatti-harakatlari haqida shaxsiy fikrni bildirmaydi.

Agar biz foydalilikni maksimal darajada oshirish asosini saqlamoqchi bo'lsak, foydalilik nafaqat iste'mol qilinadigan tovarlar yoki xudbinlik manfaatlarini qondirishdan kelib chiqishi mumkinligini tan olishga majbur bo'lamiz – bu deyarli hamma narsadan kelib chiqishi mumkin. Agar biror kishi devorda o'tirgan pashshaga qarasa, bu unga foydalilik keltiradi. Bu bayonot ma'lum bir tadbirkor ma'lum bir devorda ma'lum bir chivinga qarash huquqini sotishni taxmin qilmaguncha, mana shu paytgacha bema'ni ko'rinadi. Buning uchun pul to'lashga tayyor bo'lgan bir nechta (zerikish, axmoqlik yoki o'ziga xoslik istagi tufayli) bo'ladi. Ehtimol, "mahsulot" hatto 2000-yillarning boshlarida bo'lgani kabi modaga aylanadi. G'arbiy yevropalik nafaqaxo'rlar orasida soatlab aeroportlarga qo'nayotgan samolyotlarni tomosha qilish modaga aylangan. Bunday holda, iqtisodchi foydalilik hech narsadan paydo bo'lganini tan olishga majbur bo'ladi. Misol uchun, ma'lum bir boy mashinani ajoyib narxga sotib oladi. Asosiy maqsad, shubhasiz, jamoatchilikka bunday pulni bimalol sarflashini ko'rsatishdir. Ushbu mashina o'zining maxsus dizayni, texnik xususiyatlari va

ekspluatatsion ishonchliligi tufayli unga to'langan narxga mos keladigan kommunal xizmatlarni keltirdi, degan xulosaga kelish noto'g'ri bo'lishi mumkin. Bunday holda, foyda keltirgan mashina emas, balki uning qanchalik qimmat ekanligini anglash, ijtimoiy tan olingan ramzni (Veblen effekti) olish orqali hayotdagi muvaffaqiyatini ifoda etish va tasdiqlash g'oyasi edi. Agar bu boy odam mashina sotib olish o'rniga oddiygina "Ular juda ko'p, nima qilishni ham bilmayman", deb ochiqchasiga o'sha pulni dengizga tashlasa, buning ta'siri kuchliroq bo'lardi, lekin boy odam ijtimoiy asoslarni buzishdan qo'rqardi (yoki u tasavvurga ega emas edi).

Yana bir misol: bir kishi tilanchiga sadaqa beradi. Neoklassik iqtisodchi buni mantiqsiz harakat deb aytadi, chunki u hech narsani maksimal darajada oshirmaydi. Ammo inson yaxshi ishni qilgandan keyin baxtliroq bo'ldi, demak u qandaydir foyda oldi. Xulq-atvor iqtisodiyoti bu holatlar uchun "ijtimoiy imtiyozlar" sxemasini taklif qiladi, bunda shaxs "altruizm koeffitsienti" ga ega bo'lib, uni shaxsning obyektiv funksiyasida jamiyatning foydaliligi oldiga qo'yish mumkin. Sadaqani yoqimli tuyg'uni sotib olish sifatida ham ko'rish mumkin va bu tuyg'uning chegaraviy o'sishi marjinal xarajat bilan bog'liq bo'lishi kerak.

Yana bir misol: ko'p odamlar soatlab do'konda narsalarni tanlashni yaxshi ko'radilar, hatto ularga kerak bo'lmasa ham, ularni qo'yib, bir haftadan keyin sotib olib, keyin ularni do'konga qaytarishadi. Ba'zi odamlar jurnallar yoki kataloglarni varaqlashni, turli modellarning afzalliklarini solishtirishni, narxlarning harakatini kuzatishni yaxshi ko'radilar. Bunday holda, ijtimoiy o'rnatilgan amaliyotga muvofiq sodir bo'ladigan tovarlar yoki boshqa qiymat belgilari bilan o'zaro ta'sir qilish jarayoni allaqachon foydalilikni keltirib chiqaradi. Buning uchun narsaning shaxsga tegishli bo'lishi ham shart emas, chunki mulkchilik g'oyasisiz (egalik asosli tushunchasi qurilgan) ongda uning tasviri bilan o'zaro ta'sir qilish mumkin.

Iste'molchi o'z budjeti mablag'larini o'zi zarur bo'lgan yoki bozorda mavjud bo'lgan turli xil tovarlar (xizmatlar) o'rtasida taqsimlaydi. Iste'molchilar uchun ikkita mumkin bo'lgan xatti-harakatlar mavjud:

1. mahsulot sotib olmoqchi bo'lgan iste'molchi o'z daromadining har bir pul birligidan maksimal foyda olishga intiladi, ya'ni $U = \max$;

2. xaridor tovarlarni sotib olish uchun o'z daromadlarini begonalashtirib, har bir mahsulotdan (har bir bitimdan) maksimal foyda olishga intiladi, ya'ni $U = \max$.

Ikkala variant ham tadqiqot mantig'i va epistemologiyasida farqlanadi. Agar birinchi variantda iste'molchiga mavjud bo'lgan har bir daromad birligini iloji boricha foydali tarzda investitsiya qilish (begonalashtirish) kerak bo'lsa va ikkinchisi, oxir-oqibat, tovarlar (xizmatlar) narxlari bo'yicha daromadlarni foydali taqsimlashni izlash orqali hal etilsa, iste'molchiga kerak bo'lgan ikkinchi variant iste'molchi budjetining ko'payishi bilan bog'liq, ya'ni tranzaksiyadan bir oz qo'shimcha olish. Rasmiy ravishda, farq shundaki, bir holatda mablag'larni samarali sarflash imkoniyati ko'rib chiqiladi, ikkinchisida – ularni samarali oshirish, garchi birinchi variant bir xil vazifa bilan tavsiflanadi – har bir keyingi daqiqada iste'molchi budjetini tuzish.

Ammo taqdim etilgan variantlarning mantig'i boshqacha. Birinchi variant – ixtiyoriy daromadning har bir yangi birligini begonalashtirishdan foyda olish. Bu yerda o'sish daromad egasi mumkin bo'lgan bitimning istalgan vaqtida nima qilishi mumkinligi bilan erishiladi, ikkinchi versiyada esa o'sish tranzaksiya iste'molchiga beradigan tejash deb ataladigan narsa tufayli erishiladi. An'anaga ko'ra, ikkinchisi iste'molchi mumkin bo'lgan variantlar to'plamidan xarajatlar yoki mahsulot narxi bo'yicha foydali bo'lgan variantni tanlash orqali shunchaki g'alaba qozonishi bilan izohlanadi. Past narx sabab bo'ladi va narxlar o'rtasidagi farq bu munosabatlarning paydo bo'lishining mezoniga aylanadi. Arzimas holat natijasida iste'molchi budjeti oshadi, bir xil budjetga ega bo'lgan iste'molchi ma'lum bir davrda oldingi yoki keyingisiga qaraganda ko'proq tovar birliklarini sotib olishi mumkin. Misol uchun, rezavorlar va qo'ziqorinlar Moskvaga qaraganda Vologda arzonroq bo'lganligi sababli, ularni birinchi navbatda sotib olish, siz marketing va bozor qonunlarini bilmasdan, Moskvada xarajatlarni tejashingiz mumkin. Qulay kon'yuktura natijasida olinishi mumkin bo'lgan daromadning ortishi kelajakda mustaqil daromad vazifasini bajaradi, bu esa iste'molchining erkinlik darajasini kengaytiradi. Ushbu mantiqni tasdiqlovchi dalillar va uni tasdiqlovchi misollarni A. Marshal, E. Slutskiy va J. Xikslarning asarlarida topish mumkin. Bir qarashda bu tushuntirish bozor munosabatlari hodisasini ochish uchun yetarli. Ammo diqqat bilan o'rganib chiqqach, iste'molchi tanlovi fenomenidagi hamma narsa yuqoridagi model bilan izohlanmaganligi ma'lum bo'ldi. Ba'zi paradokslar D.Kahneman va V.Smit tomonidan o'z tadqiqotlarida qayd etilgan.

9.2. Kutilayotgan foydalilik nazariyasidagi xatti-harakatlar paradokslari.

Bunday ko'p paradokslardan biri Samuelson aksiomalari bilan bog'liq. Ochilgan imtiyozlarning zaif aksiomasi iste'molchining oqilona xatti-harakati haqida gapirishga imkon beradi, ya'ni turli vaziyatlarda uning tanlovining izchilligidir. Aniqlangan imtiyozlarning kuchli aksiomasiga ko'ra, iste'mol budjetida turli xil tovarlar va xizmatlarning o'zaro o'tish qobiliyati (tartibi o'zgarishi) mavjud.

Eng oddiy ibora shundan iboratki, agar A tovari B tovaridan, B tovari C dan afzalroq bo'lsa, A tovari ham B, ham C dan afzalroq bo'ladi. Aksiomalarda belgilangan pozitsiyaga muvofiq, agar iste'molchi oldiga ma'lum miqdordagi mablag' va uchta mos tovar darhol qo'yilsa, u o'zida mavjud bo'lgan mablag'larni yuqorida qabul qilingan formula bo'yicha nomlari ko'rsatilgan tovarlar o'rtasida taqsimlaydi. Birinchidan, u A tovarni sotib olish uchun zarur bo'lgan qismni A tovarga yo'naltiradi, keyin qolgan qismdan B tovarni oladi, shundan keyingina u qolgan qismdan C tovarni sotib olishga majbur bo'ladi. Lekin bu yerda birinchi qoida buzilishi sodir bo'ladi. Birinchidan, ma'lum bo'lishicha, A mahsuloti sotib olingandan so'ng va xaridor A uchun kamroq mablag'ga ega bo'lgandan keyin (ya'ni, budjet – A mahsulotini sotib olish qiymati), u endi B mahsulotiga ustunlik bermasligi mumkin, ammo C tovar shunday bo'ladi, ya'ni tranzitivlik va afzallik qoidalarining birinchi mumkin bo'lgan buzilishini boshdan kechiradi. Ikkinchi mumkin bo'lgan variant qandaydir to'rtinchi yaxshi D ning paydo bo'lishi bilan bog'liq. Keyin, birinchidan, D yaxshiligi A dan afzal ekanligi ma'lum bo'lishi mumkin, bu iste'molchi budjetining yangi tuzilishiga olib keladi, ikkinchidan, bu yaxshi D tovar istalgan vaqtda iste'molchi daromadlari uchun raqobat deb ataladigan sharoitda yoqilishi hamda bozorda mahalliy va global tebranishlarni yaratishi mumkin.

Yuqoridagi qarama-qarshiliklarni ratsional kutishning an'anaviy modeli kontekstida tushuntirishning iloji yo'q, shuning uchun muammoni daromadlarni rasmiy ravishda oshirish, iste'molchining budjet imkoniyatlarini oshirish bilan hal qilishdan foydalanishga o'tish taklif etiladi. Tovarlar va xizmatlar o'z daromadlarini ularni sotib olishga sarflagan iste'molchiga beradigan (olib keladigan) imtiyozlarni hisobga oladigan yechim. Ushbu kuzatuv qog'ozini sotib olish va sotish jarayoniga o'tkazish xaridorning tovarni boshqacha ko'rishga kirishishiga olib keladi: asosan o'zboshimchalik uchun xos bo'lgan iste'mol xususiyatlarining uning xaridori (egasi) uchun

imtiyozlar tashuvchisi, an'anaviy klasteri o'rniga mahsulotga aylanadi. Agar biz ushbu mantiqni davom ettirsak, mahsulot egasi yordam berishi mumkin bo'lgan daromad tashuvchisiga aylanadi. Ayirboshlash qiymatini baholashga bunday qo'shimcha bir tomondan imkon beradi va boshqa tomondan ayirboshlash qiymatining talqinini kengaytirishni taklif qiladi (va hatto majbur qiladi). Ushbu talqin iste'molchining o'z nuqtai nazaridan to'g'ri bo'ladi, chunki yakuniy tahlilda tovarning ayirboshlash qiymatini iste'molchi belgilaydi.

Iqtisodiy hodisalarda harakatning uchta shakli mavjud: biologik, ijtimoiy va psixologik, shuning uchun bozorni har qanday nuqtai nazardan o'rganish noto'g'ri va hatto noo'rin bo'ladi. Shubhasiz, iqtisodiy hodisalarni har uchala shaklda tavsiflash noto'g'ri bo'ladi, chunki bu subyektt o'z qiymatini yo'qotadigan parallelizmga olib keladi. Shubhasiz, chiqish yo'li turli xil tadqiqot obyektlarini birlashtiradigan umumiy elementni topishdir. Bunday element iste'molchi har bir narsadan olishni izlayotgan / kutgan (istak / kutishga zid) foyda bo'lishi mumkin.

Narsaning foydaliligi nafaqat buyumning o'zi nuqtai nazaridan, balki muayyan iste'molchi nuqtai nazaridan ham nisbiy qiymatdir. Iste'molchida daromad manbai sifatida har qanday narsaga nisbatan ozmi-ko'pmi barqaror munosabat shakllanadi. Iste'molchining fikriga ko'ra, mahsulot sotib olayotganda u daromaddan ko'ra ko'proq foyda oladi. Rasmiy mantiqdan kelib chiqqan holda, biz bu munosabatni absurd deb hisoblaymiz, chunki xaridorning foydasi uning xarajatlaridan katta bo'lishi mumkin emas. Yuqoridagi mantiq qo'shimcha tushuntirishlarni talab qiladi, ular orasida daromad keltiruvchi xarajatlar tushunchasi katta ahamiyatga ega.

Narsaning rentabelligi rasmiylashtirilishi va bu narsa o'z egalariga olib keladigan pul daromadi shaklida taqdim etilishi mumkin. Bu qiymat nafaqat mahsulotdan mahsulotga, bozordan bozorga, balki vaqt va joyga qarab bir xil mahsulot uchun ham o'zgarib turadi.

Mutaxassislar mahsulotda munosabatlar deb ataladigan ma'lum bir "iste'molchi va ayirboshlash xarakterining ko'plab xususiyatlarining muvofiqlashtiruvchi harakati" mavjudligini ta'kidlaydilar. Bu xususiyat obyektiv bo'lib, u iste'molchida tovar mavjud bo'lganda paydo bo'ladi va "daromad maydoni" shaklini oladi.

"Daromad maydoni" iste'molchi va ayirboshlash xususiyatlarining birligini tashkil qiladi va dinamizm bilan tavsiflanadi, ya'ni bozor holatiga

bog'liq va shunga mos ravishda o'zgaradi. Mahsulotning "daromad maydoni"ni tashkil etuvchi o'zaro munosabatlar tizimi tabiati va yo'nalishi bo'yicha har xil bo'lib chiqadi. Avvalo, u daromad (budjet) va tovarlar iste'moli o'rtasidagi munosabatni ifodalaydi. Tovarlarni o'zlarining "daromad sohalarida" nafaqat daromadlar (budjet) bilan bevosita, balki bir-biri bilan ham o'zaro ta'sir qiladi, lekin foydalanish qiymati elementlari bilan emas, balki ayirboshlash qiymati elementlari bilan, ya'ni qo'shimcha daromad olish, "daromad maydoni" ni to'ldirish huquqlari uchun kurashmoqda.

Zamonaviy jamiyatda foydalilikni maksimallashtirish nazariyasining ustunligini rad etuvchi iste'molchilarning xatti-harakatlariga misollar topish mumkin. Buning sababi shundaki, shaxs uchun nafaqat tovarni to'g'ridan-to'g'ri iste'mol qilish, balki unga egalik qilish, o'z manfaatlarini qondirish, masalan, ushbu manfaatlar haqida o'ylash, moddiy foyda keltirmaydigan harakatlar psixologik foydali bo'lishi mumkin. Xulq-atvor iqtisodiyotida shaxsning "altruizm koeffitsienti", ijtimoiy imtiyozlar va individual qadriyatlar tizimi kabi psixologik xususiyatlari ko'rib chiqiladi.

Ushbu qoidalar zamonaviy iste'molchilarning xatti-harakatlarida umumiy xususiyatlarni topishni qiyinlashtiradi va ba'zan imkonsiz qiladi. Shu munosabat bilan iqtisodchilar va marketologlar zamonaviy bozor va iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganishda psixologiya usullarini tobora ko'proq qo'llashga majbur bo'lmoqdalar.

Iqtisodiy agentning ongi ramzlar dunyosida yashaydi (ular xarajat ekvivalentiga ega – narx), bu belgilar o'zboshimchalik darajasida murakkab bo'lishi mumkin, har qanday madaniyatga tegishli va har qanday moddiy shaklda ifodalanishi mumkin, ammo ularning vazifasi ba'zi oddiy va keng tarqalgan ehtiyojlar guruhlarini qondirishdir.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasi quyidagi qoidalarga asoslanadi. Aytaylik, agentni tanlash bir qator mumkin bo'lgan natijalardan biriga olib kelishi mumkin. Shu bilan birga, bu qanday natijaga olib kelishini oldindan (tanlash vaqtida) aniqlash mumkin emas. Biz barcha mumkin bo'lgan variantlar to'plamini C bilan belgilaymiz. Natijalar tovarlar to'plami bo'lishi mumkin (va keyin $C = X$); ular naqd to'lovlar shaklida bo'lishi mumkin. Faraz qilaylik, natijalar to'plami cheklangan, har qanday natijaning ehtimolliklari ham ma'lum. Lotereya tushunchasi xavf ostida qaror qabul qilish bilan bog'liq alternativani tavsiflash uchun ishlatiladi.

Oddiy lotereya – bu $L = (p_1, \dots, p_s)$ ehtimollar to'plami, bu yerda p_s – natijaning ehtimoli s , $p_s \in [0, 1]$ va $p_s = 1$.

Murakkab lotereya -bu($a_1, a_2, a_R, \dots, L_1, \dots, L_R$) lotereya bo'lib, natijalari oddiy lotereyalar bo'lib, har bir oddiy lotereya L_k ak ehtimoli bilan o'tkaziladi. Shu tarzda tuzilgan murakkab lotereyani $\text{fak}L_k$ deb yozishga rozi bo'laylik. Ushbu yozuvdagi qo'shish va ko'paytirish belgilari shartli bo'lib, arifmetik amallarga mos kelmaydi, faqat murakkab lotereyaning shakllanish usulini aks ettiradi.

Aytaylik, inson uchun muhim bo'lgan yagona narsa – bu qanday qilib olinganligi emas, balki har qanday natijaning yakuniy ehtimoli. Shunday qilib, iste'molchi uchun har qanday murakkab lotereya bir xil natijalar to'plamiga ega oddiy lotereyaga teng bo'ladi, agar murakkab lotereyadagi har bir natija oddiy bir xil yakuniy ehtimolga ega bo'lsa.

Jismoniy shaxsning afzalliklari Z maydonida aniqlanadi, bu yerda Z ma'lum natijalar to'plami uchun barcha oddiy lotereyalar to'plamidir.

Biz imtiyozlarni oqilona deb hisoblaymiz. Uzluksizlik taxmini ehtimollikdagi kichik o'zgarishlar ikkita lotereya o'rtasidagi imtiyozlar tartibini o'zgartirmasligini anglatadi. Aniqlik ostida tanlovni tahlil qilishdan kelib chiqadigan bo'lsak, imtiyozlar oqilona va uzluksiz bo'lsa, ular foydali funksiya yordamida ifodalanadi, ya'ni haqiqiy sonlar to'plamida Z xaritalash U funksiyasi mavjud bo'lib, $L > L' \Rightarrow U(L) > U(L')$ ga ekvivalent bo'ladi.

Mustaqillik aksiomasi deb ataladigan qo'shimcha aksioma kiritiladi: agar berilgan ikkita lotereyaning har biri uchinchi bilan aralashtirilgan bo'lsa, bu aralash lotereyalarga ustunlik berish tartibi asl nusxadagi kabi bo'ladi.

Mustaqillik aksiomasi noaniqlik sharoitida tanlov nazariyasi uchun markaziy o'rinni egallaydi, chunki u ehtimolliklar bo'yicha chiziqli bo'lgan foydali funksiyaga ustunlik berish imkonini beradi. Bunday funksiya kutilgan foydali funksiya deb ataladi.

Foydali funksiya $U : Z \leq R$ kutilgan foydalilik ko'rinishiga ega bo'lsa, har bir mumkin bo'lgan xi natijasiga har qanday oddiy lotereya $L = (p_1, \dots, p_s)$ $U(L) = \sum p_s$ ga to'g'ri keladigan tarzda u raqami berilishi mumkin bo'lsa. Ushbu xususiyatga ega bo'lgan U funksiyasi kutilgan yordamchi funksiya yoki Neumann-Morgenstern yordamchi funksiyasi deb ataladi.

"Kutilayotgan foydalilik" atamasi quyidagi nuqtani aks ettiradi: $U(L)$ lotereyasining foydaliligi natijalarning kommunal xizmatlarining kutilgan

qiymati sifatida ko'rib chiqilishi mumkin, ya'ni ui qiymatlarining matematik kutilishi sifatida.

Agar imtiyozlar kiritilgan aksiomalarni qondirsa, kutilgan foydali funksiya mavjud bo'lsa natijalar to'plamining cheklanganligi va uzluksizlik aksiomasi tufayli yaxshi va yomonroq lotereyalar mavjud bo'ladi. Odatiy yordamchi funksiya tartibli va shuning uchun har qanday ijobiy monotonik o'zgarishlarni qabul qiladi. Kutilayotgan foydalilik funksiyasi bo'lsa, afin transformatsiyalargacha kutilayotgan foydalilik funksiyasining o'ziga xosligi haqida gapirish mumkin.

Kutilayotgan foydali funksiyaning o'ziga xosligi shundaki agar $u \in Z^R$ funksiyasi Z da belgilangan afzalliklarni ifodalovchi Neumann-Morgenstern kutilgan foydali funksiyasi bo'lsa va Z da bir xil afzalliklarni aks ettiruvchi boshqa Neumann-Morgenstern yordamchi funksiyasi bo'lsa, Y da shunday raqamlar mavjudki, har qanday $L \in Z$ uchun $u(L) = eu(L) + Y$.

9.3. Kutilayotgan foyda nazariyasi prinsiplariga asoslangan imkoniyatlar.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasida tavakkalchilikka oid qaror qabul qilish imkoniyatlar (istiqbol) o'rtasidagi tanlovga asoslanadi. Mumkin bo'lgan natijalar obyektiv (standart) deb taxmin qilingan holda, ularning tegishli ehtimolliklari bilan baholanadi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasi uchta tamoyilga asoslangan variantlardan birini tanlaydi:

- kutish: ushbu imkoniyatning umumiy foydaliligi mumkin bo'lgan natijalarning kutilayotgan foydaliliklarining yig'indisi bo'ladi;
- aktivlarning integratsiyalashuvi: agar jami variantlarning foydaliligi mavjud aktivning foydaliligidan oshib ketgan taqdirdagina yangi aktiv mavjud aktivlarga qo'shiladi, shuning uchun ikki elementning integratsiyalashuvining mutlaq natijasi muhim va mumkin bo'lmagan o'zgarishlar bilan ifodalanadi;
- odamlarning tavakkalchilikdan voz kechishi: xavf-xatardan voz kechishning keng tarqalganligi insoniy imtiyozlarni eng yaxshi umumlashtirishdir. Kutilayotgan foydalilik nazariyasining ushbu xulosasi portfelni boshqarishning zamonaviy nazariyasi prinsipiga aylanadi, unda tavakkalchilikdan voz kechish ko'proq xavf uchun yuqori daromadga bo'lgan talabga aylanadi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasi treyder va investor o'zlarining har bir harakatini oqilona ko'rib chiqishlarini nazarda tutadi, ya'ni oldingi harakatlar, o'tgan natijalar, shaxsiy imtiyozlar va savdo chegaralaridan qat'iy nazar har bir qaror mutlaqo oqilona bo'ladi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasi nashr etilgandan va imkoniyatlar nazariyasi yaratilganidan buyon inson xatti-harakatlarining ratsionalligiga shubha tug'dirish uchun yetarlicha kuzatishlar to'plangan. Kahneman va Tverskiy ratsionallikka zid bo'lgan bir nechta anomaliyalarga alohida e'tibor berishdi.

Ulardan birinchisi, taqqoslash nuqtasi sifatida qabul qilingan, qandaydir neytral natija bilan solishtirgandan so'ng natijalar odatda ijobiy yoki salbiy deb hisoblanishidan iborat bo'lgan ramka effekti. Uning o'zgarishi qayta baholashni talab qiladi, bu esa erishilgan natijani ijobiydan salbiyga qayta tasniflash mumkinligiga olib keladi. Misol uchun, agar mezon foydaning mutlaq miqdoriga asoslansa, portfel menejeri muvaffaqiyatli deb hisoblanishi mumkin, lekin ayni paytda "xavf birligiga to'g'ri keladigan foyda" toifasida u reytingda past o'rinni egallaydi. Yana bir misol sifatida, boshlang'ich opsiyon(variant)lar treyderlaridan juda nomaqbul narxga ega bo'lgan opsiyonni taklif qilish so'ralganda, ular buni amalga oshirish juda dargumon ekanligini aytib, rad etishadi. Biroq, shu bilan birga, ular bir xil variantni arzonga sotmaydilar, chunki mashq qilish ehtimoli hali ham mavjud, ya'ni bir xil variantni boshqa nuqtai nazardan ko'rib chiqsak, ular turli xil xulosalarga kelishadi.

Kahneman va Tverskiy bir qator tajribalar natijalariga ko'ra savol berishning ta'sirini ko'rsatadilar. Shunday qilib, ulardan birida ishtirokchilar ikkita muqobil variantdan birini tanlashlari kerak edi: a) 600 kishidan 200 nafari halokatli kasallikdan xalos bo'lish kafolatlangan; b) 1/3 ga teng ehtimollik bilan hamma omon qoladi deb taxmin qilish mumkin, shuning uchun holatlarning 2/3 qismida hamma o'ladi. Respondentlarning 72 foizi birinchi variantni afzal ko'rdi, garchi uning natijasi ikkinchi muqobilning eng yaxshi natijasidan yomonroq edi.

Ikkinchi holatda, savol boshqacha qo'yilganda: a) 600 kishidan 400 kishi o'lishi kafolatlangan yoki b) hech kim o'lmasligining 1/3 ehtimoli bor – respondentlarning atigi 22 foizi birinchi yechimni tanlagan. Shunday qilib, savol qanday berilganiga qarab, butunlay boshqacha natijalarga erishildi,

ya'ni odamlarning najoti yoki o'limi haqida gap ketgan, garchi dastlabki ma'lumotlar bir xil bo'lib qolgan.

Yana bir misol. Poygada 140 dollar yo'qotgan o'yinchi oxirgi turda 15:1 koeffitsienti bilan nomzodga 10 dollar tikishni taklif qiladi. Agar joriy vaziyat taqqoslash nuqtasi sifatida qabul qilinsa, muqobilni quyidagicha shakllantirish mumkin: "Barcha yo'qotishlarni qaytaring yoki ularni biroz oshiring". Taqqoslash nuqtasi sifatida kun boshidagi o'yinchining pozitsiyasini oladigan bo'lsak, muqobil 140 dollarlik daromad yoki 10 dollarlik yo'qotishdir. Empirik tarzda isbotlanganki, so'nggi poygalar davomida poygalarda sezilarli raqam bor, ya'ni o'yinchilar amalda birinchi formulani afzal ko'radilar.

Ikkala misol ham savolning matnini o'zgartirish javobga ta'sir qilishini ko'rsatadi. Murakkab vaziyatlarda, bir hodisa boshqasidan kelib chiqsa va tanlov ketma-ket amalga oshirilishi kerak bo'lsa, savol berishning ta'siri aqliy hisobning ta'siri bilan bog'liq bo'ladi. Aytaylik, siz kinoga borishga qaror qildingiz. Chipta 10\$ turadi. Kinoga kirishdan oldin siz birdan chiptani tushirib yuborganingizni ko'rasiz. Yoningizda boshqa pul ham bor, chipta sotib olishingiz mumkin. Siz buni qilasizmi? Respondentlarning 88 foizi bu savolga ijobiy javob berdi.

Shartlarni o'zgartiramiz: bu safar siz 10 dollar sarfladingiz, chipta sotib oldingiz va kinoteatrga kirishdan oldin uni yo'qotib qo'yganingizni aniqladingiz. Yangi chipta sotib olasizmi? Tajriba ishtirokchilarining atigi 46 foizi bu savolga ha deb javob berdi.

Bunday vaziyatda aqliy buxgalteriya hisobining ta'siri shundaki, birinchi holatda siz kinoga borish uchun chipta sotib olish niyatingizni bajarmadingiz, ikkinchisida uni sotib oldingiz, ya'ni birinchi epizodda siz \$10 yo'qotdingiz, ikkinchisida esa chiptangizni yo'qotdingiz. Natijada, ikkinchi holatda, siz 20 dollar sarflashingiz kerak edi, bu sizga juda qimmat bo'lib tuyuldi.

Amalda, aqliy hisobning ta'siri shundan iboratki, investorlar portfel va aksiya ko'rsatkichlarini alohida ko'rib chiqadilar va agar ba'zi "sevimli" aksiyalar kutilgan natijaga erishgan bo'lsa, portfelning yomon ishlashidan ham mamnun bo'lishlari mumkin. Xuddi shu ta'sir investorlarning yuqori dividendlar to'laydigan aksiyalarni sotib olishga moyilligini tushuntiradi: investorlar kurs farqidan tushgan daromad va dividendlarni turli "cho'ntaklar" ga tarqatadilar.

Imkoniyatlar nazariyasi yuqoridagi misollarda javob qanday o'zgarishini bashorat qilish uchun ham ishlatilishi mumkin. Uning ta'kidlashicha, foyda yoki ijobiy natija bilan bog'liq vaziyatda odamlar aniqlikni afzal ko'radilar, ya'ni xavfni minimallashtirishga intiladi. Yo'qotishlar bilan bog'liq vaziyatlarda odamlar maksimal miqdoriy natijaga ega bo'lgan xavfliroq qarorlarni tanlash tendensiyasini namoyon etadilar. Siyosatda ana shu mexanizm tufayli hokimiyat tepasiga islohotchilar keladi, deb taxmin qilish mumkin. Aholining umidi tushib qolgan paytlardagina markaz taklif qilgan nomzodlarni rad etib, radikalroq qarashdagi siyosatchilarga ovoz beradi.

Shunday qilib, yuqoridagi misolda, savolning matni eng ko'p odamlarning hayotini saqlab qolishni nazarda tutganida, respondentlarning aksariyati faqat 200 kishi halokatli kasallikdan najot topgan natijani tanladilar. Savol o'linga olib keladigan natijani minimallashtirish haqida bo'lgan tarzda qo'yilganda, respondentlar barcha hayotni saqlab qolish yoki yo'qotish variantini tanladilar, ya'ni eng kam ehtimol.

Biz ko'rib chiqqan boshqa holatda (poygalar haqida), agar savol foyda keltiradigan kontekstda tuzilgan bo'lsa, odamlar 150 dollarlik yutuqdan 10 dollar tejashni tanladilar. Agar savol yo'qotishlarni qanday to'ldirish kerakligi haqida bo'lsa, respondentlar katta g'alaba qozonish ehtimoli bilan nomaqbul variantni qabul qilishni afzal ko'rdilar.

Aniqlik tarafdashligining ta'siri (tufayli og'ish) turli vaziyatlarda qaror qabul qilishda odamlarning xohish-istaklarini turlicha namoyon qiladi.

Misol I

Keling, ikkita muammoni taqqoslaylik.

1. Quyidagilardan tanlang:

- a) 0,33 ehtimollik bilan 2500; 0,66 ehtimollik bilan 2400;
- b) 0,34 ishonch bilan 2400; 0,01 ehtimollik bilan.

Bu holatda respondentlarning 82 foizi b) variantini afzal ko'rgan.

2. Quyidagilardan tanlang:

- a) 0,33 ehtimollik bilan 2500; 0,67 ehtimollik bilan;
- b) 0,34 ehtimollik bilan 2400; 0,66 ehtimollik bilan.

Bunda respondentlarning 83 foizi c) variantini afzal ko'rgan.

Ikki masala yechimlari formulalarining o'ziga xosligi shundaki, ikkinchi masala birinchi masaladan 2400 yutish imkoniyatining 0,66 ni ayirish yo'li bilan olinadi. Preferentlarning o'zgarishi (b) variantining aniqlikdan

noaniqga o'tkazilishini ko'rsatadi. (d) uni kamroq afzal ko'rishi mumkin va dastlab noaniq bo'lgan variant (a) uning imkoniyatlari aniq (c) ga aylanmasa ham, afzalroq bo'lib, almashtirishdan foyda ko'rishi mumkin.

Shuni ta'kidlash kerakki, g'alaba qozonish ehtimoli minimal darajaga tushganda, odamlar kamroq ehtimolliklariga qaramay, ko'proq foyda keltiradigan muqobillarni afzal ko'radilar. Buni quyidagi misol bilan ko'rsatamiz.

Misol II.

1. Quyidagilardan tanlang:

a) 0,50 ehtimollik bilan Angliyaga uch haftalik turistik sayohatda g'alaba qozonish;

b) 1 ehtimol bilan Angliyaga bir haftalik sayohatda g'alaba qozonish.

Bu holatda respondentlarning 78 foizi b) variantini afzal ko'rgan.

2. Quyidagilardan tanlang:

a) 0,05 ehtimollik bilan Angliyaga uch haftalik turistik sayohatda g'alaba qozonish;

b) 0,1 ehtimollik bilan Angliyaga haftalik sayohatni yutib olish.

Bu holatda respondentlarning 78 foizi a) variantini afzal ko'rgan.

Ammo yuqoridagi misollarda g'alabani yo'qotish bilan almashtirsak nima bo'ladi? Afzalliklar teskari bo'lib, aks ettirish effektini namoyish etadi, bu g'alaba qozongan vaziyatda tavakkalchilikka salbiy munosabat mag'lubiyat bilan bog'liq vaziyatda ijobiy bilan almashtirilishidan iborat.

Ko'zgu effektini hisobga olgan holda aniqlik tarafkashlik ta'sirini quyidagicha shakllantirish mumkin: odamlar foydani kafolatlaydigan natijalarni tanlashda aniqlikni afzal ko'radilar. Shu bilan birga, ular har qanday yo'l bilan yo'qotilgan taqdirda, hatto muvaffaqiyatga erishish ehtimoli qo'shimcha xarajatlarga olib keladigan bo'lsa ham, ishonchdan qochishni afzal ko'radilar. Imkoniyatlar nazariyasining ushbu asosiy topilmasi, boshqa narsalar qatori, investorlarning savdo tajribasini o'zlashtirishning dastlabki bosqichlarida sezilarli darajada tushib ketishining asosiy sabablaridan birini tushuntiradi. Yangi boshlanuvchilar inson tabiati tomonidan dasturlashtirilgan xatoga yo'l qo'yishadi: ular yutuqlarini tezda tuzatadilar va yo'qotishlarini tuzatmaslik uchun uzoq vaqt davomida yo'qotilgan pozitsiyalarni yopish choralarini ko'rmaydilar.

Keling, I misolga qaytaylik. Savolning yangi variantini olish uchun har ikkala dastlabki muqobildan bir xil ehtimollik ayirildi. O'zgartirish natijasida tanlov o'zgardi. Bu izolyatsiya effekti deb ataladigan fikrlashimizning yana bir muhim qismiga misoldir. Bu tanlov ehtimollar qanday taqdim etilishiga qarab o'zgarib turishida yotadi. Izolyatsiya effekti kutilgan foydalilik nazariyasiga ham zid keladi.

Aniqlangan ta'sirlarga asoslanib, Kahneman va Tverskiy inson ongi taqqoslash nuqtasiga qarab qiymatni boshqacha baholashga ega ekanligini aniqladilar. Ularning ta'kidlashicha, odamlar umuman boylikning ko'payishi bilan emas (bu kutilgan foydalilik nazariyasining yondashuvi), balki uning nisbiy o'zgarishi bilan boshqariladi. Ammo ularning tadqiqotining asosiy xulosalaridan biri: "Odamlarni harakatga keltiradigan asosiy narsa – yo'qotishdan nafratlanishdir. Odamlar noaniqlikdan qochmaydilar, chunki ular yo'qotishlarni qabul qilmaydi. 200 dollar yutib olish imkoniyati 50/50 bo'lgandan ko'ra, 100 dollarni qabul qilgan ma'qul.

Kahneman va Tverskiy o'zlarining topilmalariga asoslanib, imtiyozlarni hisobga oladigan qiymat funksiyasini taklif qilishdi. Ushbu funksiya bir nechta fikrlarni aks ettiradi.

G'alabadan olingan "qoniqish" shunga o'xshash mag'lubiyatdan olingan "og'riq"dan kamroq. Texnik jihatdan, bu xususiyat yo'qotishdan qochish deb ataladi. Shu sababli, yutish funksiyasining grafigi yo'qotishdan ko'ra tekisroqdir.

Daromad qancha ko'p bo'lsa, har bir keyingi o'sish birligidan kamroq "qoniqish" paydo bo'ladi. Xuddi shunday, bir nuqtada, yo'qotish allaqachon juda katta bo'lsa, uning ortishi bir xil kuchli "og'riq" ni keltirib chiqarmaydi. Grafikda taniqli paradoks tasvirlangan, bu investorlar yo'qotishlarni tuzatishning oldindan rejalashtirilgan darajasiga yetgan paytda yo'qotilgan pozitsiyalarni yopish buyurtmalarini ko'pincha bekor qilishlarida yotadi. Ular qo'shimcha yo'qotishlar ehtimolini bilishsa ham, ular ikkilamchi yo'qotishlarni birlamchi yo'qotishlarga qaraganda kamroq og'riqli his qilishadi. Natijada, daromad grafigi qavariq va yo'qotish grafigi botiq bo'ladi.

Savol berishning ta'sirini ko'rib chiqish bilan bog'liq holda ilgari muhokama qilingan mos yozuvlar nuqtasi tahlil natijasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Inson ongining yangi ta'sirini (og'ishlarini) ko'rib chiqqandan so'ng, taqqoslash nuqtalari haqida yuqorida aytilganlarni to'ldirish kerak.

Vaziyatlarni tahlil qilish natijalari odamlarning yakuniy natijaga erishish yoki o'z boyligini oshirish yoki kamaytirish nuqtai nazaridan o'ylashiga qarab farq qiladi deb taxmin qilish mumkin. Birinchi holda, ular mavjud boylikni himoya qilish uchun xavfdan qochishadi. Taqqoslashning muqobil nuqtalarining yana bir misoli – natija yoki natijadan minus xarajatlarga asoslangan qaror qabul qilish. Izolyatsiya effektidan kelib chiqadiki, odamlar ularni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan imkoniyatlar va xarajatlarni alohida ko'rib chiqishga moyildirlar.

Keling, taqqoslash nuqtalarining ahamiyatini oddiy misol bilan ko'rsatamiz. Kutilayotgan foydalilik nazariyasi nuqtai nazaridan investor befarq, buning natijasida u 100 dollarga ega bo'lgan – 115 dollardan tushib ketgan yoki 85 dollardan ko'tarilgan. U jami kutilgan natija 100 dollar bo'lishi haqida qayg'uradi. Lekin haqiqatda, xavf-xatardan qochish. tanlovni istisno qiladi, qachon u 15 dollar yo'qotishi mumkin, shuning uchun u 100 dollar olishi mumkin bo'lgan variantni tanlaydi, u bonusni olish uchun 15 dollarni yo'qotishi mumkin bo'lgan alternativani tanlaydi. Bunday vaziyatda taqqoslash nuqtasi o'zgaradi, investor ikkinchi muqobilni tanlaydi, chunki bu o'z rejasini bajarish imkoniyatini oshiradi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasining innovatsion jihatlaridan biri qaror qabul qilish jarayonini ikki bosqichga bo'lishdir: tahrirlash va baholash. Birinchi bosqichda qaror qabul qiladigan investorning moyilligi muhim rol o'ynaydi. Bu bosqichda ular tahlil qilinadi, ehtimollar va imkoniyatlar saralanadi, tanlashning oddiy alternativallari shakllanadi. Baholash bosqichida shakllantirilgan imkoniyatlar baholanadi va eng katta qiymatga ega bo'lgani tanlanadi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasi zamonaviy iqtisodiyotning asosiy nazariyalaridan biri bo'lib, investitsiya qarorlarini qabul qilish jarayonini tavsiflaydi. Shunga qaramay, xulq-atvorni moliyalashtirish maktabiga mansub tadqiqotchilar inson xulq-atvorining ratsionallik nuqtai nazaridan tushuntirib bo'lmaydigan ko'plab jihatlarini allaqachon 1970-yillarda ko'rsatdilar. Bir qator empirik tadqiqotlar o'tkazildi, ular kutilayotgan foydalilik nazariyasining asosi sifatida qabul qilingan insonning oqilona xatti-harakati haqidagi taxminlar investorlarning haqiqiy xatti-harakatlariga unchalik mos kelmasligini ko'rsatadi. Odamlarning ongiga xos bo'lgan moyillik investorlarning "oqilona" bo'lishiga to'sqinlik qiladi, shuning uchun treyderlarning katta qismi irratsional (shovqin savdogarlari) toifasiga kiradi.

Muvaffaqiyatga erishganlar, o'z ongida chalkashlikni minimallashtiradigan va tabiatga xos kamchiliklarni nazorat qiladiganlardir.

Bu muammo, ayniqsa, moliyaviy inqiroz sharoitida, sodir bo'layotgan voqealar to'g'risida ishonchli ma'lumotlarni olish nafaqat vaqt va moddiy xarajatlarni keltirib chiqaradi, balki investorlarning olingan ma'lumotlar sifatiga ishonchini pasayishiga olib keladi. Buning natijasi xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan olingan ma'lumotlarni qayta ishlash samaradorligining pasayishi bo'lib, bu o'z navbatida qarorlar qabul qilishning subyektiv omillarining (masalan, stereotiplar, boshqalarning fikri, ommaviy axborot vositalaridan olingan ma'lumotlar) oshishiga olib keladi), jismoniy shaxslarga qaror qabul qilish jarayonini soddalashtirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish imkonini beradi. Shunday qilib, xo'jalik yurituvchi subyektt tomonidan qarorlar qabul qilinishiga portfelning obyektiv xususiyatlarini aniqlash zaruratidan ko'ra ko'proq inson organizmining psixologik xususiyatlari ta'sir ko'rsatadi, masalan, xavf va foyda, bu esa kutilayotgan foydalilik nazariyasiga muvofiq optimal bo'lmagan qarorlar qabul qilinishiga olib keladi.

Kutilayotgan foydali funksiyaning ta'rifi nazariy nuqtai nazardan to'g'ri, ya'ni taxminlarning standart ro'yxati mustaqillik aksiomasi bilan to'ldirilganda, bunday funksiya mavjud. Mustaqillik aksiomasi, birinchi qarashda, iste'molchi tanlovining intuitiv g'oyasiga juda mos keladi, lekin aslida iste'molchilarning tanlovi har doim ham nazariya tomonidan tavsiflangan doiraga to'g'ri kelmaydi.

Keling, nazariy natijalar va iste'molchilarning haqiqiy tanlovi o'rtasidagi nomuvofiqlikni ko'rsatadigan klassik misollarni ko'rib chiqaylik.

All paradoksi(yun. paradoxos — kutilmagan, g'alati). Kutilayotgan foydalilik nazariyasi shuni ko'rsatadiki, muqobil variantlardan birini tanlash zaruriyatini hisobga olgan holda, subyektt har doim kutilayotgan foydalilik kattaroq bo'lgan narsani tanlaydi. 1953 yilda fransuz iqtisodchisi Allais o'zining "Tavakkal sharoitida aqlli odamning xatti-harakati, Amerika maktabining postulatlari va aksiomalarining tanqidi" asarida quyidagi tajribani tasvirlab berdi.

Natijalari pul mukofotlari bo'lgan ikkita oddiy lotereya o'rtasidagi tanlov ko'rib chiqiladi. Alladan so'ng, keling, 2,5 million dollar, 0,5 million va 0 dollarlik naqd to'lovlarga mos keladigan uchta natija bilan vaziyatni tasavvur qilaylik. Iste'molchidan birinchi navbatda quyidagi ikkita

lotereyadan birini tanlash so'ralgan. Birinchi lotereyaga ko'ra, u kafolatlangan 0,5 million dollar oladi, ya'ni biz ushbu lotereyani $L1 = (0,1,0)$ sifatida tasvirlashimiz mumkin. 0,1 ehtimollik bilan ikkinchi lotereya 2,5 million dollar olib keladi, 0,89 ehtimollik bilan sovrin 0,5 million dollarni, 0,01 ehtimoli bilan sovrin 0 ga teng bo'ladi yoki $L2 = (0,1, 0,89, 0,01)$. Odatda, iste'molchi birinchi lotereyani afzal ko'rdi, ya'ni $L1 > L2$.

Keyinchalik, xuddi shu iste'molchidan ikkita boshqa lotereyadan eng yaxshisini tanlash so'ralgan: $L3 = (0, 0,11, 0,89)$ va $L4 = (0,1, 0, 0,9)$. Bunday vaziyatda iste'molchi oxirgi lotereyani afzal ko'rdi, ya'ni $L4 > L3$. Bunday tanlov kutilgan foydalilik nazariyasiga ziddir. $L1 > L2$ ekan, bu shuni anglatadiki:

$$u(L1) = u(0,5) > u(L2) = 0,1u(2,5) + 0,89u(0,5) + 0,01u(0).$$

Shu kabi shartlarni keltirib, biz quyidagilarni topamiz:

$$0,11u(0,5) > 0,1u(2,5) + 0,01u(0).$$

Boshqa tomondan, $L4 > L3$, bu quyidagilarga teng:

$$u(L4) = 0,1u(2,5) + 0,9u(0) > u(L3) = 0,11u(0,5) + 0,89u(0)$$

yoki:

$$0,1u(2,5) + 0,01u(0) > 0,11u(0,5).$$

Biz qarama-qarshi belgini tengsizlikka keldik.

Shunday qilib, iste'molchining tanlovi har doim ham kutilgan foydalilik nazariyasiga mos kelmaydi. Keyinchalik bu paradoks pushaymonlik nazariyasi nuqtai nazaridan tushuntirildi, unga ko'ra odam kafolatlangan narsani o'tkazib yuborganidan afsuslanishi mumkin. Afsuslanish nazariyasi nuqtai nazaridan, $L1$ foydasiga birinchi ikkita lotereya o'rtasidagi tanlov, bu lotereya 1 ga teng ehtimollik bilan g'alaba qozonishni va'da qilganligi, ikkinchisi esa bo'lish xavfi bilan bog'liqligi bilan bog'liq, ya'ni umuman g'alabasiz qoldi. Boshqa ikkita lotereya o'rtasida tanlov qilganda, ularning hech biri aniq yutuqni kafolatlamaydi, chunki ikkala lotereya ham bir oz ehtimollik bilan nol yutuq beradi. Shunday qilib, $L3$ va $L4$ o'rtasida tanlov qilishda afsuslanish motivi shaxsning tanloviga ta'sir qilmaydi.

Paradoks mashinasi. Ushbu eksperimentda jismoniy shaxslarga lotereyalar taklif qilindi, ularning natijalari pul miqdori emas, balki ma'lum tovarlar va xizmatlar.

Dam olish faoliyatiga mos keladigan uchta mumkin bo'lgan natija bilan vaziyatni ko'rib chiqing: birinchi natija Venetsiyaga sayohatga to'g'ri keladi, ikkinchisi – kinoga tashrif buyurish va Venetsiya haqidagi filmni tomosha

qilish, uchinchi – uyda bo'sh vaqt o'tkazish. Dastlab, bu shaxslar ushbu natijalarni quyidagi tarzda tasnifladilar: ular eng maqbul natijani Venetsiyaga sayohat deb hisoblashdi, keyin Venetsiya haqidagi film, eng kam afzali – uyda dam olish edi.

Bundan tashqari, xuddi shu shaxslardan quyidagi lotereyalardan birini tanlash so'ralgan. LA lotereyasi 0,999 ehtimollik bilan Venetsiyaga sayohat va 0,1 ehtimollik bilan Venetsiya haqidagi filmni, LB lotereyasi esa 0,999 ehtimollik bilan Venetsiya haqidagi filmni va uyda o'tkaziladigan bo'sh vaqtni 0,1 ehtimollik bilan va'da qildi.

Ko'rsatish mumkinki, afzalliklari oqilona bo'lgan va mustaqillik aksiomasini qondiradigan shaxs LA lotereyasini LB lotereyasidan afzal ko'rishi kerak: $LA (0,999, 0,001, 0) > LB (0, 0,999, 0,001)$. Biroq, tajribalarda, ba'zida odamlar LB lotereyasini tanlab, teskari afzalliklarga ega edilar. Bu odamlar o'z tanlovini, agar ular Venetsiyaga bormasalar, qolgan ikkita muqobilga bo'lgan xohishlari o'zgarishi bilan izohlashdi, chunki ular o'tkazib yuborilgan sayohatdan juda xafa bo'lib, Venetsiya haqidagi film ularning ahvolini yanada og'irlashtiradi. Shunday qilib, qaror qabul qilishga umidsizlik motivi ta'sir qilishi mumkin.

Bu paradokslarning yechimini mustaqillik aksiomasining biroz zaiflashuvida topish mumkin. Iste'molchilarning haqiqiy tanlovi va kutilayotgan foydalilik nazariyasi o'rtasidagi qayd etilgan qarama-qarshiliklarga qaramay, hali ham mustaqillik aksiomasi qanoatlantiriladi, deb taxmin qilinadi, mos ravishda afzalliklar kutilayotgan foydalilik funksiyasi yordamida ifodalanishi mumkin.

Xulq-atvorning psixologik xususiyatlarini hisobga olgan holda, yuqoridagi paradokslarga qo'shimcha ravishda, xatti-harakatlar paradokslarining yana bir qancha guruhlarini ajratish mumkin.

Paradokslarning birinchi guruhi ommaviy ijtimoiy reaksiyalar masalalari bilan bog'liq bo'lib, shaxs ijtimoiy guruhning hozirgi yoki mumkin bo'lgan xatti-harakatlarini hisobga olgan holda qaror qabul qilganda, bu individual mantiqiylik mezonlariga to'liq zid bo'lishi mumkin bo'lgan va shuning uchun iqtisodiy subyektning ratsionalligi zaruriy shartlarni buzishi mumkin. Buning sababi moliyaviy inqiroz davrida shaxslarning umidlarining o'zgarishi bo'lib, buning natijasida obyektiv ma'lumotlar oqilona qarorlar obyektini bo'lishni to'xtatadi, buning o'rniga ma'lumotnoma fikri yaqin

odamlar, ish hamkasblari, qo'shnilar, ya'ni mavzu ko'pincha o'zaro ta'sir qiladi.

Ushbu paradokslar guruhiga boshqalarning xatti-harakatlariga taqlid qilish jarayoni yoki axborot kaskadi (agar shaxs katta odamlar guruhiga e'tibor qaratsa) ommaning xatti-harakati muammosini o'z ichiga oladi. Bunday xatti-harakatlarning maqsadlari – bir xil darajadagi ma'lumotlarning mavjudligi, bir xil didga bog'liq bo'lgan bir xil turdagi vazifalarni hal qilish zarurati, qaror qabul qilish jarayonini soddalashtirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish istagi. Biroq, qaror qabul qilishning bunday mexanizmi bir-birining qaroriga amal qiladigan bir guruh odamlarning tashqaridan kelayotgan ma'lumotlarga e'tibor berishni to'xtatib qo'yishiga va hatto guruh ichida qabul qilingan qarorlarga butunlay "qulflanishiga" olib kelishi mumkin. Bunday qarorlar ularning foydaliligini maksimal darajada oshirishga yordam bermaydi. Ushbu yondashuv kutilayotgan foydalilik nazariyasining xulosalariga zid keladi, chunki bunday xatti-harakatlar nafaqat oqilona emas, balki vaqt o'tishi bilan ham o'zgarmaydi, bu shaxs bu xatti-harakatni noto'g'ri deb hisoblamaydi va tuzatmoqchi emas degan fikrni tasdiqlaydi.

Tovar bozorida bir xil sifat va narxdagi iste'mol tovarlari orasida agentlarning aksariyati bir xil mahsulotni afzal ko'rgan vaziyat yuzaga keladi. Bu hodisa narxlar, moliyaviy cheklovlar va iste'mol tovarlarining sifat xususiyatlariga bog'liq bo'lgan foydali funksiyaga asoslangan iste'molchilarni tanlash nazariyasiga ziddir. Iqtisodiyotdagi bunday hodisalar yovvoyi tabiatga o'xshab, iste'molchilarning poda harakati deb ataladi.

1950-yillarning boshlarida X. Leybenshteyn orkestr (bandvagon) bilan furgon tasviridan foydalangan. Mahsulotga bo'lgan talabni boshqalar ham iste'mol qilishi ta'siriga o'xshashlik sifatida u vizual tasvirni taklif qildi – olomon hamrohligida musiqachilar bilan to'la furgon (Libenshteyn, 1950). Biroq, iqtisodiy tizimlarda podaning xatti-harakatlariga oid ko'plab misollarni faqat taqlid qilish bilan izohlab bo'lmaydi. Agentlar ko'pincha boshqa agentlarning xatti-harakatlarini kuzatish natijasida taklif qilinadigan tovarlarning haqiqiy sifati haqida qo'shimcha ma'lumot oladi. Modaning tarqalishi, investitsiya kompaniyalari rahbarlarining, bank omonatchilarining, birja operatsiyalari ishtirokchilarining, iqtisodiy tahlilchilarning xatti-harakatlari va boshqalar kabi iqtisodiyotdagi suruv xatti-harakatlarining ko'plab misollari aniqlangan.

1990-yillarning boshidan beri Iqtisodiyotdagi podaning xatti-harakatlarini o'rganish matematik modellar yordamida amalga oshirila boshlandi, bunda bu xatti-harakatlar nafaqat taqlid va konformizm, balki iste'molchilarning massasi, butun agentlarning xatti-harakatlarini kuzatish natijasida olingan ma'lumotlar tufayli tanlovning foydaliligini oshirish istagi bilan izohlanadi. To'g'ridan-to'g'ri individual iste'molchilardan bir xil tovar yoki u yoki bu tovarlar to'g'risidagi ommaviy axborotni hisobga olish istagi.

R.Topol (Topol, 1991) fond birjasida poda xatti-harakatlarining matematik modellarini o'rganishga asos soldi, u fond bozorida kuzatilgan baholar harakatini nazariy tushuntirish uchun individual xatti-harakatlar dinamikasini ifodalovchi mikroiqtisodiy jarayonlardan foydalangan. O'z modelida u jamoaviy fikr mavjud bo'lgan bozorda individual investorlarni ko'rib chiqdi.

D.Sharfshteyn va J.Steyn (Scharfsein, Stein, 1990) investitsiya bozorida menejerlarning xatti-harakatlarini prinsipial-agent modeli doirasida ko'rib chiqishni taklif qildilar. Ularning modelida menejerlarning investitsiyalarni tanlashiga ularning mehnat bozoridagi kelajakdagi mavqei ta'sir qiladi; muvaffaqiyatli investitsiya bo'lsa, menejerning mavqei yaxshilanadi; boshqa menejerlar kiritgan muvaffaqiyatsiz sarmoya taqdirda, uning mehnat bozoridagi mavqei hech bo'lmaganda yomonlashmaydi. Ushbu modelda chorvachilik harakati mehnat bozorida qandaydir muvozanatga olib keladi.

Xuddi shunday hodisa iqtisodiy tahlilchilarning xatti-harakatlarida ham kuzatilgan (Trueman, 1994; Ashiya, 2001). Bank omonatchilarining poda xatti-harakati bankka qilingan hujumlarda namoyon bo'ladi (Bank run). Ishtirokchilarning bunday xatti-harakatlarini modellashtirishga Allen, Geyl, 1998 asarlarida eng ko'p joy berilgan; Olmos, Dybvig, 1983 yil. Ammo bu ishlarda omonatchilarning poda xatti-harakatlarini o'rganish bankka hujum qilingan vaziyatda bankning optimal xatti-harakatlari mexanizmini izlashda va omonatlarni sug'urtalash muammosini hal qilishda yordamchi vosita bo'lib xizmat qildi.

A. Banerji, S. Bikchandani va boshqalar (Banerji, 1992; Bikhandany, Hirsheifer, Welch, 1992) har bir qaror qabul qiluvchi oldingi ishtirokchilarning qaror qabul qilish jarayonini kuzatadigan va uning qaror qabul qilishda bu kuzatishlarni hisobga oladigan podaning xatti-harakati modelini ko'rib chiqdi. Qaror qabul qilishda qandaydir qat'iy tartib mavjud

deb taxmin qilinadi; ishtirokchi qaror qabul qilishda o'z ma'lumotlaridan foydalanishdan ko'ra, boshqalarning harakatlarini takrorlashni afzal ko'radi.

Iste'molchilarning poda xatti-harakatlariga oddiy misol G. Bekker (Becker, 1991) tomonidan taklif qilingan ikkita restoranning ishi. Misol tariqasida, u tez-tez kuzatiladigan hodisani oldi, bu esa poda xatti-harakatlarining sabablarini izlashga imkon beradi – ko'chaning ikki tomonida joylashgan juda o'xshash restoranlarning holati. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, ko'pchilik iste'molchilar shu sababli paydo bo'ladigan navbatlarga qaramay, boshqasiga zarar etkazish uchun biron bir restoranga tashrif buyurishni afzal ko'rishadi. G.Bekker bir qancha taxminlarni shakllantirdi:

- iste'molchi ko'p sonli odamlar uning ta'mini baham ko'rishini ko'rsa, mahsulotdan ko'proq zavq oladi;
- iste'molchi afzalligi nafaqat narxlarga, balki boshqa iste'molchilarning (talab) umumiy afzalligiga ham bog'liq;
- shunday narx borki, bunda narxga bog'liq bo'lgan talab narx o'qining qaysidir nuqtasida bo'shliqqa ega bo'ladi va bu vaqtda narxning har qanday kichik o'sishi uchun talab 0 ga tushadi.

Restoranga tashrif buyuruvchilarning xatti-harakatlari bilan bog'liq paradoksni tushuntirish uchun M.M. Voronovitskiy va S. Meital (Voronovitskiy, Meital, 2003) G. Bekker modelini taklif qildilar va tekshirdilar. Modelda faqat narxlarda farq qiluvchi ikkita restoran mavjud va iste'molchilar ma'lum bir vaqtda qaysi restoranni afzal ko'rishni hal qilishadi. Har bir iste'molchi uchun har qanday vaqtda har qanday restoranni tanlash ehtimoli bor, bu nafaqat restoranlarning narxlari nisbatiga, balki oldingi vaqtda ushbu restoranni afzal ko'rgan iste'molchilar soniga ham bog'liq. Ehtimollar taqsimoti dinamikasi ayni paytda birinchi restoranni afzal ko'rgan ma'lum miqdordagi iste'molchilarga ega bo'lish, Markov zanjiri bilan tavsiflanadi.

Voronovitskiy va Meital tomonidan ko'rsatilgandek, restoranlarning narxlari uzoq vaqt davomida o'zgarmas deb hisoblasak, statsionar taqsimotlar mavjud, Markov zanjiri har qanday boshlang'ich taqsimotdan statsionar taqsimotga yaqinlashadi. Ushbu xulosalar dastlabki ehtimollik tabiati haqidagi ba'zi taxminlarga bog'liq – ma'lum bir iste'molchi t vaqtida birinchi restoranni tanlaydi. Agar bitta restoranning narxlari boshqasining narxidan yuqori bo'lsa, global miqyosda barqaror bo'lgan yakuniy statsionar imtiyoz mavjud ya'ni, har qanday dastlabki imtiyozdan erishiladi. Agar restoran

narxlari taxminan teng bo'lsa, ko'plab yakuniy statsionar imtiyozlar mavjud. Bunday holda, turli xil dastlabki imtiyozlar bilan, turli xil yakuniy imtiyozlarga erishiladi. Ushbu tadqiqot G. Bekker tomonidan berilgan savolga javob beradi (Voronovitskiy, Meital, 2003). Muvozanat holatlari mavjudligi ko'rsatilgan, ya'ni restoranlarning birortasi uchun narxlarni o'zgartirish foydali bo'lmaganlar. Bunday shtatlarda deyarli barcha iste'molchilar ikkita restorandan faqat bittasini afzal ko'rishadi.

A. Kirmanning modeli (Kirman, 1993) ko'rib chiqilayotgan modelga juda yaqin bo'lib, yovvoyi tabiatdagi podaning xatti-harakati haqida tushuntirish beradi. Entomologlarning kuzatishlari shuni ko'rsatdiki, chumolilar jamoasi nosimmetrik ko'rinadigan vaziyatlarda o'zini assimetrik tutadi. Ikkita bir xil oziq-ovqat manbalariga duch kelganda, chumolilar birini boshqasidan ko'ra ko'proq intensiv ishlatishadi; vaqti-vaqti bilan ularning deyarli barchasi darhol bir oziq-ovqat manbasidan boshqasiga o'tishadi, ular ilgari rad etishgan.

Chumolilarning bu xatti-harakatini tushuntirish uchun A.Kirman oddiy modelni taklif qildi. Ushbu modelda ishtirokchilarning individual xulq-atvori har bir daqiqada oziq-ovqat manbasini tanlashdan iborat bo'lib, ishtirokchilar juftlarining stoxastik to'qnashuvi qaror qabul qiluvchilarning xatti-harakatlarini belgilaydi. Kirman modeli chumolilar guruhining xulq-atvorini tushuntirishga mo'ljallanganligi va har bir chumoli boshqa chumolining harakat yo'nalishini uning izidan chiqadigan hid bilan aniqlaganligi sababli, modeldagi o'zaro ta'sirlar bir tomonlama bo'ladi: birinchi chumoli ikkinchi chumolining holati, ikkinchisi esa faqat ma'lumot beradi. Har bir ishtirokchi ma'lum bir ehtimollik bilan birinchi oziq-ovqat manbasini tanlaydi, bu boshqa ishtirokchilar bilan to'qnashuvlar natijasida o'zgaradi. Ishtirokchilarning oldingi vaqtda qilgan tanloviga qo'shimcha ravishda, birinchi ishtirokchi uchun tanlov ehtimoli ikkita tashqi parametrga bog'liq. Agar biz t vaqtdagi model holatini o'sha paytda birinchi oziq-ovqat manbasini afzal ko'rgan ishtirokchilar soni bilan tavsiflasak, modelning dinamikasi Markov zanjiri bilan tavsiflanadi. Ba'zi chumolilar uchun ma'lum bir oziq-ovqat manbasini tanlash uchun statsionar ehtimollik taqsimoti mavjud. Tashqi parametrlarning ba'zi qiymatlari uchun bu statsionar taqsimot chumolilarning kuzatilgan xatti-harakatlariga mos keladi.

Voronovitskiy-Meital va Kirman modellarini solishtiradigan bo'lsak, restoran (yoki oziq-ovqat manbasini) tanlashda ishtirokchi foydalanadigan

ma'lumotlar miqdoridagi farq hayratlanarli. Ikkita restoran modelida ishtirokchi ko'p sonli ishtirokchilarning tanlovi to'g'risida ma'lumotga ega bo'lib, restoranga navbat uzunligini yoki band bo'lgan o'rindiqlar sonini va boshqa hollarda, masalan, teatr, moda va boshqalar haqida ma'lumotni ommaviy axborot vositalaridan oladi. Chumolilarning xatti-harakati modelida ishtirokchi iziga duch kelgan faqat bitta ishtirokchini tanlashi haqida mahalliy ma'lumotga ega.

G.Bekker modelida iste'molchi ko'pchilik iste'molchilar tomonidan amalga oshirilgan tanlov haqida ma'lumotga ega emas. U juftlik to'qnashuvi orqali boshqa ishtirokchilar bilan muloqot qiladi. Uchrashuv vaqtida ikkala iste'molchi ham bir kun oldin qaysi restoranda ovqatlanaganini bir-birlariga aytib berishadi. Har bir iste'molchi o'zining va sherigining afzalliklarini solishtirishi mumkin. U oldingi vaqt haqidagi ma'lumotlardan (t-1) foydalangan holda va restoranlarning narxлари nisbatini hisobga olgan holda yangi afzalliklarni yaratadi. Taxminlarga ko'ra, bu ikki iste'molchi uchrashuv vaqtida restoranlarning fazilatlarini muhokama qiladilar va birinchi restoranni tanlash ehtimolini aniqlashdan iborat umumiy qaror qabul qiladilar. Muhokamadan so'ng bu ehtimollar ikkala ishtirokchi uchun bir xil bo'ladi deb taxmin qilinadi. Inson iste'molchilari chumolilardan farq qiladi, chunki ularning uchrashuvi fikr almashish va bir xil afzallikni shakllantirish bilan bog'liq.

Ko'pincha shunday bo'ladiki, bir kishi bir guruh yaqin odamlar tomonidan taklif qilingan qarorning mantiqsizligiga shubha qiladi, lekin o'zini guruhga qarshi turishdan shunchalik qo'rqadiki, uning qaroriga guruhning berilgan fikri asos bo'ladi. Bu ta'sir guruhli fikrlash fenomeni deb ataladi, uning g'oyasi amerikalik psixolog I. Janisga tegishli bo'lib, uning alohida holati Abilin paradoksidir. U bir guruh odamlar birgalikda o'z a'zolarining hech biriga mos kelmaydigan qaror qabul qiladigan vaziyatga asoslanadi. Shu bilan birga, ularning har biri bu qarorni boshqa ishtirokchilar jozibador deb topgani uchungina qabul qilayotganiga ishondi va shu tariqa guruh qarorini qo'llab-quvvatlab, o'zining ratsionallik mezonlariga qarshi chiqdi.

Yuqorida tavsiflangan guruh fikrlash paradokslari moliyaviy bozorlarga ham xosdir, bunda qabul qilingan qarorning to'g'riligini tekshirish ma'lum bir vaqt oralig'idan keyin mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, investor prognoz

qilish uchun katta xarajatlar, vaqt va kuch bilan duch keladi, natijalari moliyaviy inqiroz sharoitida tabiiy hodisalar bilan oqlanmasligi mumkin.

Ushbu paradokslar guruhiga "olomon effekti" ham kiradi. Olomonning uni tashkil etuvchi xalqqa o'ziga xos ta'sirini fransuz sotsiologi G. Lebon o'zining "Olomon psixologiyasi" kitobida tasvirlab bergan. Le Bonning ta'kidlashicha, odamlar bir guruhda harakat qilganda, jamoaviy ongga ega bo'lgan yagona shaxsga aylanadi, bu ong guruh a'zolarini yolg'iz o'zini qanday tutishidan butunlay boshqacha yo'l tutishga majbur qiladi. Olomon hissi va uning harakatlari nihoyatda yuqumli, deydi Le Bon va ko'pincha odamlar o'z manfaatlarini jamoaviy manfaatlarga qurbon qiladi.

Bozorlarda "olomon effekti" ishlayotganiga shubha yo'q. 1841 yilda C. Makkey o'zining "Favqulodda ommaviy aldashlar va olomonning aqldan ozishi haqidagi xotiralar" kitobida bozorda spekulyativ pufakchalarning shakllanishini ommaviy isteriyaning epizodik portlashlari bilan izohlagan. Ushbu isteriyaning eng mashhur namunalari 1636 yildagi lolalar maniyasi va 1840 yildagi Kaliforniyadagi Oltin Rush edi. Bugungi kunda ko'plab kuzatuvchilar bozor maksimal va minimal qiymatlarga yetgan paytlarda olomonning xatti-harakati bilan sodir bo'ladigan barcha ekstremal narxlar o'zgarishlari bir-biriga bog'liq deb hisoblashadi.

Paradokslarning keyingi guruhiga shaxsiy xususiyatga ega bo'lgan paradokslar kiradi. Masalan, investorlar daromadlar va yo'qotishlarning ekvivalent o'zgarishiga boshqacha munosabatda bo'lishadi – Markowitz nazariyasidan farqli o'laroq, asosan iqtisodiy subyektlarning ratsionalligi asosini ishlatgan, bunda foyda va zararlar jismoniy shaxsning boyligining o'zgarishiga bir xil ta'sir qiladi.

Yo'qotishlar va daromadlarga assimetrik munosabat, birinchi qarashda, kutilgan foydalilik nazariyasiga zid keladi, lekin aslida bu oqilona xatti-harakatlar shaklidir, chunki u qaror qabul qilishda o'zgargan yondashuvni aks ettiradi va oqilona xatti-harakatlar aksiomalariga zid kelmaydi.

Keyingi paradoks "langar effekti" bo'lib, u o'xshash hodisalarni qidirish va ularning natijalarini hozirgi hodisalarga o'tkazishni o'z ichiga oladi. Masalan, ruslar uchun bunday voqea 1998 yil inqirozi, amerikaliklar uchun Buyuk Depressiya zamonaviy inqirozni taqqoslash uchun namunadir, garchi bu inqirozlar va zamonaviy inqiroz o'rtasida deyarli hech qanday bog'liqlik yo'q. Biroq, voqealar o'rtasida obyektiv aloqalarning yo'qligi iqtisodiy

subyektlarni qo'rqitmaydi, ular o'tmishdagi inqirozlarning barcha oqibatlarini va hozirgi voqealarini hozirgi holatga osongina o'tkazadilar.

Shunday qilib, qaror qabul qilish uchun mos yozuvlar nuqtasi – bu shaxs asta-sekin o'zgartiradigan boshlang'ich nuqta (allaqachon ma'lum bo'lgan inqiroz). Shu bilan birga, vaziyatga mos keladigan voqeani eslash qanchalik oson bo'lsa, uning paydo bo'lishining yuqori ehtimoliga ishonish imkoniyati shunchalik ko'p bo'ladi.

Inqiroz davrida bu hodisa paradoksal bo'lishni to'xtatadi, chunki cheklangan ma'lumotlar va uning narxining oshishi odamlarni ilgari qo'llanilgan va muvaffaqiyatli olib borilgan xatti-harakatlarning tayyor "namunalari" shaklida foydani maksimal darajada oshirish uchun xarajatlarni minimallashtirish yo'llarini izlashga undaydi.. Buning uchun individlar o'tmishdagi, sodir bo'layotgan voqealarga o'xshash bo'lgan voqealarni boshqaradi va bunday o'xshashlikning mezoni o'z tabiatiga ko'ra hodisalar o'rtasidagi sabab-natija munosabatlarini har doim ham hisobga olishga qodir bo'lmagan reprezentativlikdir. Shu bilan birga, kutilayotgan foydalilik nazariyasiga murojaat qiladigan bo'lsak, biz "langar effekti" dan foydalanish imkoniyatini ko'ramiz, masalan, kutilayotgan foydalilik funksiyasini qurishda investorning kirish nuqtasini hodisalarning o'xshashligiga asoslangan mumkin bo'lgan o'zgarishlarni hisobga olgan holda bozorni moliyaviy holatga moslashtirish mumkin. Qo'shimcha qiyinchiliklar bog'liq hodisalarning ehtimolini oshirib yuborish va bog'liq bo'lmagan hodisalar ehtimolini kam baholash orqali yaratiladi. Masalan, zamonaviy Rossiyada ko'plab odamlar uchun quyidagi fikrlash zanjiri ishlaydi: Amerika va Osiyo fond bozorlarida inqiroz mavjud Rossiya fond bozori ularga bog'liq (chet el investitsiyalarining yuqori ulushi tufayli) bo'ladi. Rossiyada ham moliyaviy inqiroz bo'lishi mumkin. Moliyaviy inqiroz haqidagi xulosalarga "langar effekti" ta'sir ko'rsatadi, bu mavjud ma'lumotlarni shunga o'xshash hodisa bilan bog'lashga asoslangan, ya'ni 1998 yildagi defoltni (ingliz. default – majburiyatlarni bajarmaslik) ko'pchilik hisoblaydigan Rossiya iqtisodiyotidagi yirik inqiroz. Natijada Rossiya fond bozoridagi inqiroz ehtimoli defolt bilan mustahkam bog'lana boshladi. Bunday xulosa haqiqatan ham paradoksal ko'rinadi, chunki defolt davlatning o'z qarzlarini to'lamaganligi va inqirozning zaruriy belgisi emas, xuddi davlat qarzining o'sishi fond bozorida tanazzulning mavjudligi defoltga olib kelmasligi kabi.

Bir qarashda, oddiy odamlarning mulohazalari moliyaviy bozorning professional ishtirokchilariga ta'sir qilmasligi kerak, ammo inqiroz sharoitida ma'lumotlarning assimetriyasi tufayli vaziyat o'zgaradi, bu esa bir qator moliyaviy bozor ishtirokchilarining ishonchli ma'lumotlarni olishiga imkon bermaydi. ma'lumot va defolt haqidagi g'oyalar ishonchli manbalardan bozorga kirishi mumkinligini taxmin qilish imkonini beradi. Buning natijasi inqirozni kutishning kuchayishiga olib keladi, bu esa haqiqiy bo'lmagan g'oyalarni yanada kuchaytiradi.

"Lanker paradoksi"ning paydo bo'lishiga sabab xo'jalik yurituvchi subyektlarda bir nechta "da'volar darajalari"ning mavjudligidir: da'volarning past darajasi – o'z boyligini saqlab qolish istagi uchun javobgardir, qisqa vaqt ichida yuqori – boyib ketish imkoniyati. Past va yuqori darajadagi da'volarni shakllantirishda (rasmiy ravishda ular cheksiz sonda yaratilishi mumkin), inson miyasi ishining o'ziga xos xususiyatlari, shaxsning voqealar zanjiridagi obyektiv munosabatlarni ko'rishni to'xtatib qo'yishiga olib keladi, defoltning paydo bo'lishi misoli, buning natijasida hodisalar ehtimolini subyektiv baholash ommaviy axborot vositalarida tez-tez yoritilgan voqealar munosabatiga assimetrik munosabat natijasida kutilgan foydalilik nazariyasi bilan taqqoslaganda o'zgaradi.

Daromad va yo'qotishning subyektiv ehtimolliklarini baholash xarakterining o'zgarishi hali ham "istiqbol nazariyasi" doirasida taklif qilingan "vaznlangan ehtimollik" yondashuvini joriy etish orqali hisobga olinishi mumkin. Bu yondashuv ehtimollik o'rniga "qaror og'irliklari"ni joriy etishni nazarda tutadi, ular muqobilning umumiy jozibadorligining o'lchovi bo'lib, ehtimollik qonunlariga emas, balki shaxsning foydalilikni subyektiv baholashiga asoslanadi.

Aniqlik uchun biz zamonaviy adabiyotda eng ko'p muhokama qilinadigan odamlarning xatti-harakatlarining an'anaviy nazariyaga mos kelmaydigan tasvirlariga misollar keltiramiz.

Malumot nuqtasi ta'siri: muqobillar umumiy, umumiy farovonlik nuqtai nazaridan emas, balki ma'lum bir mos yozuvlar nuqtasiga yoki status-kvo deb ataladigan pozitsiyaga nisbatan shaxslar tomonidan baholanadi. Odamlar o'zlarining farovonligidagi davom etayotgan o'zgarishlarga ko'proq sezgir bo'lib, ular dastlabki holat bilan o'lchaydilar.

Cho'kib ketgan xarajat effekti: Odamlar qaror qabul qilishda oldingi xarajatlarni hisobga olishadi.

Vakolatli ta'sir: shaxsning inventarizatsiyasidagi narsalar, undagi bo'lmagan narsalarga qaraganda, shaxs tomonidan yuqori baholanadi.

Framing effekti: qaror muammosini shakllantirish usuli, ya'ni sezilarli ta'sirga ega bo'lgan, keyinchalik shaxs tomonidan qabul qilingan qarorlarga ta'sir qiluvchi ma'lumotlarni taqdim etish usuli.

Mavjudlikka moyillik prinsipi: So'nggi, hayajonli, ajoyib va shaxsiy tajribali voqealar odamlar qaror qabul qilganda muntazam ravishda qayta baholanadi.

Vakolatlilik prinsipi: odamlar muntazam ravishda apriori, boshlang'ich ehtimollar haqida noto'g'ri tasavvurga ega va xulosalar chiqarishda dastlabki namunaning hajmini hisobga olmaydilar.

Aniqlik ta'siri (aniqlik effekti): aniqlik sharoitida olingan natijalar, shaxs qaror qabul qilishda ko'proq ahamiyat beradi, boshqacha qilib aytganda, boshqa natijalardan farqli o'laroq, ularni haddan tashqari baholaydi, ular aniq belgilanmagan, lekin faqat ehtimol bo'lgan, hatto ma'lum bo'lganda ham ikkala muqobilning kutilayotgan foydaliligi bir xil.

Nima uchun odamlar mantiqsiz harakat qilishadi? Agar asosiy sabablar aniqlansa, bunday vaziyatlarni oldindan ko'rish va nazorat qilish mumkin va buning natijasida "noto'g'ri xatti-harakatlar" ning salbiy oqibatlaridan qochish mumkin. Boshqa bozor ishtirokchilarining (ham sheriklar, ham raqobatchilar) harakatlarini tushunish va bashorat qilishni o'rganish, "to'g'ri" yoki "oqilona" xatti-harakatlar chizig'idan har qanday og'ishlarni o'zingizning foydangizga aylantirishni o'rganish foydalidir.

Ushbu muammoni o'rganish davomida ko'p yillar davomida olingan turli tadqiqotchilarning ish natijalarini umumlashtirib, biz investorlarning bozordagi xatti-harakatlarini belgilovchi barcha subyektiv omillarni ikki toifaga ajratamiz.

Birinchisi, voqelikni noto'g'ri idrok etish yoki haqiqiy vaziyatni noto'g'ri baholashni o'z ichiga olishi kerak, natijada – har qanday faoliyat sohasidagi deyarli barcha odamlarga xos bo'lgan hukmron fikrlash stereotiplari tufayli noto'g'ri qarorlar qabul qilinishi mumkin.

Ikkinchisiga inson tabiatiga xos bo'lgan va ko'pchilik shaxslarga xos bo'lgan muayyan sharoitlarda odamlarning xatti-harakatlarini belgilovchi hissiy omillar kiradi.

Kutilayotgan foydalilik nazariyasining paradokslari inqiroz davrida tushunib bo'lmaydigan bo'lib qoladi va xo'jalik yurituvchi subyektlar

tomonidan axborotni qayta ishlash va ulardan foydalanishga o'zgargan yondashuvni aks ettiradi. Bu obyektiv (ma'lumotlarning assimetriyasi, tranzaksiya xarajatlarining o'sishi kabi) va subyektiv omillarning (ijtimoiy birlashmalar, an'analar, do'stlar, qarindoshlar va tanishlar tajribasi, ommaviy axborot vositalaridan olingan ma'lumotlar, kasbiy faoliyatning spekulyativ motivlari kabi) kuchayishi bilan bog'liq, ya'ni bozor ishtirokchilari) oqilona qarorlar qabul qilish. Tahlil qilingan paradokslar kutilgan foydalilik nazariyasiga juda mos keladi, garchi ular uning asoslariga zid bo'lsa ham, bu bizga inson xatti-harakatlariga turli yondashuvlarni sintez qilishimizga to'sqinlik qilmaydi.

Moliyaning xulq-atvor nazariyasida evristik xatolar (intuitsiya va o'z tajribasiga asoslangan odamlarning xatti-harakati) va reprezentativ xatolar (stereotiplar asosidagi hukmlar) masalalari tahlil qilindi, "ehtimollik", "xavf", "foйда" tushunchalari tahlil qilindi, qaysiki bu xo'jalik yurituvchi subyektlarning shaxsiy g'oyalarini hisobga olgan holda rasmiylashtiriladi.

Shu bilan birga, eksperimentlar eksperimentlarni o'tkazishning eng muhim qoidalarini buzgan yoki buzishi mumkin, masalan, namunaning heterojenligi (moliyaviy inqirozlar va barqaror davrlar unga tushib qolgan), ishonch oraliqlari to'g'risidagi ma'lumotlarning yo'qligi, statistik ma'lumotlarning statistik ahamiyati, olingan natijalar yoki ma'lumotlar haqiqatan ham butun iqtisodiyot darajasida qo'llanilishi mumkinligini ko'rsatadigan boshqa ko'rsatkichlar. Shu bilan birga, empirik tadqiqotlar natijalari kichik guruhlar (500 kishidan ko'p bo'lmagan) asosida amalga oshirildi. Bundan tashqari, subyektlar eksperimentda ishtirok etayotganda, tuzilgan vaziyatning haqiqiy emasligini his qilishlari va o'zlarini g'ayrioddiy tutishlari mumkin edi, shuning uchun hayotda bunday natijalarning takrorlanishi kafolatlanmaydi.

D.Kahneman va A.Tverskiy asarlarida ixtirochining tajribaning borishiga ta'siri, gipotezani tasdiqlashga bo'lgan ichki intilish va bu ko'pincha tajriba natijalarini buzib ko'rsatishi qayta-qayta qayd etilgan. "Istiqbol nazariyasi" mualliflari tomonidan o'z asarlarida ushbu muammoni yetarlicha baholamaslik empirik tarzda olingan natijalarning qiymatini sezilarli darajada o'zgartiradi.

Yuqorida sanab o'tilgan xulq-atvor moliyasi nazariyasining barcha kamchiliklariga qaramay, iqtisodiy nazariyani rivojlantirishning hozirgi bosqichida odamlarning xatti-harakatlarining ularga xos bo'lgan ayrim

xususiyatlarini tushuntirishga qodir bo'lgan aynan shu yo'nalish ekanligini ta'kidlamaslik mumkin emas. Bundan tashqari, tahlil qilingan paradokslar Markowitz nazariyasiga zid emas, bu bizga inson xatti-harakatlariga turli yondashuvlarni sintez qilish va mavjud portfel nazariyasini boyitishga to'sqinlik qilmaydi. Shu ma'noda xulq-atvor moliyasi obyektiv va subyektiv sabablarga ko'ra to'liq bo'lmagan ma'lumotlar omilini hisobga olgan holda kutilayotgan foydalilik nazariyasining davomi va tabiiy rivojlanishi hisoblanadi.

Iqtisodiy xatti-harakatlarda troyanlarni o'rganish

Hozirgi vaqtda tadqiqotchilar o'rganish va troyan o'rganishning tarqalishiga qarshi kurashish muammolarini o'rganishga tobora ko'proq e'tibor berishmoqda. Bunday ta'lim yo'nalishlari bozor iqtisodiyoti tizimining tarkibiy qismi – raqobat bilan chambarchas bog'liq. Ishlab chiqaruvchilar ma'lum bir ustunlikka erishish va mumkin bo'lgan maksimal foyda olish uchun raqibning pozitsiyasini zaiflashtirishga qaratilgan turli xil usullardan foydalanadilar. Raqobat ustunligi strategiyasining ikki turini ajratib ko'rsatish mumkin: firma o'z potensialini oshirish ustida ishlashi mumkin (bunda biz raqobatbardosh raqobat bilan shug'ullanamiz) yoki o'z raqibini zaiflashtirishga harakat qilishi (yirtqich raqobatni anglatadi). Raqobat turlari bo'yicha ushbu qoidalar ta'lim sohasiga ham taalluqlidir.

Troyan treningi haqida gapirganda, biz raqobatchini u uchun foydasiz, zararli, xavfli, ammo trening tashkilotchisining manfaatlariga mos keladigan narsaga o'rgatishni nazarda tutamiz. Raqibni mag'lub etish uchun ko'pincha unda vaziyat yoki butun dunyo haqida ma'lum bir tasavvurni shakllantirish, uni shartli xatti-harakatlarga undash kifoya. "Troyanlarni samarali o'rganish talabani kerakli malaka darajasiga erishishi uchun zarur bo'lgan qayta ta'limni moddiy, moliyaviy, vaqtinchalik, psixologik resurslar nuqtai nazaridan qimmatroq yoki hatto imkonsiz qiladi. Shunday qilib, troyan o'rganish o'quvchining inson kapitalini pasaytiradi, deb bahslashish mumkin.

Yana bir savol shuki, subyektt o'qituvchi partiyasining unga nisbatan yo'naltiruvchi ta'sirini taniy oladimi va unga qarshilik ko'rsatadimi. "O'qituvchi undan xohlagan narsani aniq o'rgatmasligi yoki umuman o'rgatmasligi mumkin. Va bu yerda "dushmanning ta'limotini uning mashg'ulotlari orqali shakllantirish" tushunchasi dushmanning faoliyatini yo'naltirish orqali to'liq kuchga kirishi mumkin.

Qattiq raqobat muhitida, jumladan, ta'lim sohasida yordam va hamkorlik bilan bir qatorda nohaq raqobat ham mavjud – boshqalarning o'rganishiga aralashish, zarar etkazish uchun o'quv vaziyatlaridan foydalanish. Bilim va o'rganishning asosiy rolini tushunish ikki xil xulq-atvor strategiyasiga olib kelishi mumkin. Ta'lim sohasidagi raqobatbardoshlik o'z o'rganish va o'rganish qobiliyatini oshirishda va boshqa birovning zaiflashuvida yirtqich raqobatda namoyon bo'ladi. O'rganishning qorong'u tomoni – bu (ta'rifi bo'yicha) "yorqin", "ma'rifiy" faoliyat – bu boshqa mavzuni o'rganishga yashirin qarshilik, shuningdek, troyan o'rganish – raqobatchiga uning uchun foydasiz, zararli, xavfli narsalarni o'rgatish, lekin ta'lim tashkilotchisining manfaatlariga mos keladi.

Ta'lim xizmatlari bozorlarida barcha turdagi, darajadagi va shakllardagi ta'lim muassasalarining eng keskin raqobatining jadal rivojlanishi ta'lim sohasidagi asosiy zamonaviy tendensiyalardan biridir. Bu bir qator oqibatlariga olib keladi – ham ijobiy, ham salbiy. Eng muhimlaridan biri L.L. Lyubimov tomonidan ta'kidlangan., ta'lim xizmatlarining zamonaviy bozorini "oynalari qoraytirilgan bozor", "dezinformatsiya bozori" sifatida tavsiflaydi. Bu reklama va ta'lim mazmuniga ham tegishli. Ko'pgina olimlarning fikriga ko'ra, bugungi kunda kasbiy mahorat sirlarini yashirishning o'rta asr an'alarini qayta tiklash mumkin, bu esa kasbiy madaniyatning takrorlanishiga tahdid solishi mumkin.

O'rganish qobiliyatiga, yangi faoliyatni o'zlashtirish jarayonlariga zarba, o'zgaruvchan dunyoda raqobatchini to'lovga layoqatsiz qilishning eng samarali usullaridan biridir. Iqtisodiyot sohasidagi jarayonlarga qarshi kurash to'plangan kasbiy faoliyat ko'nikmalarini yosh yoki yangi ishchilarga o'tkazishni istamaslikda namoyon bo'lishi mumkin. Ba'zi ish beruvchilar, A.N. Poddyakov, agar bu bilimlar boshqa xodimlarga o'tkazilsa, u raqobatchilarga "oqib ketishi" mumkin, kompaniya yo'qotilgan holatda bo'lishidan qo'rqishadi.

Anti-o'rganish nima? Aslida, bu subyektning o'zi uchun zarur bo'lgan bilim va ko'nikmalarni olish jarayoniga aralashuvni yaratishdir. O'rganishga qarshilik, A.N. Poddyakovning so'zlariga ko'ra, bir qator sabablar, jumladan, resurslarning yetishmasligi, ta'lim faoliyatining muqobil turlarini amalga oshirish zarurati bilan oqlanishi mumkin. Muxolifatning o'zida, shubhasiz, psixologik jihat bor. Raqobatchilarga qaraganda tezroq o'rganish qobiliyatiga ega bo'lish, yangi faoliyatni o'rganish va o'zlashtirish jarayoni o'zgaruvchan

dunyoda raqobatchini chidab bo'lmas qilishning eng samarali usullaridan biridir. Bilimga asoslangan iqtisodiyot nuqtai nazaridan, raqobatchini tayyorlashga qarshi turish yoki unga nima foydasiz ekanligini o'rgatish raqibda inson kapitalining (potensial) bu turini o'sishini kamaytirish uchun tabiiy ishdir.

Umuman olganda, sivilizatsiya ijtimoiy ta'sirlarning ikki qarama-qarshi va o'zaro bog'liq yo'nalishi ta'siri ostida rivojlanadi, deb ta'kidlash mumkin: a) ta'limni rag'batlantirish va intellektni rivojlantirish; b) ularga qarshi turish. Albatta, bu birinchi navbatda bilimlar jamiyatiga to'g'ri keladi: unda o'rganish jarayonlari va yangi faoliyatni o'zlashtirish qobiliyatiga zarba berish tez o'zgaruvchan dunyoda raqobatchini to'lovga layoqatsiz qilishning eng samarali usullaridan biridir.

Masofaviy ta'lim ayniqsa troyan ta'limiga qaraganda zaifdir, chunki bu yerda ta'lim jarayonining turli ishtirokchilari raqobatchining o'quv jarayoniga yashirin kirib kelishi, o'quv materialini buzish yoki almashtirish va hokazolar uchun keng imkoniyatlarga ega bo'ladi. Eng yorqin misollarni onlayn harbiy tayyorgarlik bilan bog'liq sohalarda topish mumkin. Masalan, e'tiborni eng ilg'or yo'nalishdan o'zgartirish yoki kompaniyani iste'molchi yoki boshqa yo'nalishga yo'naltirish uchun kompaniyaga yoqadigan statistik ma'lumotlar va raqamlarga murojaat qilib, ma'lum vositalar va jarayonlarning samaradorligi haqida iste'molchi tashkiloti yoki uyushmasi a'zosi bahslashish mumkin.

Bolalikdan o'zlashtirilgan – afsonalar, ertaklar, maqollar, barqaror til iboralaridan boshlab muhim ijtimoiy tajribani fiksatsiya qilish va uzatishning umumiy madaniy shakllarini tahlil qilsak, ular o'rganish va foydalanishga qarama-qarshilik holatlarini juda keng ifodalashini ko'rish, talaba manfaatlariga zid bo'lgan maqsadlarda o'rganish mumkin. "O'rganish – yorug'lik, jaholat – zulmat" degan maqolga ma'no jihatdan qarama-qarshi bo'lgan ko'plab maqol, matal va iboralar mavjud. Ular muayyan vaziyatlarda paydo bo'ladigan yangi narsalarni o'rganishga qarshi turish zarurligini aks ettiradi va bilimning mumkin bo'lgan xavfini ta'kidlaydi: yomon, "Birovni yomon narsa qilishga o'rgating" va hokazo.

O'rganish va unga qarshi turishni tasvirlaydigan afsonaning klassik namunasi Prometey afsonasidir. Zevs odamlarni olovdan, asboblardan foydalanishga va hunarmandchilikka o'rgatishning oldini oldi va bu tarbiyani amalga oshirgan Prometeyni qattiq jazoladi.

Ertaklarda o'z sohasining mutaxassisi (ustoz, sehrigar va boshqalar) o'z ta'limotiga kirgan qahramonga faoliyatning haqiqiy sirlarini o'rganishga to'sqinlik qiladigan holatlar juda tez-tez uchrab turadi. Bundan tashqari, ba'zi qahramonlar boshqalarga ikkinchisi uchun nima foydasiz yoki xavfli ekanligini o'rgatadi (Baba Yaga Ivanushkani pechga surish uchun belkurakda o'tirishni o'rgatadi; Tulki bo'riga tuynukda o'z dumida baliq ovlashni o'rgatadi; Brer Rabbit Brer Foxga do'stlari paydo bo'lganda o'liklarga qanday munosabatda bo'lishni o'rgatadi va hokazo). Shunga o'xshash syujetlar zamonaviy adabiy asarlar, filmlar va boshqalarda keng namoyon bo'ladi. Ba'zi syujetlarda o'rganishga qarshi chiqish, o'qitishdan bosh tortish qahramonlik sifatida ko'rsatiladi masalan, R.Stivenzonning "Heath asal" she'ri). afsonaviy go'dak asal oshpazini shotlandlarga o'rgatishdan bosh tortish.

Haqiqiy hayotda o'rganishga qarshilik ko'rsatish holatlari turli yoshdagi, ijtimoiy va kasbiy guruhlarda uchraydi. Talabalar sohasida troyan o'rganishga misol bo'lishi mumkin: sinfdoshi, uy vazifasi yoki mustaqil o'qish uchun berilgan topshiriq haqida hisobot beradi, uning faqat bir qismi haqida gapiradi, ko'proq narsani qilishga harakat qiladi va shu bilan sinfda raqobatbardosh bo'ladi. Hatto butunlay tajribasiz va yosh shaxslar o'zlarini g'alaba qozonish uchun ataylab yo'qotish o'yin strategiyalarini o'rgatishlari mumkin; professionallar – boshqalarga ataylab noto'g'ri yoki noqulay maslahatlar, retseptlar, ko'rsatmalar va boshqalarni berish.

Telekommunikatsiya uskunalari ishlab chiqarish, xarid qilish va sotish bilan shug'ullanadigan kompaniyada mijozlarga xizmat ko'rsatish bo'limi boshlig'i, shu jumladan, ularni ushbu murakkab uskunalar bilan ishlashga o'rgatish uchun mas'ul bo'lgan kompaniya direktoridan ko'rsatmalar oldi. Direktorning ta'kidlashicha, raqobatchilar mijozlar niqobi ostida maslahat, qiziqtirgan savollarga javob olish va qoida tariqasida kompaniyaning kasbiy sirlarini bilish uchun kompaniyaga murojaat qilishlari mumkin. Shu munosabat bilan, kelganlarning barchasiga maslahat berish va o'rgatish kerak, ular eng oddiy va keng tarqalgan operatsiyalardan tashqari (masalan, tashqi paneldagi tugmachalarni bosish) muhim narsani o'rganmasliklari kerak. Muammolar yuzaga kelganda, kompaniyaning haqiqiy mijozi har doim kompaniyaning o'zi bilan bog'lanishi mumkin, u yerda u o'z vaqtida yordam va professional maslahat oladi.

Ushbu misol quyidagi fakt uchun qiziq. Biz bir kishi boshqasiga (pastki chiziqda) o'z mijozlariga qanday o'rgatmaslikni o'rgatishini kuzatishimiz mumkin. O'z navbatida, bo'ysunuvchi shaxs ichidagi mojaroga olib kelishi mumkin bo'lgan qiyin ahvolga tushib qoladi (ta'lim bermasdan o'qitish istagi va aksincha). Yuqoridagi holatda ta'limga qarama-qarshilik maxfiylik va prinsiplarga nisbatan amal qilish kabi mulohazalardan kelib chiqadi.

Bugungi shiddatli raqobat sharoitida raqobatchilardan o'rganish va troyan o'rganishga qarshi turish texnologiyalari o'rganishni rag'batlantiradigan texnologiyalar rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq holda rivojlanayotganini ko'rish mumkin.

1. Troyan ta'limi prinsipiga bo'ysunadi: "O'quvchi sifatida harakat qiladigan kishi faqat o'zi bilishi va qila oladigan narsani bilishi kerak – qo'shimcha bilim va ko'nikmalar qabul qilinishi mumkin emas (zararli)". Shuni ta'kidlash kerakki, bunday didaktik tamoyilni an'anaviy pedagogika darsliklarida uchratib bo'lmaydi, bu yerda talabaning bilim olishiga to'sqinlik qilish masalasi safsatadek tuyuladi.

2. Haqiqiy biznesda, firmalar va kompaniyalar alyanslarga birlashganda, ulardan biri yashirin texnologik va boshqa professional va tegishli ma'lumotlarni olish uchun maxsus troyan oti deb nomlanishi mumkin. Kerakli ma'lumotlarni olgandan so'ng, qoida tariqasida, troyan oti kompaniyasi ittifoqni buzishi va yuqori darajadagi raqobatbardoshlik bilan bozorga kirishi mumkin. O'z navbatida, boshqa firma, tabiiyki, hodisalarning bunday rivojlanishi ehtimolini o'z zimmasiga olgan holda, ittifoq a'zosi tomonidan ruxsat etilmagan bilimlarni ushbu egallashdan himoya qilish choralarini ko'radi. Bu raqobat kurashida bilimlarni boshqarishning jihatlaridan biridir.

3. Jeyms Olson sotilishi taqiqlangan kuchli kompyuterlarni noqonuniy ravishda olishga urinayotgan dushman rejimlarga ega mamlakatlarga maxsus "xatcho'plar" ("jurnallar") bombalar" bilan oldindan tayyorlangan kompyuter tizimini o'g'irlash yoki sotib olish imkoniyati berilganiga misollar keltiradi. Bu, masalan, ushbu tizim tomonidan boshqariladigan quvur liniyasidagi xavfli bosim ko'tarilishi yoki boshqa g'ayritabiiy, potensial xavfli vaziyatlarga olib keldi.

4. Agar kelajakda intellektual tizimlarning o'rganish qobiliyati sezilarli raqobatdosh ustunlik beruvchi alohida muhim xususiyatga aylansa, yuqori ehtimollik bilan ushbu tizimlar egalari ularga kirish, ularni sotib olish va

hokazolarga ma'lum cheklovlar va taqiqlarni kiritishadi. Bundan tashqari, ushbu cheklovlarni noqonuniy ravishda chetlab o'tishga urinayotgan subyektlarga vaqti-vaqti bilan "Troyan to'ldirish" ga ega tizimlar taklif etiladi, ammo bu o'rganish qobiliyati bilan bog'liq. Bular o'rganish qobiliyati kutilganidan past bo'lgan tizimlar bo'lishi mumkin, foydalanuvchi kerakli narsani o'rgatmaydi yoki hatto foydalanuvchiga kerak bo'lgan narsani umuman o'rgatmaydi va hokazo.

5. Bir xorijiy kompaniya atom elektr stansiyalari uchun kompyuter hisoblash texnologiyalari bo'yicha bepul o'qitish taklifi bilan chiqdi. Ushbu taklif Rossiya Federatsiyasining "Jismoniy-energetika instituti" davlat ilmiy markaziga yo'llangan. Huquqiy ekspertizadan so'ng ma'lum bo'lishicha, ushbu xorijiy kompaniya taklifi ijobiy ko'rib chiqilgan taqdirda, intellektual mulk huquqidan foydalangan holda, veto huquqidan o'zi sodir bo'ladigan harakatlar yoki operatsiyalarni to'xtatish yoki oldini olish uchun foydalanishi mumkin. Ushbu taklif va aslida, o'qitish markaz rahbari tomonidan "raqobatchini qul qilishning" universal usuli sifatida ko'rib chiqildi, chunki taklif etilayotgan texnologiyalardan foydalangan holda xodimlar qanchalik yaxshi o'qitilgan bo'lsa, o'quv kompaniyasi shunchalik chuqurroq, tez-tez va kengroq foydalanadi. Bu holat troyan o'rganishning eng yorqin misollaridan biridir. Troyan trening kompaniyasining strategiyasini egallash strategiyasi deb atash mumkin. O'z navbatida, ushbu troyan o'qitish strategiyasi nishonga olingan kompaniyalar qochish strategiyasini qabul qilishlari kerak.

6. Universitetlararo munosabatlar darajasida huquqiy va axloqiy me'yorlar buzilgan raqobatga misol keltiraylik. MDH davlatlaridan birida bir guruh yuridik maktablar manfaatlarini ifodalovchi "lobbi" raqobatchi oliy o'quv yurtlari faoliyatini tekshirish tashabbusi bilan chiqishga va ularda advokatlar tayyorlashning maqsadga muvofiqligi masalasini ko'tarishga muvaffaq bo'ldi. Bu "to'g'ri bo'lmagan usullar" yordamida amalga oshirildi. Faqatgina Davlat akkreditatsiya komissiyasining aralashuvi bilan mazkur ta'lim muassasalarida talabalarning o'qishini to'xtatish bo'yicha asossiz qarorlar qabul qilinishining oldi olindi.

Har qanday jamiyatda ta'limni rag'batlantirish va unga qarshi turish madaniy siyosatning quroliga, boshqalarning rivojlanishiga ta'sir qilish vositalariga aylanadi. Ba'zi hollarda mashg'ulotlardagi qarama-qarshilik va to'g'ridan-to'g'ri taqiqlar oqlanishi mumkin, boshqalarida ular asossizdir, ular orasidagi chegarani har doim ham aniq qilib bo'lmaydi.

Makiavelizm – bu o'z maqsadlariga erishishning asosiy vositasi sifatida psixologik manipulyatsiyadan foydalanishda (ko'pincha boshqa subyektlarning manfaatlariga zarar etkazishda) ifodalangan xususiyat, xulq-atvor munosabati. Makiavelizm muammosi rus olimlari orasida tez mashhurlikka erishmoqda. Ta'lim va o'rganish qiymatining teskari tomoni bu sohada adolatsiz, yirtqich raqobatga aylanadi, chunki o'rganish qobiliyatiga zarba berish, o'rganish va faoliyatning yangi turlarini o'zlashtirish jarayonlari ijtimoiy o'zaro munosabatlar ishtirokchilari tomonidan samarali vosita sifatida qabul qilinadi, ya'ni tez o'zgaruvchan sharoitda raqobatchini to'lovga layoqatsiz qilish, yangi ma'lumotlarga to'la dunyoni o'tkazish.

Raqobat tufayli boshqa fanlarning o'quv faoliyatidagi to'siqlarni tahlil qilish uchun biz bironing o'rganishi va rivojlanishiga qarshi turish sabablarini ajratib ko'rsatamiz.

1. Xavfli tajribani o'zlashtirish va uzatish bostiriladi. Shunday qilib, ko'plab mamlakatlarda buni nusxalash va bolalarga o'rgatmaslik uchun jamoat joylarida chekish va spirtli ichimliklarni ichish taqiqlangan.

2. Ta'limga qarshilik ko'rsatish nuqtai nazaridan ta'lim faoliyatidan muhimroq ishlarni bajarish zarurati tufayli yuzaga kelishi mumkin.

Mavzu. Bu, masalan, talabalarni zalni to'ldirish uchun mavzu bo'lmagan konferensiyalarga yo'naltirish, harbiy xizmat va hokazo.

3. Mashg'ulotlarga qarshi turishning sababi ko'pincha o'qitish uchun sarflangan ma'lum resurslarni (shu jumladan moliyaviy) tejash va saqlash zarurati hisoblanadi. Majburiy muxolifat toifasiga 1990-yillarda Rossiyada o'qitish va ta'lim uchun mablag'larning umumiy qisqarishi ko'lami bo'yicha aytib o'tish mumkin emas. Misol uchun, uchuvchi kursantlar benzin yo'qligi sababli uchishmadi.

4. Normalar va qoidalar hali shakllanmagan yoki noto'g'ri shakllantirilgan faoliyatning yangi turlarining paydo bo'lishi o'zgaruvchan jamiyatdan faol boshqaruv va tartibga solishni, shu jumladan, ushbu faoliyat turlariga o'qitishga qarshi turish va cheklash orqali faol boshqaruvni talab qiladi. Shu tarzda jamiyat ushbu faoliyat turlariga moslashishga va ularni o'ziga moslashtirishga harakat qiladi. Yangi sharoitlarga moslashishning yana bir yo'nalishi – bu yangi sharoitlarda eskirgan, allaqachon keraksiz deb hisoblangan tajribani uzatish va tarqatishdagi to'siqlar. Xavfli – xavfsiz, muhim – ahamiyatsiz faoliyat ierarxiyasi vaqt o'tishi bilan o'zgaradi va ko'pincha aksincha. Ilgari ruxsat etilgan yoki ruxsat etilgan va keyinchalik

qabul qilinadigan ateistik ilmiy tushunchalar, din, kibernetika, qo'shni davlat tili va boshqa o'quv fanlarini o'rgatish norasmiy vositalar bilan taqiqlanishi yoki cheklanishi mumkin. Ta'limga qarshi chiqish irqchilik, shovinizm, diniy ekstremizm va hokazolarning quroli bo'lishi mumkin. Davlat darajasida sobiq Sovet Ittifoqining ba'zi mamlakatlarini misol qilib keltirish mumkin, ular mamlakat uchun millati bo'lmagan universitetlarga abituriyentlar sonini cheklaydi.

5. Ta'lim jarayoni ishtirokchilari raqobatlashadilar. Yangi faoliyatni o'rganish qobiliyatiga ega bo'lish, o'zgaruvchan dunyoda raqobatchini himoya qilishning eng samarali usullaridan biridir.

Ta'limga qarshilik – bu jamiyatning qarama-qarshi manfaatlarga ega bo'lgan guruhlariga bo'linishi, guruhlar va shaxslararo raqobatning kuchayishi tufayli hozirgi vaqtda barcha darajadagi ijtimoiy o'zaro ta'sir subyektlari tomonidan bir-biriga nisbatan qo'llaniladigan ijtimoiy qarama-qarshilik turlaridan biri (jadval 9.1).

Keling, raqobat tufayli boshqa fanlarni o'rganishga qarama-qarshilikni tahlil qilaylik. Qarama-qarshi ta'lim va troyan o'rganish tahlili bizni ataylab qiyinchiliklar yaratish muammosiga olib keladi. Muammo va qiyinchiliklarni o'zi tayyorlagan boshqa odamga yaratadigan odamning munosabatining ikkita qutb turi mavjud:

- yordamga muhtoj palata sifatida;
- oldinga siljishi u yoki bu tarzda to'xtatilishi kerak bo'lgan raqibga kelsak.

9.1-jadval

Ta'limga qarama-qarshilikning sabablari va oqibatlari

Trening tashkilotchisining maqsadi	Imkoniyatlar	O'quvchilarni rivojlantirish
O'quvchiga yordam	Ta'limni rivojlantirishda yordam	Rivojlanish
		Kambag'al mashg'ulotlar bilan rivojlanishni inhibe qilish
		Rivojlanish
	Konstruktiv qiyinchiliklarni yaratish	Kambag'al mashg'ulotlar bilan rivojlanishni inhibe qilish
O'rganishga qarshilik	Rivojlanishga bevosita qarshilik (frontal)	Rivojlanishni inhibe qilish
		O'rganishni inhibe qilishiga qaramay rivojlanish

	<i>9.1-jadval davomi</i>	
	Troyan qarshi choralar (yordam sifatida yashiringan)	Rivojlanishni inhibe qilish O'rganishni inhibe qilishiga qaramay rivojlanish

Birinchi turdagi munosabat ta'lim va rivojlanish vazifalarini ixtiro qilish orqali amalga oshiriladi, ularni hal qilish hal qiluvchi kishiga foyda keltirishi, uning rivojlanishiga va malakasini oshirishga yordam berishi kerak. Bunday turdagi muammolarni hal qiluvchilar talabalar va o'qituvchilar tomonidan yuqori baholanadi va ularning mualliflari o'zlarining qobiliyatlari, iste'dodlari va malakalari bilan keng tanilgan va hurmatga sazovor.

Boshqa odamga raqib sifatida munosabatda bo'lish bunday muammolar va qiyinchiliklarni ishlab chiqish va ixtiro qilishni talab qiladi, uni yengib o'tishda u to'xtab qoladi, orqaga tashlanadi yoki hatto "sindiradi".

Qiyinchiliklarni yaratadigan odam uchun ularning rivojlanishi ko'pincha qiyin ijodiy vazifadir, shuning uchun ijodiy qobiliyatlar, boshqa odamlar uchun mo'ljallangan muammolarni, vazifalarni, qiyinchiliklarni ixtiro qilish sohasidagi qobiliyat va iste'dod haqida gapirish mantiqan to'g'ri keladi.

Boshqa odamlarning o'rganishi va rivojlanishiga qarshi kurashish uchun strategiyalar guruhlarini:

- a) kichik muhim ("bo'sh") ma'lumotlarning katta hajmlarini taqdim etish;
- b) tushunish qiyin ko'rinadigan ma'lumotlarni tanlash;
- c) ishoradan ishoraga o'tishning tabiiy mantiqining buzilishi, mazmundagi "sakrashlar";
- d) o'qituvchining haqiqiy maqsadlari sirligini ta'minlash va o'quvchi ishonchini saqlash.

Iqtisodiy ta'limda tez-tez e'lon qilingan "baliq emas, qarmoq berish" metaforik qoidasini turli yo'llar bilan tushunish va qo'llash mumkin – bir mavzuning boshqasiga munosabati va ular o'rtasidagi raqobatga qarab. Berilgan "qarmoqlar" shubhasiz (o'quv tashkilotchisi uchun) past sifatli bo'lishi mumkin va bu iqtisodiy ta'limdagi ma'naviy xavf muammosi.

Shu bilan birga, tahdid o'qituvchidan emas, balki o'quvchilar tomonidan bo'lishi mumkin. Ular o'zlariga berilgan vositalardan trening tashkilotchisi uchun maqbul bo'lmagan maqsadlarda foydalanishlari mumkin.

Keyin o'qituvchi dars berishdan bosh tortadi. Agar kimdir qaroqchi bo'ladi degan shubha bo'lsa, uni otishni o'rgatib bo'lmaydi. (Va bu shunchaki metafora emas: Alfa guruhidan haqiqiy podpolkovnik V. Denisov banditlarga merganlik san'atini o'rgatishdan bosh tortdi).

Agar to'g'ridan-to'g'ri rad etishning iloji bo'lmasa, o'qituvchi undan nimani xohlashini yoki umuman yo'qligini o'rgatishni boshlaydi. Bu yerda "dushmanning ta'limotini uning mashg'ulotlari orqali shakllantirish" tushunchasi to'liq kuchga kirishi mumkin.

SSEU talabalari va professor-o'qituvchilari o'rtasida o'tkazilgan so'rov haqiqiy hayotda, shuningdek, maktablar va universitetlarda yomon niyatli mashg'ulotlarning yetarlicha keng tarqalganligini (60% dan ortiq) ko'rsatdi (so'rov davomida biz A.N. Poddyakov tomonidan ishlab chiqilgan so'rovnomadan foydalandik). Ishtirokchilarning 20% ga yaqini ularning o'qishlariga nodo'stona niyatlilar bilan xalaqit bergan, shuningdek, ularni g'arazli niyat bilan o'qitishga harakat qilgan deb hisoblaydi. Taxminan 28% respondentlarning o'zlari bunday treningni kimgadir nisbatan o'tkazgan. 9.2-jadvalda so'rovning umumiy natijalari keltirilgan.

O'qituvchilar ham, talabalar ham yomon niyat bilan (ham jabrlanuvchi, ham "tajovuzkor" sifatida) ta'limga jalb qilinganligi haqidagi savollarga "... uchun kurashda" qo'shimchasi bo'lgan ijobiy javoblar berishdi. Bu paradoksal ko'rinadi: "Ular sizni yomon niyat bilan o'rgatmoqchi bo'lganmi?" O'qituvchilarning 60 foizi ijobiy javob berdi va 10 foizi xuddi shu savolga "ijtimoiy baholash, maqom, moliyaviy farovonlik va boshqa natijalar uchun kurashda" qo'shimchasi bilan javob berishdi. Sinfga kiritishning mantiqiy xatosi (sinf va kichik sinfni o'zaro bog'lash xatosi) kabi ko'rinadigan javoblardagi bu qarama-qarshilik, ehtimol, ushbu mavzuning ishtirokchilar uchun qanchalik muhimligini ko'rsatadi. Yuqoridagi savollarga mos ravishda 90% va 20% ijobiy javob bergan talabalar kichik guruhida bu savolga berilgan javoblar yanada paradoksaldir.

Boshqa mumkin bo'lgan tushuntirish birinchisini istisno qilmaydi, buni quyidagicha tushuntiramiz. Respondentlar ma'lum manfaatlar uchun kurashda "yomon niyatli" o'quv holatlarining paydo bo'lish chastotasini baholagan holda, ularni "yomon niyatli vaziyatlarni o'rganish" mantiqiy sinfi bilan taqqoslashmaydi, bu imtiyozlar troyanlarni nafaqat maqsadlar uchun o'rganishni o'z ichiga oladi, balki, masalan, o'yin-kulgi uchun, qasos olish uchun va boshqa, kesishgan sinf bilan – "foydalar uchun kurash vaziyatlari".

Bunday psixologik munosabatni taxminan quyidagi soʻzlar bilan ifodalash mumkin: "Aslida, men hech kimni yomon niyat bilan oʻrgatmayman, lekin men moliyaviy farovonlik uchun kurashishim kerak".

9.2-jadval

Respondentlarning taʼlimga aralashish va "yomon niyat bilan" oʻrganish haqida javoblari

Savollar	Ha deb javob bergan ishtirokchilar ulushi	
	talabalar	oʻqituvchilar
1. Boshqa odamga biror narsani oʻrganishga yordam berdingizmi?	100	100
2. Siz boshqa odamga biror narsani oʻrganishga yordam berdingizmi va keyin pushaymon boʻldingizmi?	71	60
3. Kechirasiz, nega? a – bu odam oʻrganmagan; b – qasddan zarar yetkazgan; c – qasddan etkazilgan zarar; d – boshqa sabablar	10 19 11 60	50 50
4. Haqiqiy hayotda "yomon niyat bilan oʻqitish" holatlari bormi?	90	60
5. ... maktabdami yoki talabalik hayotidami?	66	60
6. Kimdir doʻstona niyat bilan oʻqishingizga xalaqit bermoqchi boʻlganmi?	19	10
7. Siz "zararli taʼlim" ga duchor boʻlganmisiz?	28	0
8. Oʻzingiz "zararli trening" oʻtkazdingizmi?	9	10
9. ... uchun kurashda "yomon niyatli mashgʻulotlar" ga duchor boʻlganmisiz?	20	10
10. ... uchun kurashda oʻzingiz "zararli mashgʻulotlar" oʻtkazdingizmi?	10	0
11. Trening davomida odamlar oʻrtasidagi munosabatlarning keskinligi: a – yoʻq yoki zaif; b – oʻrtacha; c – kuchli	29 52 19	10 90

Biz uchun "yomon niyatli" mashgʻulotlarning tarqalishini baholashdagi nomuvofiqlik oqibatlari boshqa respondentlarga qaraganda oʻqituvchilar

orasida ancha aniq bo'lganligi muhim, garchi bunday holatlar vaqti-vaqti bilan oxirgilarda kuzatilgan bo'lsa ham.

Umuman olganda, olingan natijalar bizga o'qitish amaliyotida yordam va hamkorlik bilan bir qatorda adolatsiz raqobat, boshqa odamlarning o'qishiga aralashish, zarar etkazish uchun o'quv vaziyatlaridan foydalanish nisbatan keng tarqalganligini ishonchli tasdiqlash imkonini beradi.

Ta'limga qarshilik va troyanlarni o'rganish haqidagi g'oyalar ta'lim jarayoni ishtirokchilari (ham "tajovuzkorlar", ham qurbonlar) tomonidan o'rganishning yashirin nazariyalarining bir qismi bo'lishi mumkin.

Kasbiy pedagogik sohada troyan o'rganish kabi hodisaning mavjudligi o'qituvchilar faoliyatining axloqiy jihatlariga shubha tug'diradi va qabul qilinishi mumkin emas. Ta'lim xizmatlari uchun murojaat qilgan iste'molchilarning ishonchi va sodiqligi troyanlarni qasddan o'rganishning salbiy oqibatlaridan himoya mexanizmini yaratish zarurligini belgilaydi. Ushbu muammoni keng professional va jamoatchilik doiralarida muhokama qilishning dolzarbligiga shubha yo'q.

Ushbu tadqiqot doirasida ma'naviy tahdid tushunchasini ikki jihatdan ko'rib chiqish mumkin: individual talabalarga (talabalar, malaka oshirish dasturlari talabalari, strategik konsalting bo'yicha korporativ treninglar ishtirokchilari) nisbatan opportunizmda mujassamlangan institutsional iqtisodiyot toifasi sifatida; butun jamiyat uchun ma'naviy tahdid sifatida.

O'rganishga qarshilik ko'rsatish shaklida amalga oshirilgan ma'naviy tahdid o'qituvchilarning opportunizmi sifatida tasniflanishi mumkin – yolg'on yordamida o'z maqsadlariga erishish (masalan, xususiy o'qituvchi ko'proq pul olish uchun o'quv jarayonini sun'iy ravishda sekinlashtirganda) ko'proq uchramoqda.

Strategik konsalting va treningda ma'naviy tahdid tushunchasi V.A. Lefebrning "dushman ta'limotini uning mashg'ulotlari orqali shakllantirish" tushunchasi bilan rezonanslashadi. Raqibni mag'lub etish uchun ko'pincha unda vaziyat yoki butun dunyo haqida ma'lum bir tasavvurni shakllantirish, uni shartli xatti-harakatlarga undash yetarli (va hatto afzalroq). Bu nafaqat qurolli mojarolar, balki sport, biznes, yuqori texnologiyalar va boshqalardagi raqobat uchun ham tegishli. Raqobatga bunday yondashuvni sivilizatsiya deb atash qiyin, chunki bunday vijdotsiz strategiya asosida raqobatchilarning mavqeiga putur yetkazish nafaqat

raqobatchilarni, balki butun mamlakat iqtisodiyotini ham zaiflashtiradi va bu kengroq miqyosdagi tahdiddir.

So'nggi yillarda ta'lim bozorida biznes sohasida kasbiy qayta tayyorlash va qo'shimcha ta'limni ta'minlaydigan dasturlarga talab portlashi kuzatildi. L.I.Evenenko ta'kidlaganidek, Rossiya biznes ta'lim assotsiatsiyasi prezidenti, Chelyabinskda biznes va ta'lim muassasalari o'rtasidagi hamkorlik masalalari muhokama qilingan konferensiyada "... Rossiyada bunday ta'limga to'lov qobiliyatiga ega talab mavjud". Deyarli barcha universitetlar va ko'plab biznes maktablari ushbu jarayonda ishtirok etib, ijro etuvchi rivojlanish dasturining qandaydir shakllarini taklif qilishadi.

Bunday ko'rinishda qulay holatga qaramay (talab va taklif bor), bu soha bilan bog'liq bir qator muammolar mavjud. Avvalo, ta'lim va rivojlanishga sarmoya kiritgan tadbirkorlar o'qitish bilan bog'liq investitsiyalar kutilgan daromad keltirmasligida ifodalangan xavflardan xavotirda. Treningning kutilayotgan samarasini kamaytiradigan xavflarga menejerlar, birinchi navbatda, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- o'quv dasturini tugatgandan so'ng xodimni ishdan bo'shatish;
- o'quv maqsadlarining tashkilot ehtiyojlariga mos kelmasligi;
- Ta'lim sifati pastligi (o'qituvchilar malakasining pastligi, o'quv dasturlari sifatining pastligi).

Korporativ konsalting sohasidagi mutaxassislar xavflarni kamaytirish mexanizmlarini ishlab chiqadilar. Masalan, ta'lim maqsadlari va kompaniya ehtiyojlari o'rtasidagi nomuvofiqlik tufayli yuzaga keladigan xavflarni kamaytirish ularni kompaniyaning maqsadlari va uning rivojlanish istiqbollari, atrofda biznes muhitining xususiyatlari bilan muvofiqlashtirish, ishbilarmonlik muhitining holatini diagnostika qilish orqali ta'minlanishi mumkin, ya'ni ishchi kuchi va kadrlar tayyorlashga bo'lgan ehtiyojni yetarli darajada aniqlash, uzoq muddatli o'qitish va rivojlanish rejalarini tuzish. Doimiy o'qitishning kompaniya faoliyatiga ta'sirini baholash tizimini yaratish nafaqat uning samaradorligini baholash, balki zarur tuzatishlar kiritish imkonini beradi. Ta'lim sifati pastligi bilan bog'liq xavflarni kattalar ta'limi tamoyillariga rioya qilish, tegishli ta'lim shakllarini tanlash, o'quv modullarini ishlab chiqish va ularning ketma-ketligiga, zamonaviy ta'lim tizimi standartlariga rioya qilish, shuningdek, tegishli monitoring va nazorat qilish orqali kamaytirish (yoki yo'q qilish) mumkin.

Ta'lim samarasini kamaytiradigan xavflarni tahlil qilib, ushbu xavflarning paydo bo'lishining asosiy sababi troyan o'rganish texnologiyasidan foydalanishda degan xulosaga kelish mumkin. Samarali troyan o'qitish talab qilinadigan malaka darajasiga erishishni qiyinlashtiradi, qayta tayyorlashga ehtiyoj tug'diradi, o'quv dasturini moddiy, moliyaviy, vaqtinchalik, psixologik resurslar nuqtai nazaridan qimmatroq qiladi, shuning uchun troyanlarni o'qitish nafaqat stajyor, balki butun mamlakat iqtisodiyotining inson kapitalini kamaytiradi, deb ta'kidlash mumkin.

Inson kapitali nazariyasi doirasida tashkilotning inson resurslari – bu tashkilotda ishlaydigan odamlarning umumiy qobiliyatlari, bilimlari, ko'nikmalari, ularning qiymati resurs sifatida boshqa barcha turdagi faoliyatni faollashtirishi mumkin bo'lgan faol roldadir, ya'ni resurslar va ularning ishlash jarayoniga ta'sir qiladi. Inson resurslarini boshqarish konsepsiyasida kadrlar tayyorlash tizimini qurishda ushbu resurslarni tayyorlash va rivojlantirishni kompaniyaning uzoq muddatli strategiyasi, yangi sharoitlarga tez moslashish zaruriyati inqirozli vaziyatlar, motivatsion munosabatlarni yaratish va boshqalar bilan bog'lashga ko'proq e'tibor qaratish zarur. Savol tug'iladi: agar bilim va ko'nikmalar inson kapitalini rivojlantirish uchun asos bo'lsa, o'rganish subyekti uchun troyan o'qitish texnologiyalaridan foydalanish axloqiy mi?

Aftidan, ta'limda xatarlarni kamaytirishning turli mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash ijobiy samara berishi mumkin, ammo, bizningcha, jamiyat uchun ma'naviy tahdidni kamaytirishga faqat o'qituvchilik etikasi va ishbilarmonlik odob-axloqini oshirish orqali erishish mumkin.

Shubhasiz, troyan ta'limi insonparvarlik va axloq nuqtai nazaridan to'liq axloqiy bo'lmagan va salbiy ma'noga ega bo'lgan hodisadir, ammo kelajakda uning tarqalishi va rivojlanishi haqida gapiradigan bo'lsak, bu sodir bo'ladi deb o'ylaymiz.

Kelajakda troyan o'rganish keng tarqalishining ikkinchi muhim sababi, bizning fikrimizcha, fan va texnikaning doimiy rivojlanishi, yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi, sifat jihatidan rivojlanishi bilan bog'liq bo'lgan bozorda ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobatning yangi mahsulotlar va g'oyalar bilan kuchayishi. Hayot shu qadar dinamikki, inson shunchaki barcha bilimlarning yarmini ham o'zlashtira olmaydi, shuning uchun u o'zgaruvchan va qattiq raqobat muhitida o'zini o'zi saqlash

instinktidan kelib chiqib, hiyla-nayranglarga murojaat qilishga majbur bo'ladi.

Talabaning troyan o'rganish xususiyatlarini tan olishi va unga qarshi turish qobiliyatini rivojlantirish muhimdir. Bu talabaning raqobatbardoshligini saqlab qolish va qayta tayyorlash uchun resurslarni tejashga yordam beradi. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, juda ko'p turli xil ta'lim dasturlari sharoitida nafaqat kerakli va qiziqarli narsalarni, balki ma'lum bir vaziyatda sizga qarshi nima bo'lmasligini ham tanlay olish muhimdir. Muayyan o'quv dasturi doirasida zarur bo'lgan ma'lumotlarni ko'r-ko'rona o'zlashtirishga yo'l qo'yib bo'lmaydi – uni tushunish kerak.

Tayanch so'z va iboralar

Foyda nazariyasi, troyanlar, paradokslar (g'alati, kutilmagan), konstruktsiya, egoizm, mahsulot, Veblen effekti, ijtimoiy imtiyozlar, altruizm koefitsienti, marjinal xarajatlar, xayr-ehson, mulkchilik g'oyasi, budget, iste'molchi budjeti, xarajat, narx, marketing, iste'molchining erkinligi, iste'molchining mustaqilligi, iste'molchi tanlovi, aksioma, raqobat, ayirboshlash, iqtisodiy hodisalar, xarajatlar konsepsiyasi, rentabellik, obyektiv, daromad maydoni, daromad sohasi, iqtisodiy agent, alternativa, mustaqillik aksiomasi, investor, imkoniyatlar nazariyasi, anomaliya, ramka effekti, portfel menejeri, tavakkalchilik, respondent, aqliy buxgalteriya hisobi, aksiya, dividend, qaror qabul qilish, preferensiya.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Veblen effekti deganda nimani tushunasiz?
2. Ijtimoiy imtiyozlarga qanaqa imtiyozlar kiradi?
3. Altruizm koefitsienti qanaqa koefitsient?
4. Marjinal xarajatlar deganda qanaqa xarajatlarni tushunasiz?
5. Iste'molchi budjeti deganda nimani tushunasiz?
6. Iste'molchining erkinligining mohiyatini tushuntirib bering?
7. Iste'molchining mustaqilligi deganda nimani tushunasiz?
8. Iste'molchi tanlovining afzalligi nimada?
9. Rentabellik nima va u qanday hisoblanadi?
10. Daromad maydoni deganda nimani tushunasiz?
11. Mustaqillik aksiomasi deganda nimani tushunasiz?
12. Portfel menejerining mohiyatini tushuntirib bering?

13. Aqliy buxgalteriya hisobi deganda nimani tushunasiz?
14. Aksiya nima va uning nechchi xel ko'inishi bor?

Testlar

1. Nemis iqtisodchisi Nobel mukofoti sovrindori R.Selten o'zining "Cheklangan ratsionallik" nomli asarini nechinchi yilda yozgan?
 - A. 1990 yilda
 - B. 1992 yilda
 - C. 1991 yilda
 - D. 1993 yilda
2. O'zgaruvchan ratsionallik tushunchasi qaysi olim tomonidan kiritilgan?
 - A. A.Garvard professori X. Leybenshteyn
 - B. Nemis iqtisodchisi Nobel mukofoti sovrindori R.Selten
 - C. D.Kahneman va A.Tverskiyning
 - D. R.Lyuis
3. 1963 yilda nashr etilgan "Firmaning xulq-atvori nazariyasi" kitobining mualliflarini ko'rsating?
 - A. J.March va R.Kaert
 - B. Garvard professori X. Leybenshteyn
 - C. Nemis iqtisodchisi Nobel mukofoti sovrindori R.Selten
 - D. D.Kahneman va A.Tverskiyning
4. Taklif qilingan yangi variantlar bir-biri bilan taqqoslanadimi yoki amaldagi firma xulq-atvori uchun qarorlar bilan taqqoslanadimi?
 - A. Amaldagi firma xulq-atvori uchun qarorlar bilan taqqoslanadi
 - B. Yangi variantlar bir-biri bilan taqqoslanadi
 - C. Eski variantlar bir-biri bilan taqqoslanadi
 - D. Amaldagi variantlar bir-biri bilan taqqoslanadi
5. Soddalashtirilgan modelda spirallarning nechta guruhi mavjud?
 - A. 3 ta (aksiyadorlar, menejerlar, ijrochilar)
 - B. 5 ta (aksiyadorlar, menejerlar, ijrochilar, tadbirkorlar, firmalar)
 - C. 2 ta (aksiyadorlar, menejerlar)
 - D. 4 ta (aksiyadorlar, menejerlar, ijrochilar, tadbirkorlar)
6. Agar firma a'zolari qaror qabul qilishda va ovoz berishda koalitsiya tuza olmasalar, ularning firma ustidan nazorati nimaga teng bo'ladi?

- A. nolga
- B. birga
- C. yarimga
- D. Bir yarimga

7. Qat'iy ierarxik tuzilma, uning ichida ... manfaatdor guruhlar faoliyat yuritadi,

- A. Bir nechta
- B. ikkita
- C. to'rtta
- D. oltita

8. Ayrim agentlar va guruhlarning manfaatlarini e'tiborsiz qoldirish nimaga olib keladi?

A. sarmoyalarning yo'qolishiga, menejerlar va qimmatli xodimlarning ketishiga, mulkdorlar ittifoqi qulaganida kompaniyaning parchalanishiga, davlat idoralari tomonidan sodiqlikning yo'qligiga yoki qarama-qarshiliklarga olib keladi

B. sarmoyalarning yo'qolishiga, menejerlar va qimmatli xodimlarning ketishiga, mulkdorlar ittifoqi qulaganida kompaniyaning parchalanishiga olib keladi

C. sarmoyalarning yo'qolishiga, menejerlar va qimmatli xodimlarning ketishiga, davlat idoralari tomonidan sodiqlikning yo'qligiga yoki qarama-qarshiliklarga olib keladi

D. sarmoyalarning yo'qolishiga, mulkdorlar ittifoqi qulaganida kompaniyaning parchalanishiga, davlat idoralari tomonidan sodiqlikning yo'qligiga yoki qarama-qarshiliklarga olib keladi

9. Dunyoni bilish va o'rganishda nimalarga erishish uchun kompaniya ishtirokchilarining o'zini o'zi anglashi lozim bo'ladi?

A. Nomoddiy, ijtimoiy, subyektiv maqsadlar, ustuvorliklar va qadriyatlarga.

B. Moddiy, ijtimoiy, subyektiv maqsadlar, ustuvorliklar va qadriyatlarga.

C. Nomoddiy, ijtimoiy, obyektiv maqsadlar, ustuvorliklar va qadriyatlarga.

D. Moddiy, ijtimoiy maqsadlar, ustuvorliklar va qadriyatlarga.

10. Firma ichidagi koalitsiyalararo nizolarning natijalari nimalarni shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi?

A. Firma tomonidan nazorat qilinadigan aktivlar va resurslarga kirish qoidalarini shakllantirish uchun

B. Iste'molchilar tomonidan nazorat qilinadigan aktivlar va resurslarga kirish qoidalarini shakllantirish uchun

C. Firma tomonidan nazorat qilinadigan aktivlarga kirish qoidalarini shakllantirish uchun

D. Iste'molchilar tomonidan nazorat qilinadigan aktivlar va resurslarga kirish qoidalarini shakllantirish

X BOB. MOLIYAVIY XULQ-ATVOR NAZARIYASI VA AUKSION NAZARIYASI.

10.1. Moliyaviy munosabatlar ishtirokchilarining rasional va irratsional xatti-harakatlari.

Ishtirokchilarning ratsional va irratsional xatti-harakati moliyaviy munosabatlar. Moliyaviy menejment sohasidagi mutaxassislar o'z amaliyotlarida ko'pincha klassik moliyaviy va iqtisodiy nazariyalar yordamida tushuntirib bo'lmaydigan hodisalarga duch kelishadi. Klassik nazariyalar moliyaviy munosabatlarning barcha ishtirokchilari (shaxslar) butunlay ratsional, ya'ni quyidagi mezonlarga javob beradi. Birinchidan, yangi ma'lumotni qabul qilganda, shaxslar "to'g'ri" ularni o'zlarining vakolatxonalariga kiritadilar. Ikkinchidan, ustun g'oyalar asosida ular kutilgan foydalilik nazariyasiga mos keladigan to'g'ri qarorlar qabul qiladilar. Moliya sohasidagi xulq-atvor yondashuvi moliyaviy munosabatlarning barcha ishtirokchilari to'liq oqilona emas degan taxminga asoslanadi.

Moliyaviy munosabatlar ishtirokchilarining irratsional xatti-harakatlarini tushuntiruvchi bir qator xulq-atvor nazariyalari mavjud. Bunday nazariyalar qatoriga "geymer nazariyasi" yoki "kichik sonlar qonuni" kiradi.

Ushbu nazariyaning mohiyatini quyidagi misolda ko'rib chiqamiz. Tanga otishda boshlar olti marta yuqoriga ko'tarildi. Boshlarning olti marta ko'tarilish ehtimoli qanday? To'g'ri javob – 0,5. Ko'pchilik javob beradi – juda katta ehtimollik, chunki dumlar va boshlar taxminan bir xil tushishi kerak, boshlar oltinchi marta tushishi mumkin. Bu kichik namunadagi katta sonlar qonunini qo'llashda yuzaga keladigan "o'yinchining xatosi". Bu hodisa kichik sonlar qonuni deb ataladi.

Istiqbol nazariyasi moliyaviy munosabatlar ishtirokchilari bir xil miqdordagi daromaddan qoniqishdan ko'ra yo'qotishlar haqida ko'proq tashvishlanishlarini ta'kidlaydi. Bu eng kam yo'qotish ehtimoli bo'lgan variantning noaniqligi sharoitida ularning tanlovini tushuntiradi.

"Lanker" nazariyasi quyidagicha: ba'zi taxminlarni shakllantirish yakuniy natija, bog'langan langar deb ataladigan dastlabki, ba'zan tasodifiy bahodan boshlanadi. Ko'chmas mulk sotuvchilari, masalan, boshlang'ich narxni oshirib yuborishlari bejiz emas. Bu ularga obyekttni oshirilgan narxda sotish imkonini beradi.

Korporativ moliyani boshqarishning asosiy maqsadi kompaniyaning aksiyadorlik qiymatini maksimal darajada oshirishdir. Xulq-atvor moliyasi nazariyasiga ko'ra, bu ichki va tashqi omillar tomonidan oldini oladi.

Menejerlar va kompaniya egalari manfaatlarining tafovutidan kelib chiqadigan agentlik xarajatlari ichki omillar deb ataladi.

Qiymatga asoslangan menejment tarafdorlari, to'g'ri ishlab chiqilgan shartnoma va ish haqi tizimi agentlik xarajatlari muammosini hal qilishi va menejerlarni firmaning aksiyadorlik qiymatini oshirishga majbur qilishi mumkinligini ta'kidlaydi. Ular kompaniya aksiyalarini sotib olish huquqi uchun premium opsiya tizimidan foydalanishni taklif qilmoqdalar, bu esa menejerlarni kompaniya aksiyalarining bozor qiymatini oshirish choralari avtomatik ravishda qiziqtirishi kerak.

Biroq, so'nggi paytlarda aksiyalarning bozor qiymati har doim ham menejerlarning samaradorligi bilan belgilanmaydi. Shu munosabat bilan, premium variantlar tizimi tobora ko'proq maxsus premium tizimlar bilan almashtirilmoqda.

Kompaniya qiymatini maksimal darajada oshirishga xalaqit beradigan tashqi omillar sifatida mutaxassislar haqiqiy bozor qiymatining fundamental yondashuv asosida hisoblangan nazariy qiymatdan chetlanishini chaqirishadi.

Xulq-atvor yondashuvi tamoyillari korporativ moliyaning quyidagi sohalarida eng ko'p qo'llanilishini topdi.

1. Jamiyatning dividend siyosatini shakllantirish. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, dividend siyosati sohasidagi har qanday katta o'zgarishlar darhol kompaniya aksiyalari narxida aks etadi. Dividendlarning ko'payishi investorlar uchun yaxshi signal bo'lib, aksiyalarning bozor narxining oshishi bilan birga keladi va dividendlarning kamayishi haqidagi xabar, qoida tariqasida, narxning pasayishiga olib keladi, shuning uchun korporatsiyalar kamaytirishni istamaydi. Dividendlar va shuning uchun ularni ko'paytirmaydi, agar ular kelajakda barqaror yoki yuqoriroq foyda keltirishi kerak bo'lmasa. Shunday qilib, ularning fikriga ko'ra, dividendlarning odatdagi darajadan oshib ketishi investorlar uchun rahbariyatning kelajakda yaxshi foyda olishni bashorat qilishini va aksincha, "signal" hisoblanadi. Dividendlar investorlar yaxshi rivojlanayotgan daromadli firmalarni aniqlashlari mumkin bo'lgan mezonlardan biridir. Investorlar, agar bu ma'lumotlar dividendlar sohasidagi tegishli siyosat bilan tasdiqlangan bo'lsa, o'z hisobotlarida yuqori daromad ko'rsatadigan firmalarga ko'proq

ishonishadi. Bozor bahosining xulq-atvor nazariyasi yomon yangiliklar aksiya narxini yaxshi yangilikdan ko'ra ko'proq pasaytiradi, deb ta'kidlaydi. Masalan, dividendlarning ko'payishi va kamayishi haqidagi ma'lumotlarning aksiyalarining bozor qiymatiga ta'siri. Ularning o'sishi bozor qiymatini biroz oshirishi mumkin. Ammo dividendlarni kichik pasaytirish ham aksiyalar narxining pasayishiga olib kelishi mumkin. Shuning uchun moliyaviy menejerlar, agar kelajakda o'z darajasini saqlab qolishga ishonchlari komil bo'lmasa, dividend to'lovlarini oshirmasliklari kerak.

So'nggi paytlarda xulq-atvor yondashuvi tarafdorlari, investorlar dividendlar to'laydigan aksiyalarga talabni oshiradigan va ular uchun ortiqcha to'lashga tayyor bo'lgan alohida davrlar borligini ta'kidlaydilar. Natijada, dividend mukofoti deb ataladigan narsa paydo bo'ladi, ya'ni kompaniya aksiyalariga talabning ortishi tufayli aksiyalar narxining ularning asosiy qiymatidan oshib ketishi. Boshqa davrlarda investorning kayfiyati o'zgaradi, bunday aksiyalarga talab kamayadi. Dividendga ega bo'lgan aksiyalarni investorlar yuqori potensialga ega kompaniyalarning aksiyalariga afzal ko'rishadi. Natijada, dividend mukofoti tushadi, hatto dividend chegirmasi paydo bo'ladi. Xulq-atvor yondashuvi tarafdorlari dividend siyosatini shakllantirishda investorlarning kayfiyatini hisobga olish uchun ularni bashorat qilish zarur deb hisoblaydilar. Dividendli aksiyalarga talab mumkin bo'lgan davrlarda menejerlar ularni to'lash to'g'risida qaror qabul qilishlari kerak va dividendlar bo'lgan aksiyalarga bo'lgan talab pasayganda ularni to'lashni to'xtatish kerak.

2. Agentlik ziddiyatlari xavfini kamaytirish maqsadida agentlik munosabatlarini boshqarish. Zamonaviy korxonalar – bu menejerlar, xodimlar va xodimlar, aksiyadorlar va obligatsiyalar egalarini o'z ichiga olgan mutaxassislar jamoasi. Ushbu korporativ jamoa a'zolari bir-birlari bilan rasmiy va norasmiy munosabatlar orqali bog'langan. Moliyaviy menejmentning maqsadi korxonalar qiymatini maksimal darajada oshirishdir. Biroq, firma menejerlari egalarining boyligini maksimal darajada oshirish bilan raqobatlashadigan boshqa maqsadlarga ega bo'lishi mumkin. Egalari menejerlarga qaror qabul qilish huquqini berishlari mumkin bo'lgan agentlik manfaatlari to'qnashuvini keltirib chiqaradi.

Ko'pgina yirik korporatsiyalar uchun potensial agentlik nizolari katta ahamiyatga ega, chunki yirik firmalarning menejerlari o'z aksiyalarining faqat kichik bir qismiga egalik qilishadi. Bunday vaziyatda aksiyadorlarning

boyligini maksimal darajada oshirish ularning asosiy maqsadi bo'lmisligi mumkin. Mutaxassislarning fikricha, agent menejerlarning asosiy maqsadi firma hajmini oshirishdir. Katta, tez rivojlanayotgan kompaniyani yaratish, menejerlar:

- o'z pozitsiyalarini ta'minlash, chunki boshqa firmalar tomonidan aksiyalarning nazorat paketini sotib olish ehtimoli kamroq bo'ladi;
- o'z kuchi, mavqei va maoshini oshirish;
- o'z qo'l ostidagilar – quyi va o'rta rahbarlar uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratish.

Menejerlar imtiyozlarga ishtahani rivojlantiradilar va korporativ mablag'larni o'zlari homiylik qiladigan tashkilotlarga xayriya qiladilar, chunki bu xarajatlarning aksariyati boshqa aksiyadorlar tomonidan qoplanadi.

Rag'batlantirish, cheklash va jazolash orqali menejerlarni aksiyadorlar manfaati uchun harakat qilishga undash mumkin. Ammo bu vositalar faqat aksiyadorlar menejerlarning barcha harakatlarini kuzatishi mumkin bo'lgan hollarda samarali bo'ladi. Bu ma'naviy xavf muammosini keltirib chiqaradi, bu menejerlarning o'z manfaatlariga ko'ra sezilmaydigan harakatlarining ehtimoli sifatida tushuniladi.

Agentlik nizolari ehtimolini kamaytirish uchun egalar agentlik xarajatlarini o'z zimmlariga olishga majbur bo'lishadi, ularni uchta toifaga bo'lish mumkin:

- menejerlar faoliyati ustidan nazoratni amalga oshirish xarajatlari (masalan, auditorlik tekshiruvlarini o'tkazish xarajatlari);
- menejerlarning nomaqbul xatti-harakatlari ehtimolini cheklaydigan tashkiliy tuzilmani yaratish xarajatlari (masalan, boshqaruv kengashi tarkibiga tashqi investorlarni kiritish);
- boshqaruvchilarning aksiyadorlar manfaatlariga mos kelmaydigan harakatlarini cheklaydigan maxsus shart-sharoitlarni yaratish bilan bog'liq xarajatlar, masalan, barcha aksiyadorlar yoki ularning ko'pchiligi tomonidan muayyan masalalar bo'yicha majburiy ovoz berishni joriy etish (masalan, qo'shilish, birlashish va boshqalar).

Agar mulkdorlar menejerlar faoliyatiga ta'sir qilish uchun hech qanday harakat qilmasa, firma samaradorligini yo'qotishi muqarrar. Juda yuqori agentlik xarajatlari bir xil natijaga olib keladi. Egalari agentlik xarajatlari darajasi va agentlik mojarolari natijasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar o'rtasidagi optimal nisbatni topishlari kerak.

3. Korporativ nazorat siyosatini shakllantirish. Rahbariyat tomonidan kompaniya bilan qo'shilish yoki uni o'zlashtirish to'g'risida qaror qabul qilish jarayoni ko'p jihatdan xulq-atvor yondashuviga mos keladi. Mag'rurlik nazariyasi shuni ta'kidlaydiki, ko'plab M&A qarorlari menejerning maqsadli kompaniya bozor tomonidan kam baholanganligiga subyektiv ishonchining natijasidir.

Birlashtirish jarayoni quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- korporatsiya- potensial xaridor korporatsiya-maqsadini belgilaydi;
- xaridor maqsadli ulushlarni baholaydi (ularning kam baholanishi nuqtai nazaridan);
- maqsadning olingan (nazariy qiymati) bozor qiymati bilan solishtiriladi.
- Agar olingan baho bozor bahosidan past bo'lsa, qo'shilish amalga oshirilmaydi, agar u yuqori bo'lsa, tender taklifi beriladi (nazorat paketini sotib olish taklifi – tender).

Nima uchun nazariya mag'rurlik deb ataladi? Birlashish sotib oluvchi korporatsiya rahbariyatining individual qarori natijasidir. U maqsadli korporatsiyaga bergan bahosini bozor bahosidan ko'ra to'g'riroq deb hisoblaydi va birlashishga qaror qiladi. Haddan tashqari ishonchli investorlar o'z kompaniyasiga zarar yetkazishi mumkin. Maqsadning taxminiy bahosidan foyda olishga umid qilib, ular ushbu kompaniyaning aksiyalarini sotib olish to'g'risida g'azablangan qaror qabul qilishadi, bu esa katta yo'qotishlarga olib kelishi mumkin.

4. Korxonaning moliyaviy va investisiya siyosatini shakllantirish. Ko'pgina klassik moliyaviy nazariyalar va modellar bozorda ratsional investor xatti-harakati farazlariga asoslanadi. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, haqiqatda har doim ham oqilona emas. Noaniqlik sharoitida harakat qiluvchi investorlarga kuchli his-tuyg'ular, illyuziyalar va boshqa "irratsional" omillar ta'sir qiladi. Bu omillarni aniqlash va ularning investitsiya va moliyaviy qarorlarni qabul qilish jarayoniga ta'sirini o'rganish xulq-atvor moliyasining asosi hisoblanadi. Xulq-atvorli moliya – moliyaviy va investitsiya xarakteridagi qarorlarni qabul qilishda noaniqlik va tavakkalchilik sharoitida bozorda investorlar va moliyachilar xatti-harakatlarining irratsional xususiyatini hisobga oladigan moliyaviy menejmentning yo'nalishi. Ushbu fan an'anaviy moliyaning klassik nazariyalarida ko'rib chiqilgan bir qator fond bozori muammolariga boshqacha qarashni taklif qiladi. Ular orasida G.Markovitsning portfel nazariyasi va V.Sharpning moliyaviy aktivlarning

rentabelligini baholash modeli, F.Blekning opsiyon bahosi nazariyasi, Y.Famaning samarali bozorlar gipotezasi bor. Yuqoridagi barcha nazariyalar, klassik moliyaviy nazariyalarning aksariyati kabi, bozorda ratsional investor xatti-harakati farazlariga asoslanadi, bu quyidagilarni nazarda tutadi:

- bozorning barcha ishtirokchilari tomonidan bir xil foydalanish mumkin bo'lgan ma'lumotlardan foydalanish;

- kapital bozorining barcha ishtirokchilarining moliyaviy aktivlarning rentabelligi va tavakkalchiligiga nisbatan bir xil kutishlari;

- investorlar harakatlarining noaniqlik sharoitida kutilayotgan foydalilikni maksimal darajada oshirish tamoyiliga muvofiqi.

Shu bilan birga, so'nggi o'n yilliklarda olib borilgan ko'plab tadqiqotlar bozor narxlari harakati va umuman bozorning xatti-harakatlarini klassik moliyaviy nazariyalar va modellar tomonidan yetarli darajada aniqlik bilan tavsiflab bo'lmaydi, deb hisoblashga asos bo'ladi. Buning sababi shundaki, investorlarning bozordagi xatti-harakatlari oqilona emas, ya'ni ushbu nazariyalar asosidagi taxminlarga mos kelmaydi va ulardan samarali foydalanish imkoniyati uchun muhim deb tan olinadi.

Mantiqsiz xatti-harakatlarga misol sifatida olimlar olomon effekti deb ataladigan narsani o'rganishdi. Olomonning uni tashkil etuvchi xalqqa o'ziga xos ta'sirini fransuz sotsiologi G. Le Bon o'zining 1895 yilda "Olomon psixologiyasi" kitobida tasvirlab bergan. Le Bonning ta'kidlashicha, odamlar bir guruhda harakat qilganda, jamoaviy ongga ega bo'lgan yagona shaxsga aylanadi, bu ong guruh a'zolarini yolg'iz o'zini qanday tutishidan butunlay boshqacha yo'l tutishga majbur qiladi. Olomon hissi va uning harakatlari nihoyatda yuqumli, deydi Le Bon va ko'pincha odamlarni jamoaviy manfaatlar hisobiga shaxsiy manfaatlarini qurbon qilishga majbur qiladi.

Bozorlarda olomon effekti ishlashiga shubha yo'q. 1841 yilda C. Makkey o'zining "Favqulodda ommaviy aldashlar va olomonning aqldan ozishi haqidagi xotiralar" kitobida bozorda spekulyativ pufakchalarning shakllanishini ommaviy isteriyaning epizodik portlashlari bilan izohlagan. Bunday isteriyaning eng mashhur namunalari 1636 yildagi lolalar maniyasi va 1840 yilgi Kaliforniya oltin yugurishi edi.

Bugungi kunda ko'plab kuzatuvchilar, bozor maksimal va minimal qiymatlarga yetgan paytlarda yuzaga keladigan barcha narxlarning keskin o'zgarishi olomonning xatti-harakatlari bilan bog'liq deb hisoblashadi. Moliyaviy bozorlarda qo'llanilganda, bu ta'sir axborot kaskadi deb ataladi.

Investor boshqa ko'plab bozor ishtirokchilarining harakatlarini kuzatish va ularga taqlid qilish orqali qaror qabul qiladi. Katta hajmdagi ma'lumotlarni o'z vaqtida olish va qayta ishlash imkoniyati cheklangan sharoitda, olomonning xatti-harakatlariga rioya qilish ba'zida noaniqlik sharoitida tanlov muammosini hal qilishning yagona yo'li bo'lishi mumkin. Ammo "kollektiv ong" ta'sirisiz ham odamlar ko'pincha mutlaqo mantiqsiz qarorlar qabul qilishadi, masalan, amalga oshirilayotgan operatsiya natijasiga qandaydir tarzda ta'sir qilish imkoniyati mavjud bo'lgan vaziyatda. Ko'pincha, bu voqealar rivojini "nazorat qilish illyuziyasini" tashkil etuvchi muayyan harakatlarni bajarish zarurati bilan bog'liq. Bu hodisa birinchi marta to'liq tavsiflangan va E. Langerning 1975 yilda nashr etilgan "Boshqaruv illyuziyasi" asaridagi tadqiqot natijalari bilan tasdiqlangan. U o'yinda ishtirok etadi, uning shartlari shunday shakllantiriladiki, muayyan harakatlarni bajarish zarurati o'yinchida "nazorat illyuziyasi" ga olib keladi, ya'ni yakuniy natija uning qobiliyatiga bog'liqligiga ishonch. Shu bilan birga, mohiyatiga ko'ra mutlaqo bir xil bo'lgan, ammo boshqacha tarzda tuzilgan o'yinlar ("nazorat illyuziyasi" shartlarni boshqacha shakllantirishda paydo bo'lishi mumkin) o'yinchining ularda qatnashish yoki qatnashmaslik haqidagi qarorini o'zgartirishi mumkin, va u bu o'yinda tavakkal qilishga tayyor bo'lgan pul miqdori bilan baholanadi.

Nima uchun odamlar mantiqsiz harakat qilishadi? Agar asosiy sabablar aniqlansa, bunday vaziyatlarni oldindan bilish va nazorat qilish, natijada "noto'g'ri xatti-harakatlar" ning salbiy oqibatlarining oldini olish mumkin. Boshqa bozor ishtirokchilarining (ham sheriklar, ham raqobatchilar) harakatlarini tushunish va bashorat qilishni o'rganish foydali bo'ladi, bu "to'g'ri" yoki "oqilona" xatti-harakatlar chizig'idan har qanday og'ishlarni o'z foydangizga aylantiradi. Ushbu muammoni o'rganish davomida ko'p yillar davomida olingan turli tadqiqotchilarning ish natijalarini umumlashtirib, biz investorlarning bozordagi xatti-harakatlarini belgilovchi barcha subyektiv omillarni ikki toifaga ajratamiz.

Birinchi, voqelikni noto'g'ri idrok etish yoki haqiqiy vaziyatni noto'g'ri baholashni o'z ichiga olishi kerak, natijada – har qanday faoliyat sohasida, shu jumladan moliyaviy sohada deyarli barcha odamlarga xos bo'lgan hukmron fikrlash stereotiplari tufayli noto'g'ri qarorlarni qabul qiladi.

Ikkinchisiga inson tabiatiga xos bo'lgan va ko'pchilik shaxslarga xos bo'lgan shartli sharoitlarda odamlarning xatti-harakatlarini belgilovchi hissiy omillar kiradi.

Klassik moliyaviy nazariyalar asos bo'lgan oqilona xulq-atvor belgilaridan farqli o'laroq, xulq-atvorli moliya fond bozorining zamonaviy ishtirokchilariga xos bo'lgan irratsional xatti-harakatlarning quyidagi xususiyatlarini taqdim etadi: investorlar samarali bozorlar nazariyasida nazarda tutilgan passiv strategiyalarga rioya qilmaydilar; qimmatli qog'ozlarni faol ravishda sotadi va sotib oladi.

Xulq-atvor moliyasining aniqlangan omillarini hisobga olish fond bozori ishtirokchilarining moliyaviy strategiyasi va taktikasi samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkin.

10.2. Auksionlar va auksion mexanizmlari.

“Auksion” so'zining etimologiyasi lotincha augerega borib taqaladi, bu “o'sish, ko'paytirish” degan ma'noni anglatadi. Ta'kidlash joizki, kim oshdi savdolari uzoq tarixga ega, ularning birinchi tavsiflari miloddan avvalgi 500 yilga to'g'ri keladi. Gerodotning yozishicha, Bobilda har yili ayollarni turmushga chiqarish uchun kim oshdi savdolari o'tkazilgan. Agar qiz boshqa yo'l bilan sotilgan bo'lsa, nikoh noqonuniy hisoblanadi. Rimliklar, shuningdek, mulki musodara qilingan qarzdorning mol-mulkini tugatish uchun kim oshdi savdolaridan foydalanganlar.

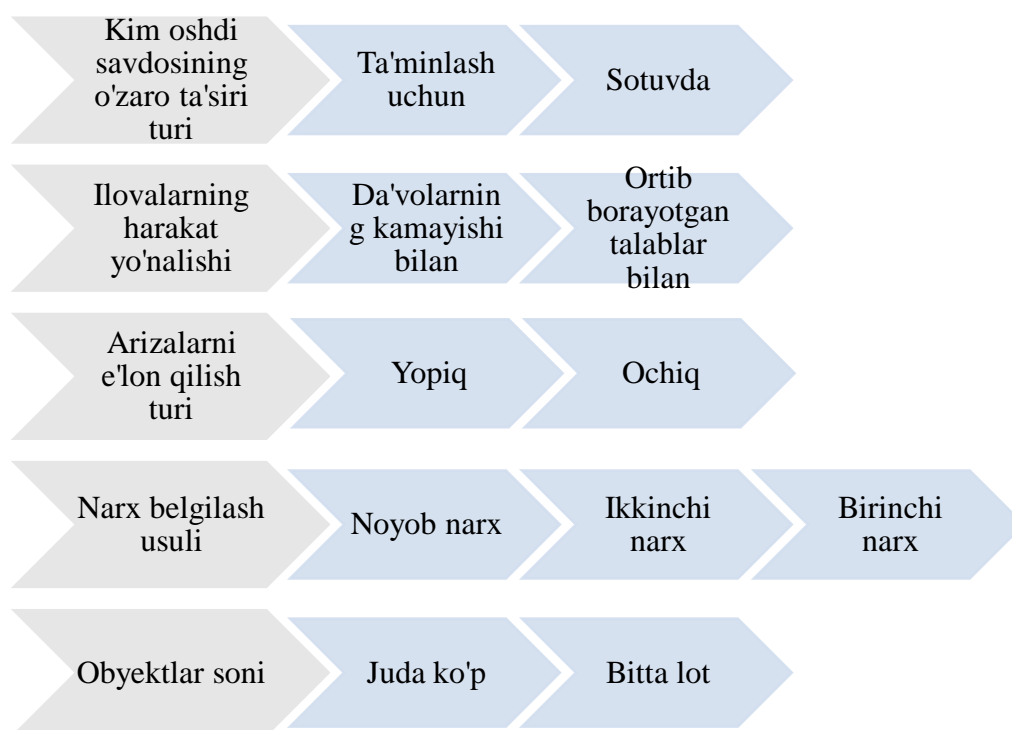
Rim imperiyasining oxiridan VIII-asrgacha auksionlar Yevropada foydadan chetda qolgan, Osiyoda esa ular hech qachon keng tarqalmagan.

VIII-asrda Angliyaning ba'zi joylarida tovarlarni sotish va ijaraga berish uchun "sham" auksionlari o'tkazila boshlandi. Ular shamdonlar nomini kim oshdi savdosi sham yoqilgan paytdan boshlanganligi, shundan so'ng stavkalar o'sish tartibida taklif qilinganligi sababli oldi. Sham o'chgan paytda yuqori stavka taklif qilgan kishi g'olib bo'ldi.

Fransuz inqilobidan keyin tavernalarda auksionlar o'tkazila boshlandi. Ushbu auksiondagi lotlar faqat san'at asarlari edi.

Hozirgi vaqtda auksionlardan foydalanish keng tarqalgan. Gullar, san'at, baliq, sharob, shuningdek, radiochastota spektridan foydalanish, elektr energiyasi shartnomalarini taqsimlash va boshqalar kabi ko'proq mavhum obyektlar uchun auksionlar mavjud. Ushbu auksionlarning ba'zilar oxirida summalar deyarli tasavvur qilib bo'lmaydigan darajada ko'tarildi. Masalan,

1990-yillarda AQSH hukumati mobil aloqaning ikkinchi avlodi uchun litsenziya auksionlarida o‘nlab milliard dollar yig‘di, 2000-yilda esa inglizlar va nemislar mobil aloqaning uchinchi avlodi uchun litsenziya auksionlarida o‘nlab milliard yevro oldi. Ularning ba’zilarida auksion nazariyotchilari faol bo‘lib, ikkala hukumatga ularning dizayni bo‘yicha va ishtirokchilarga strategik xatti-harakatlari bo‘yicha maslahat berishdi. Ushbu auksionlar, auksionlar nazariyasiga qiziqishning ortishiga sabab bo‘ldi.



10.1-rasm. Parametrlar bo‘yicha auksionlarning tasnifi

Auksionlar nazariyasini ko‘rib chiqsak, shuni ta’kidlaymizki, har bir alohida mexanizm qanchalik yaxshi ishlashini baholash mumkin bo‘lgan ikkita mezon mavjud: sotuvchining kutilayotgan daromadi va samaradorlik. Birinchi mezon auksionlarni tashkil etishda ustunlik qiladi, bu yerda xususiy sotuvchilarning tovarlari (masalan, san’at obyektlari) sotuvi va kim oshdi savdosini sotib olishda. Ikkinchi mezonning ustunligi davlat litsenziyalarni sotganda yuzaga keladi: agar, masalan, neft konini o‘zlashtirish huquqi kompaniyaga eng kam xarajat evaziga o‘tsa, bu butun mamlakat iqtisodiyoti uchun foydali bo‘ladi.

Shunday qilib, iqtisod fanining muhim va jadal rivojlanayotgan sohasi bo'lgan auksion nazariyasi ushbu va shunga o'xshash muammolarni hal qilish bilan bog'liq bo'lib, dunyoga bir nechta Nobel mukofoti sovrindorlarini berishga muvaffaq bo'ldi.

Auksion mexanizmi – bu kim oshdi savdosining xususiyatlarini va uning natijalarini belgilovchi parametrlar to'plami. Parametrlar hisob-kitoblarni, o'zaro ta'sir turini, narx harakatining yo'nalishini, yopilish narxini aniqlash usulini, narxni e'lon qilish usulini, obyektlarning sonini o'z ichiga oladi. Tasniflash mezonini sifatida parametrlardan foydalanib, biz auksionlar sinflarini grafik tarzda tasvirlaymiz (10.1-rasm).

Biz kim oshdi savdosi mexanizmlarining asosiy turlarini ajratamiz:

- Ingliz auksioni – narxning oshishi. Sotuvchi boshlang'ich narxni e'lon qiladi (ya'ni, tovarlarni ushbu narxdan pastroq sotish mumkin emas. Har bir xaridor joriy narxdan yuqoriroq narxni e'lon qilish huquqiga ega. Tovarlarni sotish narxni ko'tarishga tayyor odamlar qolmaganidan keyin amalga oshiriladi. Xaridor eng yuqori narxni belgilagan kishi bo'lib, u oxir-oqibat to'laydi. Foydalanish mumkin bo'lgan buyum emas, balki ba'zi ishlarni bajarish majburiyati bilan (masalan, qurilish shartnomalari bilan) sotilgan taqdirda, savdo jarayonida narx bitta bosh pudratchi bo'lgunga qadar pasayadi, ya'ni eng past ko'rsatilgan narx uchun ish;

- Gollandiya auksioni (narxlarni pasaytirish). Sotuvchi sotilayotgan buyum uchun juda yuqori boshlang'ich bahoni e'lon qiladi, so'ngra uni belgilangan narxda sotib olishga tayyor bo'lgan xaridor topilmaguncha uni asta-sekin pasaytiradi. Ushbu turdagi auksion Gollandiyada XVII-asrning birinchi yarmida ushbu gullar bozorida mashhur "lola mania" – "ko'pik" davrida lola lampalarini sotib olishda qo'llanilgan;

- birinchi narxning auksioni. Kim oshdi savdosida ishtirok etuvchi har bir xaridor bitta ariza beradi va boshqa xaridorlardan yashirincha. Kimning arizasi yuqoriroq bo'lsa, o'sha g'olib deb topiladi va arizada ko'rsatilgan narx to'lanadi;

- ikkinchi narx auksioni (Vikri). Ushbu sxemani taklif qilgan Nobel mukofoti laureati V.Vikri sharafiga nomlangan. Xulosa shuki, birinchi narxning auksionida bo'lgani kabi, har bir xaridor yashirin taklif qiladi. Kimning arizasi eng yuqori bo'lsa, u g'olib deb e'lon qilinadi, lekin keyingi arizada ko'rsatilgan narx to'lanadi. Shubhasiz, bunday kim oshdi savdosida har bir ishtirokchi dominant strategiyaga ega, ya'ni sotilgan tovarlarga

o'zining haqiqiy bahosini e'lon qiladi. Ushbu auksion mexanizmi amaliyotda kam qo'llanilsa-da, nazariya uchun juda muhimdir.

Shunday qilib, ko'pchilik auksionlar ushbu standart to'rtta mexanizmga asoslanadi, shuning uchun materialning keyingi taqdimoti ushbu to'rtta standart mexanizmga bag'ishlangan. (Biroq, auksionlarning boshqa turlari ham ba'zi akademik tadqiqotlar oldi, masalan, Amsterdam, umumlashtirilgan ikkinchi, spektr, taklif-auksion va boshqalar). Ular bizni ushbu auksionlarning natijalari qanday farq qilishi haqidagi savolga olib keladi. Gollandiya auksioni va birinchi narx auksioni bir xil natijaga olib kelishini ko'rish juda oson. Misol tariqasida quyidagi holatni keltirish mumkin. Xaridor Gollandiya auksionida juda ko'p bo'lgan ba'zi san'at buyumlarini sotib olishni rejalashtirgan, shu bilan birga, qoida tariqasida, u anonim qolishni xohlaydi, kim oshdi savdosida uning manfaatlari ishonchli shaxs tomonidan ifodalanadi. Ko'rsatma sifatida u faqat savdoni to'xtatishi kerak bo'lgan narx haqidagi xabarni oladi. Birinchi narxning auksionida ishtirok etish uchun ko'rsatmalar o'xshash bo'ladi – narx arizada ko'rsatilgan. Xuddi shu ko'rsatmalar ushbu auksionlarda teng natijalarga olib keladi. Gollandiyalik kim oshdi savdosi xaridori 2000, 1500 va 1000 dollarlik savdoni to'xtatishga qaror qilsa, buyum taklif qilgan xaridorga 2000 dollarga sotiladi. Birinchi auksionda 2000, 1500 va 1000 dollarga taklif qilingan taqdirda, buyum taklifda 2000 AQSh dollarini ko'rsatgan xaridorga ham sotiladi, ya'ni bir xil narxda. Shuning uchun Gollandiya auksioni strategik jihatdan birinchi narx auksioniga teng.

Ingliz auksioni va Vikri kim oshdi savdosi o'rtasida shunga o'xshash parallellikni keltirib, biz ingliz auksionidagi savdo strategiyasini turli yo'llar bilan shakllantirish mumkinligi sababli aniq bir xulosaga kelmaymiz. Biroq, ushbu strategiyalarga ko'ra, agar ko'rsatilgan narx uning taxminidan past bo'lsa va boshqa xaridor narxni oxirgi marta ko'targan bo'lsa, har bir alohida xaridor uchun narxni oshirish foydali bo'ladi. Shunday qilib, xaridorning strategiyasi savdoni to'xtatish uchun zarur bo'lgan miqdorga kamayadi. Agar ingliz auksionida xaridorlar savdoni to'xtatgan summalar Vikri kim oshdi savdosida berilgan takliflarga teng bo'lsa, ingliz auksionining natijasi ikkinchi narx auksioni natijasiga teng bo'ladi. Biroq, har bir xaridor sotilayotgan lotning qiymatini bilsagina, bu bayonot to'g'ri bo'ladi. Aslida, bu har doim ham shunday emas. Agar har bir xaridor ochilgan lotning qiymatini bilmasa va kim oshdi savdosi boshlanishidan oldin u ushbu qiymat bo'yicha

qandaydir signal olsa, biz xaridor uchun "narx X ga yetguncha savdolashishdan ko'ra murakkabroq optimal strategiya haqida gapirishimiz mumkin", chunki boshqa raqiblarning takliflarini kuzatish orqali u ochiq lotning qiymati haqida qo'shimcha ma'lumot olishi mumkin. Eng yorqin misol – foydali qazilma konini o'zlashtirish huquqini sotish. Ushbu tenderda ishtirok etuvchi har bir kompaniya qidiruv ishlarini olib boradi va natijada ushbu konning rentabelligi haqida signal oladi. Shubhasiz, bu signallar o'zaro bog'liq bo'ladi.

Ilmiy tadqiqotlar olib borgan V.Vikri birinchi va ikkinchi narxlarning auksionlarida kutilayotgan daromadlarning mos kelishini aniqladi. Biroq, keyingi tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, birinchi va ikkinchi narx auksionlarida kutilayotgan daromadlarning mos kelishi kengroq naqshning alohida holatidir. Aslida, xaridorlarning to'lovlari ko'plab auksionlar uchun bir xil. Bu natija birinchi marta R. Myerson, J. Riley va V. Samuelsonlarning ishlarida shakllantirilgan daromad ekvivalentligi teoremasi deb ataladi. Aynan u kim oshdi savdolari nazariyasining kalitidir.

Teorema quyidagilarga to'g'ri keladi: auksionda tavakkalchiliksiz N xaridor qatnashadi. Mijozlarning v_i baholari $[v, \bar{v}]$ oralig'ida nol bo'lmagan zichikli $f(v)$ va tarqatish funksiyasi $F(v)$ bilan mustaqil va teng taqsimlanadi. Muvozanatdagi ikkita to'g'ridan-to'g'ri auksion mexanizmlarining har biri uchun quyidagilar to'g'ri bo'lsin.

1. Agar $v_i > \max_{j \neq i} v_j$ bo'lsa, mahsulot i mijozga ketadi.
2. Agar $v_i = \bar{v}$ bo'lsa, xaridor i ning kutilgan foydasi 0 ga teng.

Keyin, ushbu ikki auksionda, berilgan bahoga ega bo'lgan sotuvchi va xaridorning kutilayotgan to'lovlari v bir xil bo'ladi.

Xulosa qilib, biz auksionlardan foydalanishga misol keltiramiz, xususan, 3G aloqasi uchun chastotalarni sotish tajribasi. Uchinchi avlod mobil aloqa uchun chastotalarni sotish bo'yicha Evropada birinchi davlat auksionlari, yuqorida aytib o'tilganidek, 2000-2001 yillarda o'tkazilgan. Ushbu auksionlarda shtatlarning o'zlari sotuvchi, uyali aloqa operatorlari esa xaridor sifatida qatnashgan. Auksionlar natijalariga ko'ra, siz ularning qoidalari tovar sotiladigan yakuniy narxga, xaridorning shaxsiga nisbatan qanchalik ta'sirli bo'lishi mumkinligini ko'rishingiz mumkin. Keling, 3G auksionlarida sotishdan tushgan tushumni jadval ko'rinishida taqdim qilaylik. (10.1-jadval). 10.1-jadvalda vakillik qilgan har bir mamlakat hukumati qancha olganligini ko'rsatadi. Aytish joizki, bu mamlakatlarda aholi jon

boshiga to'g'ri keladigan daromadlar taxminan bir xil, davlat budjetiga tushumlar esa 10 barobardan ortiq farq qilgan. Buyuk Britaniyada eng katta daromad potensial abonent uchun 650 yevroni tashkil qiladi. Bu Shveysariyada har bir abonentga to'lanadigan 20 yevrodan 30 baravar ko'p edi. Shveysariyada 3G auksioni o'tkazilgan vaqtda telekommunikatsiya kompaniyalari aksiyalari narxi keskin tushib ketganini hisobga olsak ham, bu bo'shliq ancha katta.

10.1-jadval

2000-2001 yillarda EU 3C auksionlarida potensial abonent uchun litsenziya narxi (POP).

Mamlakat	Narxi, yevro/kishi
Buyuk Britaniya	650
Germaniya	615
Italiya	240
Niderlandiya	170
Avstraliya	100
Daniya	95
Belgiya	45
Greetsiya	45
Shveysariya	20

Buyuk Britaniyadagi 3G auksioni tashkilotchilarining maslahatchisi, taniqli olim P. Klempererning so'zlariga ko'ra, kim oshdi savdosini tashkil etishda e'tiborga olinishi kerak bo'lgan bir qancha muhim jihatlardan mavjud:

- Qabul qiluvchilarni yetarli miqdorda jalb qilish kerak. Auksion qoidalari shunday bo'lmasligi kerakki, zaif xaridorning g'alaba qozonish imkoniyati bo'lmaydi, aks holda uyali aloqa asosiy biznesi hisoblanmaydigan kichik kompaniyalar kabi xaridorlar auksionda qatnashishga umuman qaror qilmaydi. Shubhasiz, bu kuchli o'yinchilar uchun raqobatning pasayishiga olib keladi, ya'ni alohida holatda – rivojlangan infratuzilmaga ega bo'lgan va litsenziyani ishlab chiqishda kamroq xarajatlarga ega bo'lgan yirik telekommunikatsiya kompaniyalari uchun;

- auksion qoidalari shunday bo'lishi kerakki, xaridorlar o'rtasida til birlashtirish ehtimoli minimal bo'lishi kerak. Kim oshdi savdosi xaridorga o'z takliflari bilan boshqa xaridorlarga signal berishga imkon bermasligi kerak. Misol uchun, agar bir nechta xaridor tomonidan bitta lot sotib olish mumkin bo'lsa, xaridor darhol qaysi lot bo'yicha savdolashishga tayyorligini va qaysi

biriga tayyor emasligini ko'rsatishi mumkin. Shunday qilib, narx oshishi bilan kim oshdi savdosi yopiq takliflar bilan kim oshdi savdosiga qaraganda ancha zaifdir.

Britaniyalik 3G auksionining muvaffaqiyati, P.Klempererning so'zlariga ko'ra, beshta bo'linmas litsenziyaning mavjudligi va litsenziyalardan biri avval uyali aloqa bozorida mavjud bo'lmagan kompaniyaga berilishi kerak bo'lgan qoidadan iborat edi.

Shubhasiz, Buyuk Britaniyadagi kim oshdi savdosining muvaffaqiyati uning birinchi turi bo'lganidir. Telekommunikatsiya kompaniyalari (xaridorlari) boshqa mamlakatlardagi auksionlarda o'zlaridan oldingi kompaniyalarning xatolarini hisobga oldilar va yanada konservativ savdolashish yo'llarini topdilar, bu esa litsenziyalar sotiladigan narxlarni pasaytirishni boshladi. Bundan tashqari, potensial xaridorlar g'alaba qozonish imkoniyatlarini yanada ehtiyotkorlik bilan baholay boshladilar, bu keyingi auksionlarda ishtirokchilar sonining kamayishiga olib keldi.

Agar Shveysariyada davom etayotgan 3G auksionini hisobga oladigan bo'lsak, bir nechta kompaniyalarning qo'shma takliflariga ruxsat bergan tashkilotchilarning qo'pol xatosi bor. Shunday qilib, qo'shma arizalar to'rtta litsenziya mavjud bo'lganda ariza beruvchilar soni to'qqizdan to'rttaga qisqarganiga olib keldi. Xulosa: barcha lotlar bron narxida sotilgan, bu juda past edi.

Tayanch so'z va iboralar

Moliyaviy menejment, ratsional va irratsional xatti-harakatlar, moliyaviy munosabatlar, o'yinchi nazariyasi, katta sonlar qonuni, qimorbozning adashishi, istiqbol nazariyasi, tanlov, langar nazariyasi, ko'chmas mulk, korporativ moliya, menejer, mulkdor, agentlik xarajatlari, firma, firma qiymati, firma aksiyadorlari, aksiyaning bozor qiymati, ekspertlar, fundamental yondashuv, dividend, investor, daromad, potensial, obligatsiya, raqobat, vakolat, pozitsiya, nazorat paketi, rag'batlantirish, samaradorlik, korporativ nazorat, mag'rurlik nazariyasi, birlashish, tender, noaniqlik sharoiti, illyuziya, fond bozori, portfel nazariyasi, rentabellik, gipoteza, olomon effekti, olomon psixologiyasi, ommaviy effekt, isterika, oltin chiziq, axborot kaskadi, kollektiv ong, nazorat illyuziyasi, strategiya, taktika, auksion, litsenziya.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Moliyaviy menejment qanaqa menejment?
2. Moliyaviy munosabatlarga nimalar kiradi?
3. O'yinchi nazariyasining qanaqa ijobiy tomonlari bor?
4. Istiqbol nazariyasining afzalligi nimada?
5. Langar nazariyasining mohiyatini tushuntirib bering?
6. Korporativ moliyaning korxonada moliyasidan nima farqi bor?
7. Agentlik xarajatlarga nimalar kiradi?
8. Aksiyaning bozor qiymati deganda nimani tushunasiz?
9. Dividend nima va qanday to'lanadi?
10. Fond bozorida nima sotiladi?
11. Samaradorlik nima va u qanday hisoblanadi?
12. Rentabellik nima va u qanday hisoblanadi?
13. Olomon effekti deganda nimani tushunasiz?
14. Olomon psixologiyasi oddiy psixologiyadan nimasi bilan farq qiladi?
15. Axborot kaskadi deganda nimani tushunasiz?

Testlar

1. Inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsiga qanaqa ta'sir ko'rsatadi?
 - A. inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsning shakllanishi va rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.
 - B. inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsning shakllanishi va rivojlanishiga kuchsiz ta'sir ko'rsatadi.
 - C. inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsning rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.
 - D. inson tomonidan yaratilgan iqtisodiyot shaxsning shakllanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.
2. Ingliz iqtisodchilari, siyosiy iqtisod klassiklari A.Smit va D.Rikardo asarlarida nimalar yaratilgan?
 - A. Iqtisodiy odam tushunchasi va modeli
 - B. Iqtisodiy odam tushunchasi va tafakkuri
 - S. Iqtisodiy odam tushunchasi va bilimi
 - C. Iqtisodiy odam tushunchasi va tadbirkorligi

3. Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda K. Marks, E. Dyurkgeym va M. Veber asarlaridan kelib chiqqan holda tabaqalanish nazariyalarining nechta asosiy yo'nalishini ajratib ko'rsatish mumkin?

- A. uchta
- B. beshta
- C. ikkita
- D. To'rtta

4. Psixologiya fanida shaxsni o'rganishda nechta asosiy yondashuv mavjud?

- A. yettita
- B. beshta
- C. oltita
- D. To'rtta

5. Qachon shaxsiyat shakllanadi qachonki quyidagilar mavjud bo'lsa?

- A. iqtisodiy ong, iqtisodiy munosabatlar, iqtisodiy xulq.
- B. iqtisodiy ong, iqtisodiy munosabatlar, ijtimoiy xulq.
- C. iqtisodiy ong, ijtimoiy munosabatlar, iqtisodiy xulq.
- D. ijtimoiy ong, iqtisodiy munosabatlar, iqtisodiy xulq.

6. Shaxsiyat rivojlanishining asosiy manbai nima?

- A. Atrof-muhit
- B. Irsiy meros
- C. Psixologik meros
- D. Ijtimoiy meros

7. Xulq-atvor naqshlarini assimilyatsiya qilish jarayonini tushunish uchun B.Skinner qaysi tushunchalardan foydalangan?

- A. "Operant xulq" va "operantli o'rganish"
- B. "Operant xulq"
- C. "Operantli o'rganish"
- D. To'g'ri javob yo'q

8. Organizmning atrof-muhit bilan o'zaro ta'siri nechchi komponentli sxema bo'yicha sodir bo'ladi?

- A. uch
- B. besh
- C. ikki
- D. To'rt

9. Shaxs rivojlanishining asosiy manbaini aniqlang?
- A. Faoliyat
 - B. bilim
 - C. iste'dod
 - D. Qobiliyat
10. Faoliyatning asosiy xususiyatlarini aniqlang?
- A. Obyektivlik va subyektivlikdir
 - B. Obyektivlik va ijtimoiylikdir
 - C. Subyektivlik va ijtimoiylikdir
 - D. Faqat obyektivlikdir

III BO'LIM. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTINING QO'LLANILADIGAN JIHATLARI.

XI BOB. JAMIYATDAGI IQTISODIY MANFAATLARNING QARAMA-QARSHILIKLARI.

11.1. Iqtisodiy manfaatlar va jamiyatdagi qarama-qarshiliklar haqidagi iqtisodiy nazariya.

Iqtisodiy xulq-atvor normalari aylanishi jarayonining individual va ijtimoiy tarkibiy qismlarining mavjudligi ijtimoiy moddiy takror ishlab chiqarish jarayonida amalga oshiriladigan shaxs, jamiyat ijtimoiy guruhlar va qatlamlarining iqtisodiy manfaatlarini muvofiqlashtirishning barqaror mexanizmini yaratishni nazarda tutadi. Individual me'yoriy rivojlanish jarayonini ijtimoiy baholash va tuzatishning ushbu mexanizmi uning ijtimoiy munosabatlarini qayta tashkil etish va xulq-atvor me'yorlarini ishlab chiqishda ifodalangan insonning iqtisodiy faoliyatining maqsadga muvofiq shakli sifatida ijtimoiy ziddiyatni qayta ishlab chiqarishni nazarda tutadi.

Iqtisodiy manfaatlar va qarama-qarshiliklar haqidagi iqtisodiy nazariya jamiyatda har qanday iqtisodiy tizimda iqtisodiy faoliyatning rivojlanish yo'nalishlari, xo'jalik yurituvchi subyektlarning xatti-harakatlarining motivlari iqtisodiy manfaatlarini belgilaydi.

Iqtisodiy manfaatdorlik iqtisodiy ehtiyojlarning namoyon bo'lish shaklidir.

Manfaatlar iqtisodiy manfaatlarini ifodalaydi, buni amalga oshirgan xo'jalik subyekti o'z mustaqilligini, o'zini-o'zi rivojlanishini ta'minlaydi.

Shaxsning iqtisodiy hayotdagi faol roli ko'p jihatdan uning iqtisodiy xulq-atvori motivlari bilan belgilanadi.

Motiv – ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan faoliyatning ichki rag'batidir.

Xulq-atvor motivining tuzilishiga quyidagilar kiradi: inson qanoatlantirmoqchi bo'lgan ehtiyoj; ehtiyojni qondira oladigan tovar; foyda olish uchun zarur bo'lgan harakat; foyda olish bilan bog'liq xarajatlar.

Agar motiv faoliyatning ichki rag'batlantiruvchisi bo'lsa, unda rag'bat tashqi stimuldir.

Rag'batlantirish – (lotincha "stimul" dan, hayvonlarni quvadigan tayoq yoki tayoq degan ma'noni anglatadi) – bu har qanday harakatni amalga oshirishda olingan ehtiyojlarni qondira oladigan imtiyozlar (obyektlar,

qadriyatlar, mukofotlar). Rag'batlar insonni ma'lum bir tarzda tutishga undaydi.

Rag'batlantirishni iqtisodiy va noiqtisodiy turlarga bo'lish mumkin. Ikkinchisiga tashkiliy, huquqiy, axloqiy-psixologik, ijtimoiy kiradi.

Turli davrlarning olimlari iqtisodiy manfaatlar muammolariga katta e'tibor berib, ularni eng xilma-xil tomonlardan ko'rib chiqdilar: iqtisodiy manfaat nima, uning kelib chiqishi nima, namoyon bo'lish shakllari qanday, iqtisodiy manfaatlar jamiyat rivojlanishida qanday rol o'ynaydi. Va, albatta, ular bu muammolar bo'yicha turli xil qarashlarni topdilar.

1950-yillargacha mamlakatimizda iqtisodiy manfaatlar muammolari asosan psixologlar tomonidan ishlab chiqilgan. Ularning ko'pchiligi iqtisodiy manfaatlarning mohiyati, mazmuni va o'rnini tushunish mashhur psixolog G.T. Kovalevskiy tomonidan o'rganilgan. U shunday yozadi: "Qiziqish – bu ong holati", "fikrlarning yo'nalishi". "Insonni faoliyatga undaydigan hamma narsa uning boshidan o'tadi, u amalga oshiradi. Inson harakatni boshlashdan oldin uning miyasida uning ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan u yoki bu faoliyatga qiziqish paydo bo'ladi.

Iqtisodchilarning fikrlarini uchta asosiy pozitsiyaga birlashtirish mumkin:

1. Iqtisodiy manfaat – subyektiv kategoriya, ong holati, subyektiv fikr va e'tiborining yo'nalishi, pirovard natijada iqtisodiy munosabatlar bilan belgilanadi.

2. Iqtisodiy manfaat – obyektiv va subyektivning birligi yoki obyektiv mazmun va subyektiv shaklning birligi.

3. Iqtisodiy manfaat bevosita ishlab chiqarish munosabatlarining ko'rinishi sifatida harakat qiluvchi obyektiv kategoriyadir.

Bu, albatta, iqtisodiy manfaatdorlik masalasida turli mualliflarning pozitsiyalarining juda umumiy tasnifidir.

Ehtiyoj va iqtisodiy manfaatning umumiy jihatlari ko'p, ba'zida ular deyarli bir xil ko'rinadi. Biroq, qiziqish ehtiyoj bilan bir xil emas. Avvalo, ehtiyojlar uning asosi bo'lib, ular iqtisodiy manfaat bilan ifodalangan munosabatlar obyekt sifatida harakat qiladi. Shunday qilib, iqtisodiy manfaatlar iqtisodiy nazariyaning kategoriyasi sifatida o'z tashuvchilarning iqtisodiy ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq munosabatlarni ifodalaydi, buning natijasida ular ushbu munosabatlarning aniq belgilangan subyektlari sifatida qayta ishlab chiqariladi. Mutaxassislar F.Engelsning «har bir

muayyan jamiyatning iqtisodiy munosabatlari, eng avvalo, manfaatlar sifatida namoyon bo'ladi» degan jozibali iborasini yaxshi bilishadi.

Ehtiyoj va manfaat o'rtasidagi farqlar, birinchi navbatda, jamiyat va uning moddiy hayoti sharoitlari o'rtasidagi bog'liqlik xususiyatiga bog'liq. Ehtiyoj bu munosabatni ikki jihatdan ifodalaydi: u ishlab chiqarish mahsuli va ayni paytda uning rag'batlantiruvchisi, ishlab chiqarish rivojlanishining dvigatelidir. Qiziqish jamiyat va uning yashash sharoitlari o'rtasidagi bu bog'liqlikni faqat bir tomonlama ifodalaydi. Bu rivojlanishning harakatlantiruvchi omilidir. Bu harakatning kelib chiqishiga, uning maqsadiga kelsak, ular hodisa yuzasida topilmaydi, ular yashirin va muhtojlikda saqlanadi.

Ehtiyoj va manfaat o'rtasidagi bog'lanishning bir turi ijtimoiy zaruriyatdir. Qiziqish va ehtiyoj ommaviy ijtimoiy xususiyatga ega bo'lishi mumkin. Bu ularning namoyon bo'lish shakllaridan biridir. Biroq, ularning bir-biri bilan o'zaro munosabatida ular ijtimoiy zaruratga muhtoj. Har qanday zamonaviy jamiyatda, xoh bozor iqtisodiyoti, xoh buyruqbozlik iqtisodiyoti, armiya, politsiya va amaldorlar kerak. Bu zarurat, go'yo tashqaridan, ijtimoiy zaruratdir. Har bir tadbirkorlik subyekti, jamiyatning har bir fuqarosi o'g'rilar, reketchilardan himoyaga muhtoj, qo'riqlash xizmatining yaxshi faoliyat ko'rsatishidan manfaatdor. Aytish mumkinki, bu uning ichki ehtiyoji, jamiyat, ijtimoiy borliqning mavjudligi faktidan kelib chiqadigan zaruratdir.

“Ijtimoiy zarurat” kategoriyasi ma'lum ma'noda ehtiyoj va manfaatni butun jamiyat darajasiga ko'taradi. Shu bilan birga, ehtiyoj va qiziqish har doim o'ziga xosdir, ular ma'lum bir mavzuga xosdir: alohida shaxs, odamlar guruhi, sinf, butun jamiyat. Natijada, iqtisodiy manfaat ham, ehtiyoj ham, go'yo uchta darajaga ega: shaxs, shaxslar guruhi yoki butun jamiyat sinfi. Bu uch darajadagi manfaatlar mos kelishi va ehtiyojlar bir xil bo'lishi mumkin. Biroq, ko'pincha ular hamma narsada mos kelmaydi va ehtiyojlar bir xil emas.

Tadbirkorlik subyektlarining xilma-xilligi turli iqtisodiy manfaatlarni keltirib chiqaradi. Iqtisodiy manfaatlar turli mezonlarga ko'ra guruhlanadi. Manfaat tashuvchisini aniqlash asosida ijtimoiy, jamoaviy va shaxsiy manfaatlar, milliy va xalqaro, mintaqaviy va idoraviy, guruh va oilaviy, turli ijtimoiy guruhlarning (mehnat, ishlamaydigan, yoshlar, pensionerlar va boshqalar) sinfiy manfaatlari belgilanadi. Axloqiy va boshqalar maxsus

guruhlar joriy va istiqbolli, oqilona va noratsional, haqiqiy va noto'g'ri tushunilgan, moliyaviy, mehnat manfaatlarini tashkil qiladi.

Bu manfaatlarining barchasi birlikda mavjud, ammo ular o'rtasida qarama-qarshiliklar ham mavjud.

Shunday qilib, eng katta foyda olish uchun shaxsiy manfaatlar jamoaviy manfaatlariga zid bo'lishi mumkin.

Iqtisodiyot nazariyasi mavjud obyektiv ijtimoiy-ishlab chiqarish munosabatlari namoyon bo'lishining nafaqat obyektiv, balki subyektiv shakllarini, nafaqat iqtisodiy manfaatlarining o'ziga xos shakllarini, balki ichki qarama-qarshiliklar va qarama-qarshiliklar kurashini aks ettiruvchi ularning to'qnashuvini ham o'rganadi.

Jamiyat va ijtimoiy guruhlar ehtiyojlarni qondirish va umuminsoniy qadriyatlardan foydalanish, qarama-qarshiliklar va asossiz da'volarning keskinlashuvini bartaraf etishda g'oyalarni umumlashtirishi kerak. Ularning asosida sivilizatsiya yutuqlariga (moddiy va ma'naviy umumiy insoniy qadriyatlar) qo'shilish g'oyalari va intilishlari majmui sifatida manfaatlar tushunchasi bilan umumlashtirilishi mumkin bo'lgan motivlar va harakatlar, harakatlar va munosabatlar majmuasi shakllanadi va farovonlikni ta'minlaydi.

Manfaatlar orasida ustuvorliklar odatda ehtiyojlarni rivojlantirish erkinligiga beriladi, huquqlarga (fikrlarni ifoda etish, hamfikrlarni birlashtirish, o'z qarashlarini rivojlantirish, boshqa ta'sirlarni cheklashni talab qilish), kamroq darajada – majburiyatlarga e'tibor beriladi (sharikga hurmat, harakatlarni muvofiqlashtirish, ehtiyoj va istaklarni qarama-qarshi yo'nalishda hisobga olish). Aql va harakatlarning sa'y-harakatlari manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan, ijtimoiy-iqtisodiy farovonlik istiqbollari asoslanadi, bu yangi iqtisodiyotda ayniqsa muhimdir. Manfaatlar yig'indisini sivilizatsiyaviy va madaniy ma'noda yagona xalq sifatida tarixan o'zini o'zi belgilaydigan, siyosiy – tarixiy jihatdan davlat sifatida o'zini o'zi tashkil etadigan etnik va ijtimoiy guruhlar uchun ma'lum bir hududdagi hayotiy holatlar doirasi sifatida aniqlash mumkin.

Rossiyaning uzoq muddatli manfaatlarini, har qanday mamlakat singari, uchta asosiy maqsadga to'g'ri keladi: xalqning farovonligi, ularning hayoti hududini himoya qilish va yaxshilash, milliy madaniyatni saqlash va rivojlantirish. Ular o'z mazmuniga ko'ra shaxs, jamiyat va davlat hayotiy manfaatlarining yaxlit ifodasidir.

Hozirgi bosqichda shaxs manfaatlari konstitutsiyaviy huquq va erkinliklarini, jismoniy xavfsizligini real ta'minlash, turmush sifati va darajasini oshirish, jismoniy, ma'naviy va intellektual rivojlanishdan iborat. Shu nuqtai nazardan qaraganda, mehnat faoliyati kishilarning ijodiy salohiyati, ma'naviy ehtiyojlari va moddiy ehtiyojlarini ro'yobga chiqarish sharti sifatida nihoyatda muhimdir.

Jamiyat manfaatlariga demokratiyani mustahkamlash, ijtimoiy totuvlikka erishish va uni saqlash, aholining bunyodkorlik faolligini oshirish va barcha ijtimoiy-etnik guruhlarning ma'naviy yuksalishi kiradi.

Davlat manfaatlari konstitutsiyaviy tuzum, suverenitet va hududiy yaxlitlikni himoya qilishdan, siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikni o'rnatishdan, qonunlarni so'zsiz amalga oshirishdan, qonuniylik va huquq-tartibotni ta'minlashdan hamda xalqaro hamkorlikni rivojlantirishdan iborat. Shaxsiy manfaatlarni ro'yobga chiqarish umumiy manfaatlarni amalga oshirishga faqat ularning tashuvchilari birlashganda va ularning hech biri mustaqil ravishda samarali faoliyat ko'rsatolmasa, yordam beradi. Bu manfaatlar jamiyatning barcha a'zolari – davlat fuqarolarining uning mustaqilligini ta'minlash, xalq farovonligi va yuksak hayot sifatini ta'minlash, uning madaniyati va ma'naviy qadriyatlarini asrab-avaylashga qaratilgan umumlashgan intilishlarini ifodalaydi.

Fazoviy-geografik nuqtai nazardan, xalqaro aloqaning rivojlanishi bilan manfaatlar milliy-davlat manfaatlari shaklini oladi. Uning sinonimi ham keng qo'llaniladi – "milliy manfaat" atamasi "millat-etnos" emas, balki "millat-davlat", ya'ni ma'lum bir davlat qonunlari ostida yashovchi va ushbu qonunlar oldida teng bo'lgan barcha shaxslar, xalqlar, aholi.

Milliy manfaatlar hayotiy ehtiyojlar yig'indisidan kelib chiqqan holda hamkorlikning ustuvor yo'nalishlarini va o'z iqtisodiy salohiyatidan foydalanishni taqozo etadi, jumladan: jahon hamjamiyatida munosib o'rin egallash, salomatlik va farovonlik, hududiy yaxlitlik, an'analarni saqlash, moddiy va ma'naviy qiymatlar. Dunyoning turli mintaqalarida sodir bo'layotgan jarayonlar xalqlarning ahvoli va rivojlanish istiqbollari, ba'zan esa – tushunish va aniq milliy maqsadlarga bevosita va sezilarli darajada ta'sir qilishi mumkin. Shunga ko'ra, milliy-davlat manfaatlari boshqa davlatlarga kuch, iqtisodiy va psixologik usullar orqali faol ta'sir ko'rsatish funksiyalarini bajaradi. Shu bilan birga, yetakchilik, tajovuzkorlikni jilovlash, hayotning

ishonchliligi, ma'naviy-madaniy mustaqillik va moddiy farovonlik manfaatlari shakllanadi.

Tarixiy taraqqiyotning har bir bosqichida milliy-davlat manfaatlari siyosiy, iqtisodiy, harbiy-texnikaviy sohalarda o'ziga xos ustuvorliklarni yaratadi, lekin milliy xususiyatlar asosiy bo'lib qoladi: ma'naviyat, milliy salomatlik, qadr-qimmat va farovonlikni saqlash. Milliy-davlat manfaatlarni shakllantirish iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy ustuvor yo'nalishlari, davlatchilikning ijtimoiy shart-sharoitlari va institutsional mexanizmlari tizimining hal qiluvchi omiliga aylanadi. Dunyoning ko'pgina mamlakatlari uchun milliy-davlat manfaatlari o'ziga xos atamalar bilan ifodalanadi – bular o'z iqtisodiyotining barqarorligi, integratsiya birlashmalari tamoyillari, transmilliy kompaniyalarning korporativ intilishlari yoki xayriya va har xil turdagi yordamga umid qilishdir. Milliy-davlat, milliy manfaatlarni mohirona va izchil himoya qilish uchun ularni anglash kerak. Davlat rahbarlari, qoida tariqasida, o'z milliy manfaatlarni qanday tushunishlari yoki davlatdagi ommaviy ong tomonidan qanday idrok etilishiga ko'ra, ularni himoya qilishda nihoyatda oqilona va qattiqqo'ldirlar. Britaniyaning doimiy do'stlari va abadiy dushmanlari yo'q, faqat "manfaatlari" bor, degan ibora deyarli yuz ellik yil oldin bo'lgani kabi bugungi kunda ham xarakterli va haqiqatdir.

11.2. Xulq-atvor ziddiyatlari.

Xulq-atvor ziddiyatlari muammosi iqtisodiy fan uchun o'rganish obyektini sifatida nisbatan yangi hodisadir, garchi bu tushunchaning o'zi bir necha bor ishlatilgan bo'lsa-da, lekin har doim iqtisodiy qarama-qarshilik bilan birgalikda uning ifodalanishining ma'lum bir xulq-atvor jihati sifatida. Bu, ayniqsa, ijtimoiy taraqqiyotni ijtimoiy, iqtisodiy va texnogen omillar bilan belgilovchi siyosiy iqtisodning tarixiy maktablariga xosdir.

Bu, birinchi navbatda, marksizmga taalluqlidir, uning ajralmas elementi ijtimoiy-iqtisodiy formatsiyalar haqidagi ta'limot bo'lib, uning rivojlanishi dialektik materializm mantig'iga muvofiq rivojlanadigan obyektiv iqtisodiy qarama-qarshiliklarga asoslanadi. Ijtimoiy-iqtisodiy fikrning boshqa tarixiy maktablari ham gegel dialektikasini tanqid qilish asosida Germaniyada tug'ilgan (B. Xildebrand, V. Sombart, K. Knies, F. List, A. Myuller, V. Roster, G. fon) va hozirda dunyoning ko'pgina mamlakatlarida institutsionalizm doirasida rivojlanmoqda (R.Aron, D.Bell, J.Galbreith, V.Oyken, F.Peru, V. Rostow, O. Toffler, J. Ellul, L. Erxard va boshqalar),

konfliktni institutsional o'zgarishlarni qamchilovchi va kapitalistik jamiyatni rivojlanishning sanoat, postindustrial, axborot bosqichlariga olib boradigan to'plangan qarama-qarshiliklarning namoyon bo'lish shakli sifatida ko'rib chiqing. Eng mashhur asarlari: J. Ellul "Sanoat jamiyati"; J. Gelbreyt "Yangi sanoat jamiyati", "Iqtisodiy nazariyalar va jamiyatning maqsadlari"; R. Aron "Taraqqiyot va umidsizlik"; V. Rostou "Iqtisodiy o'sish bosqichlari: kommunistik manifest" asarida tarixiy taraqqiyotning besh bosqichini tahlil qiladi; O. Toffler o'zining "Uchinchi to'lqin" asarida – industrializm nazariyasi; D. Bell o'zining "Kapitalizm qarama-qarshiliklari madaniyati" asarida – postindustrial jamiyat. Freyburg maktabi tarafdorlari iqtisodiy rivojlanishni tasvirlash bosqichlarini rad etish bilan tavsiflanadi, iqtisodiy ziddiyatni o'rganish erkinlik va iqtisodiy harakatlarni tartibga solish o'rtasidagi ziddiyatning aksi sifatida namoyon bo'ladi; asoschisi – V. Oyken ("Iqtisodiy siyosat tamoyillari"). Bundan tashqari, Frankfurt maktabi Germaniyada rivojlanib, rivojlanishning sanoat tabiati muammolarini aks ettiradi (G. Marcuse vakili, "Bir o'lchovli odam" ishi). Shuni ta'kidlash kerakki, konflikt institutsional yo'nalish doirasida va rivojlanish subyektlarining haqiqiy ishlab chiqarish (birinchi navbatda qonunchilik) faoliyatining asosi sifatida o'rganiladi. Shu bilan birga, o'zaro ta'sir qiluvchi subyektlar o'zaro hamkorlik qilishga yordam beradigan xatti-harakatlar normalarini, o'yin qoidalarini (kelishuvlar yoki, masalan, J. Kommons risolasidagi bitimlar) ishlab chiqadilar. Bunda institutsionalizm ko'p jihatdan sotsiologik yondashuvga yaqin.

Qoida tariqasida, zamonaviy tovar xo'jaligini rivojlantirish doirasidan tashqariga chiqmaydigan marjinal tahlil bilan bog'liq bo'lgan maktablarda qarama-qarshilik iqtisodiy rivojlanishning alohida holati sifatida ko'proq utilitar tarzda tushuniladi. Shu ma'noda qarama-qarshilik tizimning iqtisodiy nomutanosibligi holati bilan bog'liq bo'lgan bozor mexanizmi faoliyati samaradorligining buzilishini anglatadi va ziddiyat moddiy timsolni oladi (masalan, inqiroz, ishsizlik, resurslardan samarasiz foydalanish, va hokazo), bu asosda paydo bo'lganlarni aks ettiruvchi iqtisodiy manfaatlarning nomuvofiqligi; qiymatni belgilash muammosi sifatida mavjud. Biroq, shuni ta'kidlash kerakki, yigirmanchi asrning ikkinchi yarmida J. Xiksning asarlari tufayli iqtisodiy nomutanosiblik yangi tovush oldi – rivojlanayotgan iqtisodiyotning tabiiy holati sifatida, buning uchun iqtisodiy muvozanat muvozanatsizlikning o'ziga xos, degenerativ holatidir. Shu bilan birga,

iqtisodiy ziddiyat bozor iqtisodiyotining “tasodifiy mehmoni”dan uning tabiiy atributiga, dinamik muvozanat xususiyatiga aylandi.

Bularning barchasi bilan iqtisodiy adabiyotlardagi konflikt hali ham o'z mazmuniga ega emas, uning faoliyat ko'rsatish shartlari ochib berilmagan. Subyektiv omilning amalga oshirilishi iqtisodchilar tomonidan rivojlanishning tabiiy yo'nalishiga o'zboshimchalik bilan ta'sir etish, inson irodasining o'zboshimchalik bilan namoyon bo'lishi sifatida talqin qilinganligi sababli, hozirgacha konfliktni iqtisodiy tahlil obyektini sifatida ko'rib chiqish odat tusiga kirmagan. Bunday sharoitda konflikt ijtimoiy hayotning muhim hodisasi sifatida tadqiqot obyektini sotsiologiya tomonidan monopollashtirildi, uning doirasida umumiy ilmiy yo'nalish – konfliktologiya (konflikt sotsiologiyasi) rivojlanmoqda. Bundan tashqari, sotsiologlar har tomonlama konflikt va qarama-qarshilik o'rtasidagi farqni ta'kidlaydilar, o'rganish obyektidagi mavjud monopoliyani qo'llab-quvvatlaydilar, masalan, A.G. Zdravomyslovning ta'kidlashicha, "xususiyni generalga yetkazishning o'ziy etarli emas, ba'zan esa bu noto'g'ri ... qarama-qarshiliklar hech qachon har doim ziddiyatga olib kelmaydi. Qarama-qarshiliklarni to'qnashuvga aylantirish uchun manfaatlar qarama-qarshiligini anglash va xatti-harakatlarning tegishli motivatsiyasi zarur. Shu bilan birga, u bu ikki toifa o'rtasidagi bog'liqlik muammosi bilan shug'ullanuvchi mashhur ingliz sotsiologi A.Giddensning fikriga ishora qiladi: “Konflikt deganda, nima bo'lishidan qat'iy nazar, harakat qiluvchi kishilar yoki guruhlar o'rtasidagi haqiqiy kurashni nazarda tutyapman, ya'ni bu kurashning kelib chiqishi, uning usullari va vositalari, har bir taraf tomonidan safarbar qilingan. Konfliktdan farqli o'laroq, qarama-qarshilik tushunchasi noaniq tuzilishga ishora qiladi. Bu tushunchalarning ikkalasi ham bir-biriga juda yaqin, chunki qarama-qarshilik ijtimoiy tizim qurilishidagi zaif nuqtani, zaif bo'g'inini ifodalaydi. Shu bilan birga, qarama-qarshilik odamlarning turli guruhlar va toifalari, shu jumladan sinflar o'rtasida manfaatlar taqsimlanishiga ishora qiladi. Uni D.P. Zerkin: "Konflikt – bu qarama-qarshi manfaatlar, pozitsiyalar, qadriyatlar va qarashlarni amalga oshirish maqsadida ijtimoiy subyektlar o'rtasidagi qarama-qarshilik." Mojaroning asosiy sababi, u raqobat hissi deb hisoblaydi. Uning fikricha, har qanday konflikt ma'lum manfaatlar uchun kurash bilan birga qadriyatlar, jumladan, madaniy naqshlar uchun ham raqobat mavjud.

Taqdim etilgan ta'riflarda konfliktlarni o'rganishning sotsiologik tabiatining barcha xususiyatlari ko'rinadi, biz ular bilan kelisha olmaymiz. Avvalo, bu konfliktni uning manbalaridan qat'iy nazar, ijtimoiy guruhlar kurashining ijtimoiy amalga oshirilgan haqiqati sifatida sof rasmiy identifikatsiya(aniqlash) qilishdir, bu esa nizolarning paydo bo'lishining umumiy asosini (xulq-atvorning me'yoriy bazasi) ko'rsatishga imkon bermaydi yoki ularni ko'paytirish naqshlari (moslashish jarayonida xulq-atvor normalarini qayta baholash bilan bog'liq xulq-atvor aylanishi) shuningdek, manfaatlar to'qnashuvini tashkilotning zaif bo'g'ini sifatida talqin qilish, bu konfliktni ijtimoiy tizimni tashkil etishning umumiy tuzilmasidan olib tashlashni nazarda tutadi, shubhalarni keltirib chiqaradi (raqobat butunlay ziddiyatga asoslangan manfaatlar, bu esa uni bozor iqtisodiyotining zaif bo'g'iniga aylantirmaydi). Bundan tashqari, konflikt nafaqat shaxslararo va guruhlararo tovushga ega, balki, qoida tariqasida, shaxsiy ziddiyatga va individual normalarni qayta baholashga asoslanadi. Bundan tashqari, nizolar iqtisodiy manfaatlar bir-biriga to'g'ri kelganda ham paydo bo'lishi mumkin, faqat hodisani baholash, unga bo'lgan nuqtai nazarlar farqiga asoslanadi.

Tor doirada konflikt psixologiya tomonidan ham o'rganiladi, ammo buzg'unchi xulq-atvorning asosi sifatida ongsiz ongning namoyon bo'lish shakli bo'lib, u iqtisodiyotga deyarli qo'llanilmaydi, buning uchun konflikt ongli ravishda rivojlanishning eng muhim davrida alternativani tanlashdir. Biroq, uni aniqlash jarayonida psixologlar g'ayrioddiy va sotsiologlarning fikriga to'liq qo'shiladi: "Raqobat, raqobat, raqobat, konflikt – bu odamlar birgalikdagi faoliyatining chambarchas bog'liq, konjugatsiya(birlashgan)langan hodisalari. Umumiy mulk ... tomonlarning qarama-qarshiligida tuzilgan". Biroq, konfliktni tushunishda psixologiya bizga yana bir muhimroq va allaqachon amalga oshirilgan jihatni beradi, ya'ni ijodiy faoliyatning hissiy vositachilik xususiyatini beradi, bu konfliktning hissiyotlarning kuchayishi sifatida mavjudligini ko'rsatadi, avval salbiy, keyin esa ijobiy. Shuning uchun qarama-qarshilik va ziddiyat umumiy va xususiy sifatida umuman bog'liq emas – ular subyektiv va obyektiv munosabatda bo'ladi: ijtimoiy tizimdagi qarama-qarshilik ongsiz bo'lishi mumkin emas, rivojlanish va moslashish (ongsiz) jarayonida yo'q bo'lib ketishi uchun u ongli bo'lishi kerak. Konflikt orqali umumiy ijtimoiy tizimga mansub bo'lgan va uni tashkil etishning rivojlanishini subyektiv darajada idrok etuvchi

alohida subyektt faoliyatining me'yoriy bazasini tashkil etishning rivojlanish jarayoni aks ettiriladi.

Shunday qilib, biz iqtisodiy konfliktni obyektiv rivojlanayotgan iqtisodiy qarama-qarshiliklarni ifodalashning subyektiv shakli sifatida qaraymiz.

Iqtisodiy ziddiyat – bu har bir shaxsning institutsional faoliyatini amalga oshirishning maqsadga muvofiq va doimiy shakli bo'lib, uning ijtimoiy munosabatlarini qayta tashkil etish va mehnat me'yorlarini ishlab chiqishni belgilaydi. Iqtisodiy qarama-qarshilik – bu shaxsning ijtimoiy-iqtisodiy moslashuvi jarayonida rivojlanish yo'nalishini tanlash bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy xatti-harakatlarning ongli turi .

Xulq-atvor (ijtimoiy) konfliktning to'rtta subyektiv va funksional o'zaro bog'liq shakllari mavjud.

1. Shaxs ichidagi ziddiyat faoliyat subyektti nuqtai nazaridan muqobil me'yorlardan birini (eski va yangi) qo'llashda noaniqlik holatini ta'minlaydi. Bu holatda konfliktning mazmuni yangi normani qo'llash asosida individual faoliyat samaradorligini oshirish imkoniyatini baholashdan iborat. Odam go'yo savolga javob beradi: "Agar men avvalgidan boshqacha harakat qilsam, men to'g'ri va foydali bo'lamanmi?" Bu qarama-qarshilik o'zi bilan uzoq davom etgan dialog sifatida namoyon bo'ladi, unda tanlov zarurati uni amalga oshirishning iloji yo'qligi, qat'iyatsizlik, ikki xulq-atvor me'yorlarini baholashning qiymat muvozanatini aks ettiradi. Ushbu ziddiyatni hal qilishda hal qiluvchi omil tashqaridan qo'shimcha ma'lumot olishdir. Umuman olganda, individual konflikt harakatning tozaligi va axborotni qayta ishlash bilan chambarchas bog'liq bo'lgan jarayon sifatida psixologik konturning shaxsiy ziddiyatlarini keltirib chiqaradi: idrok, ehtiyoj, faoliyat. Ular faoliyat me'yorlarini tuzatish samaradorligini belgilaydi.

2. Shaxslararo ziddiyat ichki tanlangan me'yorni qo'llash rejasini amalga oshirish bilan bog'liq: u subyektt faoliyatining kontragentlarining pozitsiyasi va nima bo'layotganiga munosabatining paydo bo'layotgan noaniqligini ifodalaydi, yangi ishonchsiz xatti-harakatlar normasini boshlaydi, bu o'zgarishlarning o'zlari uchun foydalari haqidagi ma'lumotdir. Shaxslararo ziddiyat tartibga soluvchi qayta ko'rib chiqiladigan faoliyatda ishtirok etuvchi va hamma uchun muhim bo'lgan umumiy natijaga erishishdan manfaatdor bo'lgan shaxslar tomonidan bir qator subyektiv baholarni amalga oshiradi. Shu bilan birga, ma'lum bir shaxsning ijtimoiy

(iqtisodiy) munosabatlari tuzilishining gorizontal (muvofiqlashtiruvchi) va vertikal (bo'ysunuvchi) bo'g'inlari ishtirok etadi. Shu asosda odamlarni bir xil ijtimoiy mavqega ega bo'lgan qatlamga, ma'lum bir xulq-atvor sohasida rivojlanishning ma'lum bir yo'nalishi tarafdorlari yoki muxoliflariga birlashtirgan guruh manfaatlarini paydo bo'ladi. Eng umumiy shaklda "qatlam" deganda umumiy manfaat bilan bog'langan va uni ijtimoiy ziddiyatda himoya qiladigan ijtimoiy guruhni tushunamiz. Bu tushuncha ushbu tushunchani ilmiy muomalaga kiritgan M.Veber talqiniga mos keladi va u ijtimoiy ziddiyatni ijtimoiy taraqqiyotning asosi, manfaatlar kurashi sifatida ham ta'kidlaydi (konfliktologlar buni ta'kidlaydilar). Ijtimoiy (moddiy) aylanish jarayonida ijtimoiy g'oyalar, me'yorlar, qadriyatlarni doimiy ravishda qayta ko'rib chiqish oqimi qatlamni barqaror qiladi. U siyosiy yoki iqtisodiy kurashga umumiy yo'nalish berib, ijtimoiy faoliyatning doimiy subyektni hisoblanadi.

3. Guruh konflikti shundan iboratki, noaniqlik holati ushbu norma bilan tartibga solinadigan faoliyat sohasida ishtirok etuvchi shaxslarning butun guruhini qamrab oladi va individuallikdan ijtimoiy darajaga o'tadi. Bu noaniqlik yangi me'yorni qo'llash maqsadga muvofiqligi to'g'risida diametral qarama-qarshi fikrga ega bo'lgan ijtimoiy guruhning ikki qismga bo'linishi sifatida namoyon bo'ladi. Shaxslararo konfliktlarni hal etishda individual natijalar asosida o'z ishtirokchilarini tanlab olgan ana shunday qatlamlar guruh konfliktlarida to'qnashadi. Uning mohiyati ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan qadriyatlar sifatida ikkita bir-birini almashtiradigan xatti-harakatlar normalarini qiyosiy baholashda yotadi. Yagona mezon – ularning vaqtincha omon qolishi. Konfliktning mavjudligi uning ishtirokchilari uchun teskari aloqa tizimini ta'minlaydi, nizoning barcha a'zolarini qayta-qayta shaxslararo darajaga qaytishga va o'z pozitsiyalarini qayta ko'rib chiqishga majbur qiladi. Guruhlardan birida ishonchli tarafdorlarning yo'qolishi ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lish, muayyan xatti-harakatlar normasining qadr-qimmatini pasaytirish, uning ijtimoiy mag'lubiyatini anglatadi. Bu qarama-qarshilik natijasida u yoki bu qiymat "ommani egallab oladi".

4. Guruhlararo konflikt yuqorida keltirilgan shaxslar guruhining o'zgargan faoliyatining barcha ijtimoiy taraqqiyotga, boshqa xulq-atvor shakllari doirasidagi ishlarga va umuman iqtisodiy munosabatlar tizimiga ta'sirining noaniqligi bilan bog'liq. Rivojlanishning noaniqligi ommaviy ovoz oladi va har qanday xususiy norma bu kontekstda faoliyatning boshqa

shakllarini amalga oshirish uchun tashqi sharoitlarni o'zgartirish sifatida ko'rib chiqiladi. Hech bo'lmaganda o'z ijtimoiy guruhlarini ahvolini yomonlashtirmasa, ularning iqtisodiy erkinligini kamaytirmasa, uni erkin qabul qilish mumkin. U turli xil faoliyat shakllarining manfaatlari muvozanatini va ularning ijtimoiy kuchlari (kuch imkoniyatlari) nisbatini aks ettiruvchi savdolashish va qandaydir ijtimoiy kelishuvning predmeti bo'lishi mumkin. Ekstremal holatda, guruhlararo ziddiyat zo'ravonlik (diktatura) yo'li bilan hal qilinishi mumkin, bu holda normativ kelishuv doimo ijtimoiy norozilik, qayta ko'rib chiqish uchun asosni saqlab qoladi. Guruhlararo konflikt individual, shaxslararo va guruhli mojarolardan juda farq qiladi: u faoliyat shakllaridan biri doirasida rivojlanishi emas, balki turli xil (faoliyat shakliga ko'ra) manfaatlarni birlashtirish jarayoni sifatida namoyon bo'ladi. Shu ma'noda, u haqiqatan ham sotsiologlar tomonidan muammoni tushunishga yaqin, lekin ayni paytda u to'g'ridan-to'g'ri konfliktlarning oldingi shakllaridan kelib chiqadi, ularning mantiqiy umumlashtirilishi hisoblanadi, shuningdek, normalarning ijtimoiy ahamiyatini aniqlashning umumiy maqsadiga xizmat qiladi.

Shunday qilib, barcha subyektiv shakllar ijtimoiy ziddiyatning umumiy zanjiriga – odamlarning reproduktiv (iqtisodiy) munosabatlari tizimining adaptiv konfliktiga bog'lanishi mumkin va bo'lishi kerak. Shu munosabat bilan shuni ta'kidlash kerakki, barcha xususiy faoliyat normalari nizolar orqali ijtimoiy mas'uliyatni qayta taqsimlash konturidan o'tib, ularning dastlabki, shaxsiy bahosini individual-jamoatchilikka o'zgartiradi. Shu bilan birga, ular aniq yoki bilvosita shartnoma shaklini qabul qilib, ijtimoiy hayotning obyektiv elementlariga aylanadi va faqat ong mahsuli bo'lib, axloqiy kategoriyalar, ijtimoiy qadriyatlar sifatida undan begonalashadi.

Shunday qilib, norma tashqi munosabatlarning elementi, reproduktiv (iqtisodiy) munosabatlarning tashuvchisi sifatida manfaatlarning ijtimoiy muvozanatini ifodalovchi ijtimoiy qadriyat ekanligini aniqlashimiz mumkin. Manfaatlar muvozanatining buzilishi har doim individual xatti-harakatlarning me'yoriy bazasini o'zgartirish bilan bog'liq ziddiyatga olib keladi. Mavjud nuqtai nazardan farqli o'laroq, bu holda "qadriyatlar" va "me'yor" tushunchalari o'z o'rnini o'zgartiradi: muloqot jarayonida xatti-harakatlar normasi ijtimoiy ahamiyatga ega bo'ladi va bu qiymat moslashuvchan xususiyatni to'liq aks ettiradi. Ijtimoiy rivojlanish, faoliyatning o'zgarishini

ta'minlaydi va jamiyatning barcha subyektlari uchun bu o'zgarishning ijtimoiy maqbulligini ta'minlaydi.

Iqtisodiy konfliktni tashkil etishning ijtimoiy tabiati bilan bir qatorda, uni odamlar faoliyatining psixologik (sensual) asosli usuli sifatida tavsiflashga ham e'tibor qaratish lozim. Shu ma'noda, konflikt kuchli hissiy portlash bilan bog'liq ijodiy faoliyatni anglatadi, shuning uchun u haqiqiy ziddiyat shaklini oladi, lekin o'yin, savdolashish, qandaydir foyda olish uchun urush shaklida davom etadi (kimga, nimaga va yo'qolgan narsada). Biroq, kontragentlar xulq-atvorining qarama-qarshi tabiati ijtimoiy aloqalarning yo'q qilinishini emas, balki faqat normativ-huquqiy bazaning mazmunini qayta ko'rib chiqish asosida ularning yangilanishini tavsiflaganidek, bu yerda ham foyda faqat shartli, chunki muvozanat o'zaro xo'jalik yurituvchi subyektlarning manfaatlariga pirovard natijada erishiladi. Ijtimoiy hodisa sifatida konflikt, shuningdek, xatti-harakatlarning me'yoriy bazasini ishlab chiqish jarayonida odamlar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni qayta tashkil etish va takror ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan psixologik vositachilik faoliyatidir.

Bu hodisaning noaniqligini hisobga olsak, Ch.Linksonning "Konflikt – hayot me'yori" degan obrazli ifodasiga qo'shilish mumkin. Shu ma'noda konflikt rivojlanishning o'zgarmas asosi, moddiy moslashuvga jalb qilingan va ijtimoiy tizimning barcha subyektlari bilan o'zaro bog'liqlikda harakat qiladigan shaxsning ijtimoiy munosabatlarini qayta tashkil etish jarayonining me'yoriy holati sifatida namoyon bo'ladi. Konfliktida inson o'zini ijtimoiy hodisa sifatida obyektiv qiladi, rivojlanishini ijtimoiy yo'naltiradi.

Tayanch so'z va iboralar

Ziddiyat, manfaat, qarama-qarshilik, material, barqaror mexanizm, normativ rivojlanish, ijtimoiy munosabat, xulq-atvor me'yori, iqtisodiy faoliyat, ijtimoiy konflikt, iqtisodiy tizim, iqtisodiy manfaat, iqtisodiy qiziqish, iqtisodiy foyda, iqtisodiy subyektt, iqtisodiy hayot, motiv, qadriyatlar, rag'batlantirish, qiziqish, fikrlar yo'nalishi, ehtiyoj, ijtimoiy ehtiyoj, iqtisodiy ehtiyoj, induvidual shaxs, induvidual guruh, shaxsiy manfaat, jamoaviy manfaat, harakat, farovonlik, erkinlik, ustuvorlik, ijtimoiy farovonlik, iqtisodiy farovonlik, jismoniy xavfsizlik, turmush sifati, turmush darajasi, jismoniy rivojlanish, ma'naviy rivojlanish, intellektual rivojlanish,

ma'naviy ehtiyoj, moddiy ehtiyoj, ijtimoiy totuvlik, ijodiy faollik, siyosiy barqarorlik, iqtisodiy barqarorlik, ijtimoiy barqarorlik.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Barqaror mexanizm deganda nimani tushunasiz?
2. Normativ rivojlanishning mamlakat iqtisodiy o'sishidagi roli qanday?
3. Ijtimoiy konfliktning salbiy tomonlarini tushuntirib bering?
4. Iqtisodiy tizim necha turga bo'linadi?
5. Iqtisodiy manfaat bilan iqtisodiy qiziqish o'rtasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
6. Ijtimoiy ehtiyoj deganda qanaqa ehtiyojni tushunasiz?
7. Iqtisodiy ehtiyoj deganda qanaqa ehtiyojni tushunasiz?
8. Turmush sifati bilan turmush darajasi orasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
9. Ijtimoiy farovonlikning mamlakat iqtisodiy o'sishidagi roli qanday?
10. Siyosiy barqarorlikning mamlakat iqtisodiy o'sishidagi roli qanday?
11. Ijtimoiy barqarorlik deganda qanday barqarorlikni tushunasiz?
12. Ijodiy faollik deganda nimani tushunasiz?
13. Ma'naviy rivojlanishning turmush darajasiga nima aloqasi bor?
14. Intellektual rivojlanishning turmush darajasiga nima aloqasi bor?

Testlar

1. To'rt komponentli shaxs modelining komponentlarini ko'rsating?
 - A. Yo'nalish, qobiliyat, xarakter va o'z-o'zini boshqarish
 - B. Yo'nalish, iste'dod, xarakter va o'z-o'zini boshqarish
 - C. Yo'nalish, iste'dod, bilim va o'z-o'zini boshqarish
 - D. Iste'dod, bilim, istak va o'z-o'zini boshqarish
2. Ekzistensial-mavjudlik xususiyatlariga ega bo'lgan shaxs qanaqa bo'ladi?
 - A. Ma'naviy jihatdan boy, butun va dono bo'ladi
 - B. Moddiy jihatdan boy, butun va dono bo'ladi
 - C. Siyosiy jihatdan boy, butun va dono bo'ladi
 - D. Ijtimoiy jihatdan boy, butun va dono bo'ladi

3. Shaxsiyatda asosiy o'rinni nima egallaydi?

- A. ong
- B. bilim
- C. ko'nikma
- D. Salohiyat

4. Ongning tuzilmalari odamga dastlab (tug'ilgan zahoti) beriladimi?

- A. yo'q
- B. ha
- C. ba'zan
- D. barcha javoblar to'g'ri

5. Mahalliy psixologiya fanida, L.I.Ansiferova, A.G. Asmolova, A.N. Leontev va boshqalarning asarlarida qaysi tamoyillar ishlab chiqilgan?

A. Mahalliy psixologiya fanida, L.I.Ansiferova, A.G. Asmolova, A.N. Leontev va boshqalarning asarlarida tabiat va jamiyatda inson rivojlanishining tizimli tomonlarini tavsiflovchi tamoyillar ishlab chiqilgan.

B. Mahalliy psixologiya fanida, L.I.Ansiferova, A.G.Asmolova, A.N. Leontev va boshqalarning asarlarida tabiatda inson rivojlanishining tizimli tomonlarini tavsiflovchi tamoyillar ishlab chiqilgan.

C. Mahalliy psixologiya fanida, L.I.Ansiferova, A.G.Asmolova, A.N. Leontev va boshqalarning asarlarida jamiyatda inson rivojlanishining tizimli tomonlarini tavsiflovchi tamoyillar ishlab chiqilgan.

D. Mahalliy psixologiya fanida, L.I.Antsiferova, A.G.Asmolova, A.N. Leontev va boshqalarning asarlarida tabiat va jamiyatda rivojlanishning tizimli tomonlarini tavsiflovchi tamoyillar ishlab chiqilgan.

6. Rossiyada Elena Rummyanseva tomonidan "Rossiyada iste'mol iqtisodiyoti sog'liq uchun zararli bo'lgan tovarlarni iste'mol qilishni cheklash paytida sog'liq xavfsizligi" asari qachon nashr etilgan?

- A. 2013 yilda
- B. 2003 yilda
- C. 2016 yilda
- D. 2018 yilda

7. Neyroiqtisodiyot atamasi nimani bildiradi?

A. insonning iqtisodiy qarorlari paytida miyada sodir bo'ladigan jarayonlarni o'rganish uchun zamonaviy neyrofiziologiya usullaridan foydalanishni anglatadi.

B. insonning ijtimoiy qarorlari paytida miyada sodir bo'ladigan jarayonlarni o'rganish uchun zamonaviy neyrofiziologiya usullaridan foydalanishni anglatadi.

C. insonning siyosiy qarorlari paytida miyada sodir bo'ladigan jarayonlarni o'rganish uchun zamonaviy neyrofiziologiya usullaridan foydalanishni anglatadi.

D. insonning mantiqiy qarorlari paytida miyada sodir bo'ladigan jarayonlarni o'rganish uchun zamonaviy neyrofiziologiya usullaridan foydalanishni anglatadi.

8. Subyektlarning iqtisodiy xulq-atvorini o'rganishga neyrofiziologik yondashuv nima degan fikrga olib keladi?

A. Ma'lum bir mahsulotni sotib olish to'g'risida tegishli qarorlarni qabul qilishingiz mumkin degan fikrga olib keladi

B. Noma'lum bir mahsulotni sotib olish to'g'risida tegishli qarorlarni qabul qilishingiz mumkin degan fikrga olib keladi

C. Ma'lum bir mahsulotni sotib olish to'g'risida tegishli qarorlarni qabul qilishingiz mumkin emas degan fikrga olib keladi

D. Ma'lum bir mahsulotni sotib olish to'g'risida tegishli qarorlarni qabul qilishingiz mumkin emas degan fikrga olib keladi.

9. Neyroiqtisodiy usullardan foydalanish bizga nima beradi?

A. Bilim doirasini kengaytirishga imkon beradi

B. Ko'nikma doirasini kengaytirishga imkon beradi

C. Salohiyat doirasini kengaytirishga imkon beradi

D. Iqtisodiy fikrlash doirasini kengaytirishga imkon beradi

10. Iste'molchilik doirasidagi faoliyatning asosiy yo'nalishlari nechchiga bo'linadi?

A. Uchga

B. Beshga

C. Ikkiga

D. To'rtga

XII BOB. DAVLATNING HAL QILIB BO'LMAYDIGAN NARSALARNI YENGISH INSTITUTI SIFATIDA O'ZINI TUTISHI.

12.1. Olimlarning davlat, uning xulq-atvori va davlat boshqaruvi haqidagi qarashlarining evolyusiyasi.

Zamonaviy rivojlangan iqtisodiyotda hayotning asosi bozor hisoblanadi. Davlat, asosan, mulk huquqiga asoslangan bozor o'yin qoidalariga bo'ysunadi. Lekin davlat bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy jarayonlarning passiv kuzatuvchisi emas. U bozorga aralashadi, uni soliqqa tortish, budjetni qayta taqsimlash, qonunchilik, majburiy standartlarni ishlab chiqish (jumladan, iqtisodiy) va hokazolar orqali tartibga soladi. Amerika davlat arbobi Jeyms Medison (1751-1836) 1788 yilda odamlar farishtalar bo'lsalar, hukumatga ehtiyoj qolmagan bo'lar edi, degan edi.

Davlat, uning xulq-atvori haqidagi olimlar qarashlarining evolyutsiyasi va davlat boshqaruvi.

Qadimda olimlar (Aflotun, Aristotel, Tsitseron) davlatni insonlar hamjamiyatining bir shakli yoki inson borliq sharoitlarini topadigan muhit deb hisoblashgan. Qolaversa, Arastuning fikricha, davlat insonni ezgulikka tarbiyalaydigan to'liq baxtli hayot muhiti aynan davlatning maqsadidir.

Bir narsani inkor etib bo'lmaydi: davlat jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishi mahsulidir. U millatning yashashi va rivojlanishini ta'minlaydigan muayyan funksiyalarni (shu jumladan, iqtisodiy) bajarish zarurati sifatida vujudga kelgan. Davlat hech qanday holatda jamiyatga tashqaridan yuklangan kuch emas. Davlat – jamiyatning o'zi bilan hal qilib bo'lmaydigan ziddiyatga tushib qolganligini, murosasiz qarama-qarshiliklarga bo'linib ketganligini, undan qutulishga ojizligini tan olishdir. Va bu qarama-qarshiliklar, iqtisodiy manfaatlar qarama-qarshi bo'lgan sinflar bir-birini va jamiyatni samarasiz kurashda yutib yubormasligi uchun jamiyatdan yuqorida turadigan kuch, to'qnashuvni yumshatib, uni ma'lum bir chegaralar doirasida ushlab turadigan buyurtma kuch kerak edi. Bu kuch esa undan tobora uzoqlashib borayotgan davlatdir.

Bugungi kunda davlat mavjud ijtimoiy tizimning o'zagi bo'lib, u hokimiyatni jamlaydi, boshqa barcha nodavlat institutlarning mavjudligiga ruxsat beradi. Davlat institutsional ierarxiya asosini tashkil etuvchi ijtimoiy hayotning tamoyillarini shakllantiradi va shakllarini tashkil qiladi. Davlat institutsional ierarxiya asosini tashkil etuvchi ijtimoiy hayotning tamoyillarini shakllantiradi va shakllarini tashkil qiladi. Davlat inson xulq-atvorini ijtimoiy

shartlashning yangi shaklini vujudga keltirdi, umumiy manfaatni shaxsiy manfaatlardan ajratdi.

Turli asrlarda va turli qit'alarda inson hayotining davlat va xususiy sohalarining o'rni to'g'risidagi bahslar davom etib kelgan. Konfutsiy, Ibn Xaldunning "Ibodati misollar kitobi", "Arthashastra" ("Siyosat fani" yoki "Foydalilar yutuqlari ilmi" deb tarjima qilingan) Kautilya (uning boshqa nomi – bu) asarlarini eslash kifoya. Chanakya – miloddan avvalgi IV asr, Nikolo Makiavellining "Suveren". Shunday qilib, Konfutsiy davlatning qudrati uchta ustunga tayanadi: aholi farovonligi, davlatning kuchi (mudofaasi) va hukumatga ishonch. Va agar davlat zaif bo'lsa, u birinchi navbatda aholini qo'llab-quvvatlashni, keyin esa mudofaa xarajatlarini kamaytiradi. Ammo hukumatga ishonch yo'qolsa, davlat qulashini kutmoqda.

N.Makiavelli uchun kuchli davlat zo'ravonlik yoki qat'iy nazoratni qo'llaydigan davlat emas, u muvaffaqiyatli jamiyatdir va muvaffaqiyatga axloqsiz usullar bilan ham erishish mumkin, chunki davlatni saqlab qolish uchun barcha vositalar yaxshi. Bugungi kunda biz qoralayotgan davlatning axloqsizligi, Makiavelli fikricha, turli vaziyatlarda muvaffaqiyatli jamiyat har xil bo'lishi mumkinligi bilan ham bog'liq bo'lishi mumkin. Uning davlat boshqaruvi nazariyasining muhim xulosalaridan biri shundan iboratki, amaliyot nuqtai nazaridan davlat hokimiyati texnologiyalariga oddiy odamga ruxsat berilmagan ko'p narsalarga ruxsat berilgan. Va shuning uchun davlat hokimiyati o'zi ko'zlagan maqsadni (muvaffaqiyatli jamiyat) unutmasligi kerak. Davlatning xatti-harakatlaridagi bu qarama-qarshilikni qayd etib, Pol Valeriy kuchli davlat bizni bostiradi va zaif davlat bilan biz halok bo'lamiz, deb yozgan.

XII-XIII asrlarda Sharq jamiyatlarida boshqaruv fani yaratilgan. Xitoyda Li Gou tomonidan yozilgan mashhur risolalar; XIII-asr arab-islom adabiyotida risolalar turkumi: "Yo'ldagi marvarid yoki xo'jayinlar siyosati", "Foydalar va hiylalar", "Xatolar va quvonchlar", "Ishlarni tartibga solishdagi nozikliklar haqida", "Hukmronlik tashkiloti", "Siyosat", "Urushdagi nayranglar", "Hukmdorning hamrohiga eslatma" va boshqalar; hind-musulmon adabiyotida risolalar «Urush va jasorat qonunlari», «Yerdagi hokimiyat tartibi», «Hukmdorlar xazinasi» va boshqalar.

Davlat qila oladigan narsa va aholi undan kutayotgan narsa o'rtasidagi tafovut o'sib borishi bilan davlat asta-sekin ichkaridan parchalana boshlaydi va fuqarolarni barqaror yashash uchun eng oddiy shartlar: qonun va

xavfsizlik, shartnomalarga ishonch va ishonchli vositadan mahrum qiladi. XVII-asr boshlarida Germaniyada merkantilizm davrida, ilmiy jamoatchilik boshqaruvni "politsiya fani" deb atashgan. "Politsiya" atamasi davlat boshqaruvi san'ati sifatida talqin qilinib, davlat faoliyati politsiya deb atalgan. Politsiya davlati nazariyasi X. Volf (1679-1754) tomonidan ishlab chiqilgan. Bu nazariyaga muvofiq davlatning barcha faoliyati shaxsning axloqiy maqsadlari bilan belgilanadi. Davlat o'z a'zolarining har biri o'z vazifalarini bajarishini ta'minlash uchun barcha zarur vositalardan foydalanishga haqli va hech kim o'z shaxsiy manfaatini jamoatchilikdan ustun qo'ymaydi. Davlat aholi sonining o'sishi yashash vositalarining o'sishidan oshib ketmasligiga e'tibor beradi. U o'z subyektlarining Yaxshilikka intilishiga g'amxo'rlik qiladi, buning uchun u insoniyat uchun eng foydali bo'lgan tabiiy tartibni yaratadigan qonunlarning ishlashini qo'llab-quvvatlaydi. Hukumat raqobatning to'liq erkinligini ta'minlab, yo'ldagi to'siqlarni olib tashlashi kerak.

Iqtisodiyotda davlatning ulkan rolini ta'kidlagan merkantilist (savdogar)lardan farqli o'laroq, fiziokratlar (lot. physis — tabiat va kratos — hokimiyat) iqtisodiy faoliyatning to'liq erkinligi afzalliklarini ta'kidladilar va davlatga uchta funksiyani berdilar.

Davlatning birinchi va eng muhim vazifasi tabiiy tartibni hokimiyatga tajovuz qilmoqchi bo'lgan beg'ubor va johil qo'llardan saqlash va ayniqsa, uning negizida yotgan mulkni saqlashdir. Huquqiy tartib jamiyatda birlashgan odamlar ustidan irsiy va suveren hokimiyat kuchi bilan ta'minlangan va kafolatlangan egalik qilish huquqidan iborat.

Ta'lim ikkinchi funksiyadir. Umumjahon ta'lim birinchi haqiqiy ijtimoiy aloqadir, deydi Bodo. F.Kesney esa tabiiy tartibning mavjudligi va uni bilish usullari haqida ma'rifatni qat'iy tavsiya qiladi. Fiziokratlar ta'limga bo'lgan ehtiyojni barcha fuqarolarga taalluqli bo'lgan ta'lim, ma'rifatli jamoatchilik fikri fiziokratik despotizmning shaxsiy xususiyatga aylanishining oldini olishning yagona yo'li ekanligi bilan izohlaydilar.

Fiziokratlar tomonidan davlat funksiyalari qatorida jamoat xarakteridagi korxonalar ham ko'rsatilgan. Yaxshi mulkdor, birinchi navbatda, o'z hududlarida yo'llar qurishi kerak, chunki yaxshi yo'llar va kanallar alohida hududlar o'rtasida aloqa o'rnatish uchun juda foydali. Ingliz iqtisodchisi Uilyam Petti (1623-1687) "Siyosiy arifmetika" asarining yetakchi g'oyalariidan biri uni klassik siyosiy iqtisod tamoyillari bilan bog'lab, tabiiy

tartib va uning buzilishining zararli ekanligi g'oyasidir. Davlat boshqaruvining kamchiligi, V.Pettining fikricha, "faqat tabiat, qadimgi odatlar va umumbashariy kelishuv nazorati ostida bo'lishi kerak bo'lgan narsalarning haddan tashqari ko'p qismi qonunning tartibga solinishiga to'g'ri keldi".

V.Petti davlat tomonidan tartibga solish, agar u "tabiat qonunlariga zid bo'lsa" keskin qarshi chiqdi. U davlat zimmasiga ishchi kuchidan to'liq foydalanishni ta'minlash, shuningdek, uning sifatini oshirish bo'yicha muhim vazifalarni yukladi. U.Petti o'zining "Soliqlar va yig'imlar to'g'risida traktat" asarida davlatning iqtisodiyotdagi o'rnini haqidagi qarashlariga ko'ra, faqat maqsadli davlat xarajatlarini tartibga soladi: "harbiy xarajatlar, boshqaruvni ta'minlash, cherkov xarajatlari, maktab va universitetlarga sarflanadigan xarajatlar, ta'lim, bolalar (yetim bolalar) va nogironlarni ta'minlash, yo'llar, kema qatnovi daryolari, suv quvurlari, ko'priklar, portlar va barchaning manfaati uchun zarur bo'lgan boshqa narsalarning narxini.

Davlatning roli haqidagi g'oyalar rivojlanishining navbatdagi bosqichi klassik nazariya bo'lib, u A.Smitning "Xalqlar boyligining tabiati va sabablarini o'rganish" asarida o'z aksini topgan, ya'ni bozor kuchlarining erkin o'ynashi (laissez faire tamoyili) uyg'un tartibni yaratadi. Klassik yondashuvga muvofiq, davlat inson hayoti va mulki xavfsizligini ta'minlashi, nizolarni hal qilishi, ya'ni shaxsning o'zi qila olmaydigan yoki samarasiz qiladigan ishni qilish. Asosiysi, barcha tadbirkorlik subyektlari uchun asosiy iqtisodiy erkinliklar, ya'ni faoliyat sohasini tanlash erkinligi, raqobat erkinligi va savdo erkinligi kafolatlanishi kerak. Davlatning amaliy siyosati, A.Smitning fikricha, murosa ruhi bilan sug'orilgan bo'lib, uning tez muvaffaqiyatga erishishiga katta hissa qo'shgan.

A.Smitning izdoshlari uning individualistik g'oyalarini ishlab chiqdilar, ular turli mamlakatlarda turli xil soyalarni oldi. Hukumat va aholi manfaatlari doimo qarama-qarshi bo'lgan, hukumat va xalq o'rtasida keskin kurash olib borilgan Fransiyada davlatning fuqarolar hayotiga aralashmaslik, uning faoliyat doirasini cheklash g'oyalari mavjud edi.

J.B. Say (1767-1832) "eng yaxshi hukumat eng kam faol bo'lgan hukumatdir" deb yozgan. J. B. Sayning fikricha, barcha moliyaviy rejalarning eng yaxshisi – imkon qadar kamroq sarflash, soliqlarning eng yaxshisi esa eng kichikidir. Binobarin, u barcha holatlarda davlatning aralashuviga "tabiiy

rivoj” ziyon yetkazishiga keskin qarshi chiqdi. Yurtboshimiz hech qanday yomonlik qilmay ko’p yaxshilik qiladi.

F.Bastiat (1801-1850) budjetni nolga keltirish, davlatning iqtisodiy kurashga aralashmasligi, aholining ayrim guruhlarini himoya qilmasligi kerak, deb hisoblar edi: «Bu erkinlikka qarshilik ko’rsatish millat va xalqlar taraqqiyotini cheklash degani edi”. P. Leroy-Beaulieu "Zamonaviy davlat va uning funksiyalari" (1883) kitobida davlatning vazifalari va funksiyalarini o’rganar ekan, bu fikrni rivojlantiradi va davlat iqtisodiy funksiyalarni bajarish uchun yaroqsiz degan xulosaga keladi. Uning dalillari: davlat korxonalari faoliyatida tashabbuskorlik va zukkolikning yo’qligi, iqtisodiy va siyosiy erkinlikka tahdid, eng muhimi, shaxsiy tashabbusni bostirish, shaxsiy faoliyat doirasini cheklash, kollektivizmdan qo’rqish.

Germaniyada individualizm Fransiya va Angliya bilan solishtirganda I. Kant (1724-1804) falsafasida chuqur asos topdi, u oliy qadriyat g’oyasini shakllantirdi va undan xulosa sifatida, inson shaxsiyati o’ziga xos qadriyatdir. “Inson va umuman, har qanday aql-idrok mavjudot, – deb yozgan edi u “Axloq metafizikasi asoslari” asarida, – u yoki bu irodadan foydalanish vositasi sifatida emas, balki uning barcha harakatlarida maqsad sifatida mavjud uning o’ziga ham, boshqa aql-idrokli mavjudotlarga ham qaratilgan, har doim maqsad sifatida qaraladi. Ko’rinib turibdiki, insonning avtonomiyasi haqidagi bu ta’limot davlat tomonidan tartibga solish va vasiylik bilan mos kelmaydi, undan shaxsga boshqa shaxslarning manfaatlariga zarar yetkazmaydigan harakat erkinligini berish talabi kelib chiqadi.

12.2. Iqtisodiy siyosatning keyingi rivojlanish bosqichi.

Siyosiy iqtisod rivojlanishining navbatdagi bosqichi Smitning iqtisodiyotdagi davlatning roli haqidagi qarashlaridan asta-sekin chekinishi bilan bog’liq. Ingliz klassik siyosiy iqtisodining oxirgi vakillari D.S. Mill (1806-1873) erkin raqobat tizimi shaxsning yetarli daromad olishini kafolatlash bilan bog’liq bir qator iqtisodiy muammolarni hal qila olmasligini tushundi. U “Siyosiy iqtisod asoslari” kitobida davlatning iqtisodiy rolini tahlil qiladi va unga vazifalar yuklaydi, ularsiz iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotni amalga oshirish mumkin emas. D.S. Mill qarashlarining katta ahamiyati infratuzilmani yaratish, ilm-fanni rivojlantirish va hokazolarni davlat o’z zimmasiga olishi kerak deb ta’kidlagani, inchunin ijtimoiy ta’minot va soliqqa tortish davlat tizimiga biriktirilgan.

J.Sismondi (1773-1842) qarashlarining qiziqarli evolyutsiyasi davlat aralashuvining ashaddiy tarafdoridan uning raqibiga aylandi. U kapitalizmning iqtisodiy tuzilmasini tahlil qilib, “laissez faire” (harakat erkinligi tamoyili) tamoyilining foydaliligiga ishonish mumkin emas, hukumat kuchsizlarning kuchlilardan himoyachisi bo’lishi kerak, degan xulosaga keldi, ya’ni u o’zini o’zi himoya qila olmaydiganlarning himoyachisi bo’lishi kerak degan fikrni ilgari surdi.

J.Sismondi e’lon qilingan tamoyilga ko’ra, davlat to’rtta funksiyani bajarishi kerak, deb hisoblaydi:

- 1) jamoat tartibini, adolatni o’rnatish, shaxs va mulk huquqlarini ta’minlash;
- 2) jamoat ishlari, buning yordamida siz yaxshi yo’llardan, keng bulvarlardan, sog’lom suvdan foydalanishingiz mumkin;
- 3) xalq ta’limi, buning yordamida bolalar ta’lim oladi, kattalarda esa diniy tuyg’u rivojlanadi;
- 4) xalq himoyasi, jamoat tartibini ta’minlovchi imtiyozlarda ishtirok etishni ta’minlash.

Iqtisodiyot fani va xalq xo’jaligining ahvoli J.Sismondi erkin raqobat tizimiga qizg’in norozilik bildirganiga qaramay, A.Smit tushunchasiga muqobil konsepsiyani shakllantirish va asoslash imkonini bermadi.

Marksistik nazariya shuni ta’kidlaydiki, kapitalistik taraqqiyot jarayonida monopollashtirishga moyillik qanchalik kuchaysa, kapitalning konsentratsiyasi shunchalik kuchayadi, davlat hamma kapitalistlarning emas, balki moliyaviy kapitalning, hukmron oligarxiya davlatiga aylanishga intiladi. Shunday qilib, u ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonlariga tobora ko’proq bevosita aralashishga intiladi va buni tobora muvofiqlashtirilgan tarzda amalga oshiradi.

Uzoq kelajakda, butun dunyoda kapitalizm o’lganidan keyin, kommunizm davrida, zo’ravonlik organi sifatida davlat quriydi, chunki xususiy mulk o’rnini jamoat mulki egallaydi.

Davlat institutining o’limi g’oyasi hali ham alohida olimlar tomonidan qo’llab-quvvatlanadi. Xullas, Garvard slavyan olimi A.Babenishev “davlat yo’q bo’lib ketishi kerak”, deb ta’kidlaydi, chunki u kuch huquqini o’zida mujassam etadi va inson huquqlari birinchi o’ringa chiqqan sharoitda kuch (bundan ham kattaroq) hech narsani hal qila olmaydi. Saudiya Arabistonining neft konlarida joylashgani hech qanday holatda bu hudud aholisining

xizmatlari emas, balki tarixiy jarayonning natijasidir. Bu neft konlarida "o'tirmaydigan" boshqa odamlarga nisbatan adolatsizlikdir. Shuning uchun odamlarni muayyan hududga egalik qilish uchun birlashtiradigan davlat kerak emas. Ammo bu g'oyani amalda amalga oshirish uchun yuz yildan ko'proq vaqt kerak bo'ladi.

XIX-asrning ikkinchi yarmidan boshlab. Germaniyada davlat ta'limoti ta'sirida falsafa, huquq va siyosiy iqtisod ta'sirida fanda yangi g'oyalar rivojlana boshlaydi. Davlatning tarixiy va cheklangan ko'rinishiga burilish qilindi. Huquqiy davlat konsepsiyasi boshqaruv ta'limoti doirasida J.Steyn (1815-1890) tomonidan eng to'liq va tizimli ravishda ishlab chiqilgan. Tor ma'noda boshqaruv ta'limotining predmeti "davlatning ichki boshqaruvi"dir. L. Shtaynning ichki boshqaruv haqidagi ta'limotining bir qismi "iqtisodiy boshqaruv ta'limoti" bo'lib, u davlatni shaxs uchun moddiy boyliklar yaratish shart-sharoitlari bilan ta'minlash masalalariga bag'ishlangan.

Huquqiy davlat konsepsiyasiga muvofiq italiyalik iqtisodchi F.Nitti davlatni ijtimoiy hamkorlikning tabiiy shakli sifatida belgilaydi. Uning fikricha, hamkorlikning ushbu asosiy va eng muhim shaklisiz inson uchun hech qanday rivojlanish mumkin emas.

XX-asr boshlariga kelib iqtisodiy sohada davlat va xususiy sektor o'rtasida o'ziga xos mehnat taqsimoti g'oyasi shakllantirildi.

F.Nitti bu o'zaro ta'sirning mohiyatini quyidagicha belgilaydi: iqtisodiyotning asosini xususiy iqtisodiyot tashkil etadi, davlat iqtisodiyotning o'ziga xos ustki tuzilishidir. Shunday qilib, F. Nitti davlatning iqtisodiyotdagi mavqeini aniq belgilaydi. Davlat bo'lmasa, iqtisodiyot qo'shimcha rag'batlarga ega bo'lmaydi, lekin uning faoliyati bozor iqtisodiyoti rivojlanishi talablari bilan belgilanadi. F.Nitti turli mamlakatlarda, jumladan, Rossiyada 1871-1902 yillardagi davlat xarajatlarining o'sishi haqidagi statistik ma'lumotlarni o'rganish va umumlashtirish tufayli shunday xulosalar chiqarishga muvaffaq bo'ldi.

Davlatning zamonaviy nazariyasi iqtisodiyot nazariyasida asosan ikkita asosiy yo'nalish: neoklassik va keynscha yo'nalishlar bilan ifodalanadi. Iqtisodiyotga davlatning faol aralashuvining asosiy mafkurasi mashhur ingliz iqtisodchisi J.M. Keynes ta'limotiga tayanadi. Keynes siyosati shuningdek, umumiy talabni umumiy taklifga mos keladigan tarzda nazorat qilish va tartibga solishga qaratilgan bo'lib, shu bilan birga aholining to'liq va yuqori bandligini ta'minlaydi. Keynes modeli xususiy kapitalni investitsiyalar uchun

"uyg'otish" yo'li bilan, shuningdek, jamoat ishlarini davlat tomonidan moliyalashtirish va milliy daromad budjeti orqali kambag'allar foydasiga bir oz qayta taqsimlash orqali jami "samarali" talabni rag'batlantirishni nazarda tutgan.

Keyns ta'limoti AQShda prezident F.D.Ruzvelt siyosatida o'zining eng to'liq timsolini topdi va u yerda yaxshi natijalarni ko'rsatdi.

1970-1980 yillar oxirida, Keyns nazariyasi va unga asoslangan siyosat monetaristlar tomonidan tanqid qilindi. Ular kamomadni moliyalashtirish bo'yicha Keyns retseptlarining inflyatsion xususiyatini ta'kidladilar. Darhaqiqat, hozirgi vaqtda inflyatsiyaning keskin o'sishi G'arb iqtisodiyotining asosiy muammosiga aylanadi. Neokonservatorlar buni Keyns siyosatini aybladilar. Keynsga qarshi isyonga amerikalik iqtisodchi, Nobel mukofoti sovrindori Milton Fridman boshchilik qildi. U raqobat va tadbirkorlik erkinligida muqobillikni ko'rdi. Ayniqsa, M. Fridman davlatning pul muomalasiga aralashuviga keskin qarshi chiqdi. Fridman g'oyalari "Reaganomika"da ifodalangan.

Institutsionalistlar birlamchi e'tiborni iqtisodiy subyektlar – uy xo'jaliklari, firmalar va davlatning ichki tuzilishini tahlil qilishga qaratadilar. Shu sababli, an'anaviy neoklassik yondashuvdan farqli o'laroq, zamonaviy neoinstitusionalizm mulk huquqini emas, balki ijtimoiy normalar va qoidalarni shakllantirishning ustuvor ahamiyatidan kelib chiqishi ajablanarli emas. Shu munosabat bilan J. Byukenenning "Ozodlik chegaralari" (1975) asarida davlatning ikki xil funksiyasi: "himoya qiluvchi davlat" va "ishlab chiqaruvchi davlat"ni izchil ajratib ko'rsatishi katta ahamiyatga ega.

Davlatning birinchi funksiyasi odamlarning kelishuvi natijasidir, uni amalga oshirish ularning konstitutsiyaviy shartnomaga rioya qilishining o'ziga xos kafolati bo'lib xizmat qiladi. Jamiyatda huquqlarni amalga oshirish anarxiyadan siyosiy tashkilotga sakrash demakdir.

Ikkinchi funksiya davlatni jamoat ne'matlarini ishlab chiqaruvchi sifatida ifodalaydi. U fuqarolarning bir qator tovarlar va xizmatlarga bo'lgan umumiy ehtiyojlarini qondirish to'g'risidagi o'ziga xos kelishuv sifatida konstitutsiyaviy huquq va erkinliklar asosida amalga oshiriladi. Ammo aynan shu yerda asosiy xavf – davlatning totalitarga aylanishi. Neoinstitusionalistlar davlatning avtokratik tuzum yo'nalishida rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan butun qoidalar to'plamini taklif qiladilar.

Keng ma'noda davlatning zamonaviy tushunchasi – bu "jamiyat" atamasi bilan belgilanadigan, ma'lum bir hududda va uning aholisiga nisbatan qo'llaniladigan huquqiy majburlash vositalariga ega bo'lgan institutlar yig'indisidir. Davlat o'z faoliyatini o'zi tuzgan hukumat orqali amalga oshiradi. Hukumat nafaqat davlatda rahbarlik lavozimlarini egallagan shaxslar yig'indisi, balki boshqaruv jarayoni, hokimiyatdan foydalanish, jamiyatda boshqaruv usuli, usuli va tizimi sifatida, shuningdek, tuzilma va tashkilot sifatida ham ko'rib chiqiladi, ya'ni davlat organlari va ularning boshqariladiganlar bilan munosabatlarida namoyon bo'ladi. Butun dunyoda nutq va yozuvda "davlat" va "hukumat" atamalari bir-birining o'rnida ishlatiladi.

Hukumat hokimiyatning uchta alohida tarmog'idan iborat bo'lib, ularning har biri o'ziga xos funksiyani bajaradi: qonun chiqaruvchi hokimiyat qonunlarni ishlab chiqish funksiyasini bajaradi; ijro hokimiyati (ba'zan hukumat deb ataladi) qonunlarning bajarilishi uchun javobgardir; sud hokimiyati qonunlarning to'g'ri talqin qilinishi va qo'llanilishi ustidan nazoratni amalga oshiradi.

Hukumatlar tasnifiga ko'ra parlament va prezidentlik boshqaruv tizimlari mavjud. Birinchi holda, ijro etuvchi hokimiyat vakillari ko'pincha qonun chiqaruvchi hokimiyat vakillari hamdir. Bosh vazir eng qudratli ijrochi hokimiyat bo'lishi mumkin bo'lsa-da, yakuniy, eng muhim qarorlar vazirlar guruhi tomonidan birgalikda qabul qilinadi. Ikkinchi holda, ijro hokimiyati vakillari bir vaqtning o'zida qonun chiqaruvchi organlarga kiritilmaydi va yakuniy qarorlar prezident tomonidan qabul qilinadi.

Hukumatning jamiyatdagi xatti-harakati davlatning funksiyalari bilan belgilanadi.

12.3. "Bozordagi muvaffaqiyatsizliklar" va davlatning, bozor iqtisodiyoti sharoitida o'zini tutishini belgilaydigan asosiy funksiyalari.

Davlat funksiyalari deganda uning faoliyatining asosiy yo'nalishlari tushuniladi, davlatning jamiyatdagi mohiyati va maqsadini, jumladan, ijtimoiy jarayonlarning rivojlanishiga davlat ta'siri mexanizmini ifodalaydi. Davlat tarixiy kategoriya bo'lganligi sababli, uning funksiyalari davlatning o'zi rivojlanishi jarayonida o'zgaradi – ba'zilar o'ladi, boshqalari paydo bo'ladi, boshqalari ustuvor yoki aksincha, ikkinchi darajali ahamiyatga ega bo'ladi.

Mahalliy ilmiy fikrda har qanday davlat tomonidan amalga oshiriladigan to'rtta asosiy funktsiya mavjud:

1) iqtisodiy – raqobat muhitini saqlash, mulk huquqlarini himoya qilish, jamoat ishlarini tashkil etish, tadbirkorlik erkinligini ta'minlash, iqtisodiy sohada qonun va tartibni ta'minlash, pul muomalasini tartibga solish, tashqi iqtisodiy faoliyatni monitoring qilish va boshqalar orqali iqtisodiyotning normal ishlashi va rivojlanishini ta'minlash;

2) siyosiy – davlat va jamoat xavfsizligini ta'minlash, qarama-qarshi ijtimoiy kuchlar qarshiligini bostirish, davlat suverenitetini tashqi tajovuzlardan, xalqaro terrorizmdan va boshqalardan himoya qilish;

3) ijtimoiy – butun aholining huquq va erkinliklarini himoya qilish, odamlarning ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish, aholining zarur turmush darajasini saqlash, zarur mehnat sharoitlarini, ish haqini, turmushni va boshqalarni ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish;

4) mafkuraviy – ma'lum bir mafkurani, jumladan diniy, milliy madaniyat, ilm-fan va boshqalarni saqlash.

Davlatning iqtisodiy jarayonga aralashuvi bozor rivojlanishining barcha bosqichlariga xos edi. Buning sababi shundaki, jamiyat oldida turgan eng muhim iqtisodiy muammolarni hal qilishga qodir bozor mexanizmi hali ham iqtisodiy faoliyatning qator sohalarida ishlamayapti. Bozor mexanizmi resurslardan samarali foydalanishni ta'minlay olmaydigan bunday vaziyatlar odatda bozorning "muvaffaqiyatsizligi" (fiasko, to'lovga layoqatsizlik) deb ataladi.

Odatda bozor muvaffaqiyatsizliklarini ko'rsatadigan to'rt turdagi samarasiz vaziyatlar mavjud:

1) tashqi ta'sirlar – narxlarda (to'g'on va sug'orish kanallarida) aks ettirilmaydigan bozor operatsiyalaridan olinadigan xarajatlar yoki foyda;

2) jamoat mulki – mudofaa, jamoat tartibini muhofaza qilish, davlat boshqaruvi, ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqalar;

3) monopoliyalar;

4) nomukammal (assimetrik) axborot.

Jahon taraqqiyotidagi yangi tendensiyalar va jarayonlarni hisobga olgan holda, zamonaviy davlatning quyidagi funksiyalarini ajratib ko'rsatish va yangicha tartiblash maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz.

1. Ijtimoiy funktsiya (qiymat ko'rsatkichlarini iqtisodiydan ijtimoiyga yo'naltirish tendensiyasi tufayli 1-o'rinda).

2. Iqtisodiy o'sish va yuqori samaradorlikni ta'minlash (nomoddiy aktivlarni ko'paytirishning aniqlangan tendensiyasiga asoslangan iqtisodiy o'sish va samaradorlikni yangi tushunish, fanni ko'p talab qiluvchi sektor, innovatsiyalar, fan, ta'lim, yangi iqtisodiyotni shakllantirish).

3. Islohot dasturlarini ishlab chiqish (iqtisodiy tizimlarni o'zgartirish) va uning bajarilishini nazorat qilish.

4. "surunkali bozor kasalliklari" (sikliklik, inflyatsiya, ishsizlik) va "bozor muvaffaqiyatsizliklari"ni yumshatish funksiyasi talab darajasida qolmoqda.

5. Davlatning mulkiy munosabatlar subyekti sifatida ("noto'g'ri" xususiylashtirish tufayli qisqartirilgan shaklda) va tadbirkor sifatidagi faoliyatining funksiyasi o'zgartirilmoqda.

6. Hududlar rivojlanishini ta'minlash (yangi tamoyillar asosida). Globallashuv sharoitida funksiyalarning ikki darajasi ajralib turadi: jahon hamjamiyatida va mamlakat ichida.

7. Tashkil etilgan global institutlar (XVF, JST va boshqalar) dasturlari barcha mamlakatlarning umumiy manfaatlarini aks ettirishi uchun xalqaro darajada manfaatlarni muvofiqlashtirish. Global institutlarni shakllantirish, xalqaro dasturlarni ishlab chiqish, ular uchun muayyan qoidalarni belgilashda ishtirok etish zarurati shundan kelib chiqadi.

8. Jahon iqtisodiyotida milliy manfaatlarni amalga oshirish milliy iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash funksiyasiga aylantiriladi.

9. Innovatsiyalar, axborot shaffofligi va atrof-muhitni muhofaza qilish funksiyalarining roli ortib bormoqda (ham xalqaro darajada, ham mamlakat ichida).

10. Davlatning ijtimoiy barqarorlikning kafolati, zo'ravonlik, jinoyat, terror, korrupsiya to'lqinlaridan himoya qilish funksiyasi global miqyos kasb etmoqda.

Zamonaviy sharoitda davlatning maqbul strategiyasining o'ziga xos xususiyati shundaki, u jamiyatni o'z qo'li ostida tor-mor etmay, u bilan tobora yaqin hamkorlik qilib, o'z vakolatlarining bir qismini mahalliy davlat hokimiyati organlari va fuqarolik jamiyati tashkilotlariga topshiradi.

12.4. Jamoat tanlovi nazariyasida davlatning xatti-harakati.

Siyosiy sohada ham odamlar o'z shaxsiy manfaatlarini ko'zlagan holda iqtisodiy sohada ham xuddi shunday harakat qiladilar, degan g'oya 1986-

yilda jamoatchilik tanlovi sohasidagi tadqiqotlari uchun Nobel mukofotini olgan J.Byukenen faoliyatiga asos bo'ldi, "Siyosat, – deb yozadi u, – shaxslar o'rtasida murakkab ayirboshlash tizimi mavjud bo'lib, ular o'zlarining shaxsiy maqsadlariga erishish uchun birgalikda intiladilar, chunki ular oddiy bozor almashinuvi orqali ularni amalga oshira olmaydilar. Bu yerda shaxsiy manfaatlardan boshqa manfaatlar yo'q".

Jamoat tanlovi nazariyasi odamlarning davlat institutlaridan o'z manfaati uchun foydalanishining turli usullari va vositalarini o'rganadigan nazariyadir. Ommaviy tanlov nazariyasi ba'zan "yangi siyosiy iqtisod" deb ataladi, chunki u makroiqtisodiy qarorlarni shakllantirishning siyosiy mexanizmini o'rganadi.

Ommaviy tanlov nazariyotchilari siyosiy bozorni siyosatchilar sotuvchi, saylovchilar esa xaridor sifatida harakat qiladigan, qisman sotuvchilar tomonidan manipulyatsiya qilinadigan almashinuv sifatida qaraydilar. Davlat qarorlar qabul qilishda ta'sir o'tkazish, resurslarni taqsimlash, ierarxik zinapoyadagi o'rinlarni egallash uchun odamlarning raqobat maydonidir. Biroq, davlat bozorning o'ziga xos turidir. Uning ishtirokchilari noodatiy mulkiy huquqlarga ega: saylovchilar davlatning oliy organlariga o'z vakillarini, qonunlar qabul qilish uchun deputatlar, mansabdor shaxslar esa ularning bajarilishini nazorat qilishlari mumkin. Saylovchilar va siyosatchilarga saylovoldi tashviqoti va'dalarini almashuvchi shaxslar sifatida qaraladi.

Davlat tomonidan tartibga solishni tanqid qilgan jamoat tanlovi nazariyasi vakillari davlat qarorlarini qabul qilish jarayonini tahlil obyektiga aylantirdilar, bu esa bozor iqtisodiyoti sharoitida shaxsning ratsionalligiga asoslanadi. Bu shuni anglatadiki, hamma – saylovchilardan tortib prezidentgacha – o'z faoliyatida birinchi navbatda iqtisodiy tamoyilga, ya'ni marjinal foyda va marjinal xarajatlarni solishtiring (va birinchi navbatda qaror qabul qilish bilan bog'liq foyda va xarajatlar):

$$MB > MC$$

bu yerda MB – marjinal imtiyozlar;

MC – marjinal xarajat.

Boshqa sabablar – bu, masalan, muayyan tovarlar va xizmatlar (shakar yoki vino va aroq mahsulotlari, ko'mir yoki moy) ishlab chiqaruvchilari kabi manfaatlari muayyan masalalarga qaratilgan saylovchilar. Ular uchun ishlab chiqarish sharoitlarini o'zgartirish juda muhim: narxlarni tartibga solish,

yangi korxonalar qurish, davlat xaridlari hajmi va hokazo. Ular davlat amaldorlari bilan doimiy aloqada bo'lishga intiladilar, buning uchun xatlar, telegrammalar, ommaviy axborot vositalaridan foydalanadilar, tashkiliy ishlar olib boradilar. Namoyishlar va mitinglar o'tkazish, qonun chiqaruvchi va mansabdor shaxslarga bosim o'tkazish uchun maxsus idora va idoralar tashkil etish (pora olishgacha). Saylovchilarning cheklangan guruhi uchun foydali bo'lgan siyosiy qaror qabul qilish uchun hokimiyat vakillariga ta'sir qilishning barcha usullari lobbichilik deb ataladi.

Jamoat tanlovi nazariyasining o'rganish obyektlaridan biri byurokratiya iqtisodiyotidir.

Byurokratiya iqtisodiyoti, jamoat tanlovi nazariyasiga ko'ra, kamida ikkita mezonga javob beradigan tashkilotlar tizimi: birinchidan, u qiymat bahosiga ega bo'lgan iqtisodiy tovar ishlab chiqarmaydi, ikkinchidan, u o'zining bir qismini oladi. o'z faoliyati natijalarini sotish bilan bog'liq bo'lmagan manbalardan olingan daromadlar.

O'z maqsadlari va maxsus guruhlarining manfaatlarini anglagan holda, byurokratlar turli xil resurslardan mustaqil foydalanish imkoniyatini ochib beradigan shunday qarorlar qabul qilishga intiladilar.

Ommaviy tanlov nazariyasining asosiy yutug'i 1974 yilda Anna Kryuger tomonidan boshlangan siyosiy renta nazariyasining rivojlanishi bo'ldi.

Siyosiy renta – bu iqtisodiy renta (yoki moddiy manfaatlar) siyosiy jarayon orqali ham butun jamiyat, ham muayyan qarorlar qabul qilishga intilayotgan shaxslar hisobidan olinadi.

Siyosiy jarayonda ishtirok etuvchi byurokratlar jamiyat hisobidan iqtisodiy renta olishni kafolatlash uchun shunday qarorlarni amalga oshirishga intiladi.

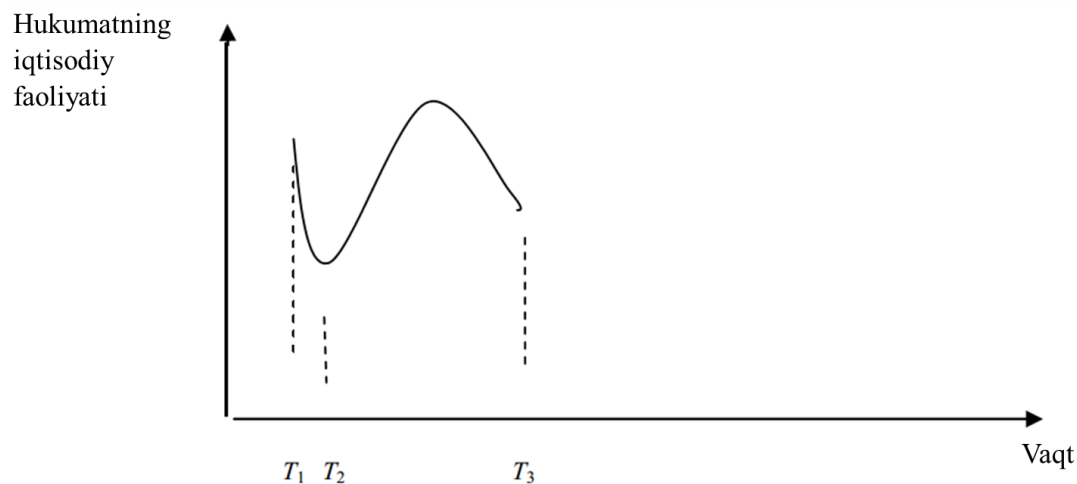
Jamoat tanlovi nazariyasi tahlilining asosiy yo'nalishlari saylov jarayoni, deputatlar faoliyati, byurokratiya nazariyasi, tartibga solish siyosati va konstitutsiyaviy iqtisodiyot hisoblanadi.

Ko'pchilik xususiy lashtirishni byurokratiyaga qarshi samarali kurashish sharti, uning mazmuni “yumshoq infratuzilma”ni rivojlantirish, pirovard maqsad esa konstitutsiyaviy iqtisodiyotni yaratish deb hisoblaydi. “Yumshoq infratuzilma” tushunchasi insonning iqtisodiy huquqlarini oshirish (mulk huquqlarini mustahkamlash, shartnomalarni bajarish uchun halollik va

mas'uliyat, o'zgacha fikrlarga bag'rikenglik, ozchilik huquqlarining kafolatlari va davlat faoliyati sohalarini cheklash.

Byurokratiya, hukumatning xatti-harakati siklik va ma'lum naqshlarga bo'ysunadi.

Hukumatning saylovlar oralig'idagi iqtisodiy va siyosiy faoliyati sikli siyosiy-iqtisodiy sikl deb ataladi, uni grafik ko'rinishda tasvirlash mumkin (12.1-rasm).



Abscissa o'qi bo'yicha vaqt, ordinata o'qi bo'yicha hukumat faoliyati tasvirlangan.

T1T2 segmenti hukumat mashhurligining pasayishini, T2T3 segmenti bo'lajak saylovlarga tayyorgarlik ko'rish bilan bog'liq faollikning oshishini aks ettiradi. Qayd etish joizki, yangi faoliyatning cho'qqisi bo'lajak qayta saylovlardan unchalik uzoq bo'lmasligi kerak, aks holda saylovchilar hukumatning faol faoliyati davrini unutishga ulguradilar.

Bu sikl hukumat faoliyatida quyidagi jarayonlarning ketma-ketligini tavsiflaydi. Saylovdan keyin yangi hukumat avvalgi hukumatning maqsadlari yoki ko'lamini o'zgartirishga qaratilgan bir qator chora-tadbirlarni amalga oshiradi. Agar ilgari muxolifatda bo'lgan partiya hokimiyatga kelsa, bu choralar ayniqsa radikal bo'ladi. Davlat byudjeti taqchilligini kamaytirish, ommabop bo'lmagan dasturlarni cheklash, davlat apparati ishini qayta qurishga urinishlar qilinmoqda. Yana hokimiyatga kelgan odamlar saylovoldi va'dalarining bir qismini bo'lsada bajarishga harakat qiladi. Biroq, faollik yangi hukumatning mashhurligi pasayib, tanqidiy darajaga yetguncha pasayadi. Navbatdagi saylovlar yaqinlashar ekan, hukumat faolligi oshadi.

Tayanch so'z va iboralar

Davlat, evolyutsiya, bozordagi muvaffaqiyatsizliklar, jamoat tanlovi, bozor, iqtisodiy jarayonlar, soliq, budget, qayta taqsimlash, qonunchilik, iqtisodiy rivojlanish, ijtimoiy rivojlanish, iqtisodiy funktsiya, to'qnashuv, nodavlat institutlar, institutsional ierarxiya, ijtimoiy hayot, boshqaruv, tafovut, ustuvorlik, xavfsizlik, merkantilizm, politsiya ilmi, yaxshilik, xavotir, raqobat, erkinlik, fiziokratlarning iqtisodiy faoliyati, ma'rifat, korxonalar, yo'llar, kanallar, siyosiy arifmetika, tabiat, urf-odat, iqtisodiy erkinlik, menejment, tashabbuskorlik, zukkolik, iqtisodiy erkinlikka tahdid, siyosiy erkinlikka tahdid, kollektivizm, individualizm, axloq metafizikasi, shaxsning avtonomiyasi, erkin raqobat, kafolat, infratuzilma.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Bozordagi muvaffaqiyatsizliklar deganda nimani tushunasiz va buning sabablari nimada?
2. Jamoat tanlovi deganda nimani tushunasiz?
3. Qayta taqsimlash jarayoni qanday amalga oshiriladi?
4. Iqtisodiy rivojlanish va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
5. Ijtimoiy rivojlanish va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
6. Nodavlat institutlar deganda qanaqa institutlarni tushunasiz?
7. Politsiya ilmi qanaqa ilm va undan nima maqsadda foydalaniladi?
8. Fiziokratlarning iqtisodiy faoliyati boshqa oddiy iqtisodiy faoliyatdan nimasi bilan farq qiladi?
9. Iqtisodiy erkinlik deganda nimani tushunasiz va unga erishish uchun nimalar kerak?
10. Iqtisodiy erkinlikka tahdid deganda nimani tushunasiz?
11. Siyosiy erkinlikka tahdid deganda nimani tushunasiz?
12. Erkin raqobat deganda nimani tushunasiz?

Testlar

1. Global iste'molchilar kimlar?
A. O'xshash ehtiyojlarga ega bo'lgan va tovarlarning o'xshash iste'mol foydalari va xususiyatlarini izlayotgan dunyoning turli mamlakatlaridan tashrif buyurgan iste'molchilar

B. O'xshash talablarga ega bo'lgan va tovarlarning o'xshash iste'mol foydalari va xususiyatlarini izlayotgan dunyoning turli mamlakatlaridan tashrif buyurgan iste'molchilar

C. O'xshash ehtiyojlarga ega bo'lmagan va tovarlarning o'xshash iste'mol foydalari va xususiyatlarini izlayotgan dunyoning turli mamlakatlaridan tashrif buyurgan iste'molchilar

D. O'xshash ehtiyojlarga ega bo'lgan va tovarlarning o'xshash iste'mol foydalarini izlayotgan dunyoning turli mamlakatlaridan tashrif buyurgan iste'molchilar.

2. Daromadning ma'lum darajasi va berilgan narxlar xususiy iste'molchilarga qanday ta'sir qilishi mumkin?

A. Xususiy iste'molchilar ma'lum xaridlarni amalga oshirishi yoki oshirmasligi mumkin

B. Xususiy iste'molchilar ma'lum xaridlarni amalga oshirishi mumkin.

C. Xususiy iste'molchilar ko'p miqdorda tovar xarid qilishlari mumkin

D. Xususiy iste'molchilar ma'lum xaridlarni amalga oshirmasligi mumkin

3. Keyns nazariyasida umumiy iste'molchi allaqachon qanaqa agent sifatida harakat qiladi?

A. Mustaqil iqtisodiy

B. Mustaqil ijtimoiy

C. Mustaqil bo'lmagan iqtisodiy

D. Mustaqil bo'lmagan ijtimoiy

4. Yigirmanchi asrning oxirida an'anaviy maktab bilan bir qatorda iste'molchilar xulq-atvorini o'rganishda qanaqa yangi yo'nalish tan olindi?

A. Ijtimoiy-madaniy va ijtimoiy-psixologik determinantlarga e'tibor berish bilan tavsiflangan yangi yo'nalish tan olindi.

B. Iqtisodiy-madaniy va ijtimoiy-psixologik determinantlarga e'tibor berish bilan tavsiflangan yangi yo'nalish tan olindi.

C. ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy-psixologik determinantlarga e'tibor berish bilan tavsiflangan yangi yo'nalish tan olindi.

D. Siyosiy-madaniy va ijtimoiy-psixologik determinantlarga e'tibor berish bilan tavsiflangan yangi yo'nalish tan olindi.

5. Psixologik iqtisodiyot nazariyasi asoschilaridan biri J.Katona, psixologiyasiz iqtisodiyot muhim iqtisodiy hodisalarni tushuntirishda nima bo'ladi deb ta'kidlagan?

- A. omadsiz
- B. omadli
- C. barqaror
- D. Beqaror

6. Allaqachon egalik qilingan narsa hali sotib olinmaganidan qaraganda qanday baholanadi?

- A. Ancha yuqori
- B. Ancha past
- C. Yuqori
- D. Past

7. Allaqachon mavjud bo'lgan narsalar bilan "xayrlashish" xuddi shu turdagi yangisini sotib olishdan ko'ra nimaroq?

- A. Qimmatroq
- B. Arzonroq
- C. Qimmat
- D. Arzon

8. X.Leybenshteynning o'zgaruvchan ratsionallik konsepsiyasi nuqtai nazaridan odamga nima ta'sir qiladi?

- A. Fiziologiya va jamiyat kabi ikkita kuch
- B. tabiat va jamiyat kabi ikkita kuch
- C. sotsiologiya va jamiyat kabi ikkita kuch
- D. Fiziologiya va tabiat kabi ikkita kuch

9. Amerikalik sotsiolog A.Etzioni zavq va burchni inson xulq-atvorining nimasi sifatida ajratib ko'rsatdi?

- A. Ikkita stimuli
- B. Ikkita yo'nalishi
- C. Ikkita natijasi
- D. Ikkita tarkibiy qismi

11. T.Skitovskiyning fikriga ko'ra, zavq va farovonlik bu nima?

- A. Ikki insoniy holat
- B. Ikki insoniy tafakkur
- C. Ikki insoniy bilim
- D. Ikki insoniy me'yor

XIII BOB. MEHNAT BOZORIDA O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARINING XULQ-ATVORI.

13.1. Mehnat bozorida O'zbekiston Respublikasi hududlarining xulq-atvori.

Jahon moliya bozorlarida yuzaga kelgan hozirgi global inqiroz (2008-2009 yillar) iqtisodiy xatti-harakatlar nazariyasi bo'yicha ilmiy tadqiqotlarni yangiladi. Moliyaviy inqiroz sifatida boshlangan u iqtisodiy inqirozga aylanib, bandlikning tez pasayishiga va ishsizlikning, shu jumladan uning rasmiy va yashirin shakllarining ko'payishiga olib keldi. Qimmatli qog'ozlar bozori indekslarida pasayish yuz berdi, sanoatda retsessiya boshlandi, ishdan bo'shatishlar ko'paydi va iste'mol xarajatlari kamaydi. Mamlakatning turli hududlarida o'tkazilgan ijtimoiy so'rovlar iste'molchilar kayfiyati indeksining pasaygani va aholining uzoq muddatli istiqboldagi umidlaridagi optimizmning susayganini qayd etdi.

Avvalo, sanoat ishlab chiqarishining sezilarli qisqarishi, shuningdek, milliy iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarining qisqarishi kuzatildi. Mehnat bozori ishlab chiqarishning pasayishiga biroz kechikish bilan munosabatda bo'ldi, bu xodimlar sonining keskin qisqarishi va tashkilotlarning xarajatlarining pasayishi bilan namoyon bo'ldi. Iqtisodiyotning real sektori tarmoqlarining qisqarishi, mehnat bozoridagi keskinlikning kuchayishi aholining eng xilma-xil qatlamlari manfaatlariga ta'sir ko'rsatdi. Ba'zilar uchun inqiroz oqibatlari ish o'rinlarining qisqarishi yoki ular ishlagan korxonaning bankrot bo'lishi natijasida ishdan bo'shatish bo'lsa, boshqalari ish haqi va ijtimoiy nafaqalar kechikishiga duch keldi. Rossiyaning ayrim hududlarida o'tkazilgan aholi so'rovlariga ko'ra, tashvishlanishning asosiy sabablari ish haqi va ijtimoiy nafaqalarning kamayishi (68%) yoki kechikishi (70%) bo'lgan, aholining muhim qismi (57%) ishdan bo'shatishdan qo'rqishgan va korxonani yopish yoki to'xtatib turish ehtimoli respondentlarning 48 foizi tomonidan tan olingan.

Inqirozni bartaraf etish uchun O'zbekiston hukumati jahon bozorida neft narxining ko'tarilishi davrida yaratilgan zaxira fondlaridan foydalangan holda bir qator chora-tadbirlar ishlab chiqdi. Likvidlik inqirozidan chiqish uchun y yetakchi banklarga katta moliyaviy resurslar ajratildi, shahar tashkil etuvchi korxonalar moliyaviy qo'llab-quvvatlandi, kichik biznes subyektlariga soliq imtiyozlari berildi, ishsizlik bo'yicha nafaqalar ko'paytirildi, ishsiz qolgan fuqarolarni o'qitish va qayta tayyorlash chora-

tadbirlari belgilandi. Inqirozga qarshi siyosat, birinchi navbatda, ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni barqarorlashtirish va qoida tariqasida, ijtimoiy beqarorlikni va jamiyatda keskinlikni kuchaytiruvchi ommaviy ishsizlikni jilovlashga qaratilgan edi. Shu bilan birga, strategik vazifa – iqtisodiyotni, bandlik tuzilmasini, aholi daromadlari manbalarini diversifikatsiya qilish va iqtisodiyotni rivojlantirishning yangi modelini shakllantiradigan tarmoqlararo proporsiyalarni o'zgartirish uchun shart-sharoitlar yaratish, uning doirasida postindustrial bosqichga jamiyat taraqqiyoti uchun mos keladigan ish o'rinlari yaratiladi.

13.2. O'zbekiston Respublikasi hududlarining mehnat bozoridagi xatti-harakatlari.

O'zbekiston Respublikasi hududlari iqtisodiy tanazzulga (2008-2009), makroiqtisodiy barqarorlashtirish choralariga turlicha munosabatda bo'lishdi, budget cheklovlari, iqtisodiy rag'batlantirishlar va inqirozga qarshi choralar tizimi ta'siriga turlicha moslashdi, turli mintaqaviy strategiyalarni tanladi. Iqtisodiy inqiroz davrida ishchi kuchiga bo'lgan talabning noqulay o'zgarishini aks ettiruvchi O'zbekiston mintaqalarida ishsizlik darajasining o'sishi O'zbekiston mehnat bozoridagi mintaqalararo sezilarli farqlar haqida tasavvurga ega emas. Ishsizlikning o'sishiga sabab bo'lgan makroiqtisodiy zarbalar iqtisodiy siyosatning asosiy yo'nalishlarini tanlashda manbalarini tushunish muhim bo'lgan mintaqalararo tafovutlarni tushuntirib bera olmaydi.

Ushbu bo'limda mehnat bozorida hududlarning xatti-harakatlari modellaridagi farqlar bir qator omillar bilan izohlanadi, ulardan eng muhimi quyidagilardir:

1) iqtisodiy tanazzul (2008-2009) va iqtisodiy tiklanish (2010-2011) sharoitida iqtisodiy faoliyatning ayrim turlarining o'zgarishiga qarab bandlik dinamikasi va tarkibini belgilaydigan ishchi kuchiga talab hajmi va tarkibi. Mintaqaviy ishsizlik darajasining ishchi kuchiga bo'lgan talabning o'zgarishiga bog'liqligi va buning natijasida bandlik regressiya tenglamalari asosida baholandi;

2) tarmoq zarbalariga sezgirlik darajasini belgilovchi aholi bandligining hududiy tuzilmasining turli turlari;

3) iqtisodiyotni, bandlik tuzilmasini, aholi daromadlari manbalarini diversifikatsiya qilishga, energiya resurslari narxlariga qaramlikni bartaraf etishga ko'maklashuvchi institutsional o'zgarishlar yo'nalishini belgilab

beruvchi hududiy miqyosda olib borilayotgan iqtisodiy siyosatning xususiyatlari;

4) O'zbekiston mehnat bozoridagi inqirozgacha bo'lgan vaziyatni tavsiflovchi, "to'plangan ishsizlik" potensialini aks ettiruvchi "boshlang'ich shartlar".

2010-2011 yillarda O'zbekiston Respublikasi subyektlari inqirozdan chiqishga urinishlarni aks ettiruvchi iqtisodiy xatti-harakatlarning turli modellari bilan ajralib turardi, shu jumladan uzoq muddatli tanazzul, sekin tiklanish va tez o'sish. Korrelyatsiya va regressiya tahlili natijalari hamda amalga oshirilgan hisob-kitoblar shuni ko'rsatadiki, aholi jon boshiga to'g'ri keladigan yalpi hududiy mahsulot (YaHM)ni tabaqalashtirish mehnat bozorida hududlarni differensiallashtirishga katta hissa qo'shmoqda. Bu ko'rsatkich viloyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini ko'rsatadi. Bundan tashqari, inqirozdan keyingi davrda kuchliroq mintaqaviy iqtisodiyot tez orada tanazzuldan xalos bo'ladi va ish bilan bandlikning o'sishini va ishsizlik darajasini pasaytirishni ta'minlaydi, iqtisodiyotni tiklash jarayoniga jalb qilinadi. Mintaqaviy mehnat bozorlaridagi vaziyatning yomonlashuvi ishsizlikning o'sishini belgilovchi turli manbalar va omillar bilan izohlanadi. Bundan tashqari, O'zbekiston hududlari inqiroz sharoitida mehnat bozoriga ta'sir ko'rsatadigan makroiqtisodiy omillar (zarbalar) ta'siriga "sezuvchanligi" bilan ajralib turadi, bu O'zbekiston mintaqalarining mehnat bozoridagi xatti-harakatlarini modellashtirishda ham hisobga olinishi kerak. Bir tomondan, mintaqaviy mehnat bozorlari moliyaviy-iqtisodiy inqirozdan keyin (2008-2009) yalpi talabning keskin qisqarishi ta'siridan qochib qutula olmadi, bu esa o'ta salbiy oqibatlariga olib keldi va bandlikning qisqarishida namoyon bo'ldi. Boshqa tomondan, inqirozdan uzoq muddatli tiklanish davrida, nisbiy narxlarning yangi tuzilishi, ichki va jahon bozorlarida raqobatning keskin kuchayishi kabi omillar ta'siri ostida O'zbekistonning ta'sis subyektlari resurslarni, shu jumladan mehnatni keng miqyosda qayta taqsimlash zaruriyatiga duch kelishlari kerak, bu ham mehnat bozoriga bosim o'tkazadi.

O'tkazilgan korrelyatsiya va regressiya tahlili turli xil – qishloq xo'jaligi va sanoat mintaqalarining mehnat bozoridagi xatti-harakatlarini belgilovchi eng muhim omillarni aniqlashga imkon berdi, ular bandlikning yuqori darajada pasayishi va uning biroz qisqarishi, doimiy ravishda yuqori va past ishsizlikdir. Tahlil natijalari mehnat bozorida hududlarning xatti-

harakatlarini baholash va modellashtirish uchun qo'llaniladigan yondashuvning yuqori tushuntirish kuchidan dalolat beradi. Mintaqadagi ishsizlikni belgilovchi omillar sifatida kuzatilmagan omillarning roli unchalik ahamiyatli emas. Mintaqalararo tafovutlar, birinchidan, ishsizlikning o'sishini belgilovchi turli xil omillarga har xil turdagi hududlarning sezgirligining tengsizligida, ikkinchidan, har xil turdagi hududlar uchun ishsizlikni aniqlovchi omillarning har xil tarkibida namoyon bo'ldi. Hududlarning zarbalarga heterojen reaksiyasi va mehnat bozorida mintaqalarning turli xil xulq-atvor shakllarining mavjudligi ma'lum bir hududda yuzaga kelgan vaziyatning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda mintaqaviy tabaqalashtirilgan siyosat zarurligini belgilaydi.

Yevropadagi ishsizlikning o'sishiga zarbalar va institutlarning ta'siri Blanchard va Wolfers asarlarida o'rganiladi. Ishsizlikning ichki dinamikasining ta'siri Demekas va Kontolemis tomonidan o'rganilib, erishilgan ishsizlik darajasining o'tmishga bog'liqligini bir necha yo'nalishda tahlil qildilar. Makroiqtisodiy omillarning ta'siri rus va xorijiy mualliflarning ko'plab asarlarida o'rganilgan. Biroq, Rossiyada mehnat bozorining sezilarli mintaqaviy segmentatsiyasi sharoitida mintaqaga xos omillarning ahamiyati ortib bormoqda. Ularning mintaqaviy mehnat bozorlariga ta'siri va roli juda kam o'rganilgan. Ushbu bo'limda Rossiya mehnat bozorining turli segmentlari uchun ishsizlik darajasidagi mintaqalararo tafovutlar tahlili rasmiy ravishda jamoatchilikka taqdim etilgan Rosstat ma'lumotlari asosida amalga oshiriladi. Moliyaviy-iqtisodiy inqiroz davrida (2008-2009) Rossiyada ishsizlik darajasi kutilganidan past bo'lib chiqdi, bu qisman bandlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha davlat dasturlarini amalga oshirish bilan izohlanadi. Rossiya ishsizlik darajasining maksimal qiymati Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT) metodologiyasiga ko'ra iqtisodiy faol aholining 10,2 foizini yoki 7,7 million kishini (2009 yil aprel oyi oxirida) tashkil etgan bo'lsa, ko'plab Evropa mamlakatlarida bu ko'rsatkich 2009 yil davomida inqiroz sezilarli darajada yuqori edi. 2008 yilning 4 choragiga nisbatan ishsizlarning umumiy soni 2009 yilning 1 choragida 34,4 foizga oshib, 7,1 million kishini yoki iqtisodiy faol aholining 9,5 foizini tashkil etdi. Iqtisodiy faol aholi soni 2009 yilning birinchi choragida 74,8 million kishini yoki respublika umumiy aholisining 53 foizdan ortig'ini tashkil etdi. Ish bilan band aholining asosiy qismi kichik biznes bilan bog'liq bo'lmagan tashkilotlarda to'plangan. 2009 yil fevral oyida ularda 36,3 million kishi yoki umumiy xodimlar

sonining 52,5 foizi ishlagan. 2010 yilda Rossiyada ishsizlar soni 0,7 million kishiga kamaydi, bu nafaqat iqtisodiyotning inqirozdan keyingi tiklanishi, balki mehnatga layoqatli aholi sonining qisqarishi bilan ham izohlanadi. Ishsizlik darajasining yanada pasayishiga aholining past harakatchanligi va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash tizimining yo'qligi to'sqinlik qilmoqda. Rossiya Federatsiyasining iqtisodiy faol aholisi darajasi 2010 yilda o'rtacha 67,7% ni, band aholi darajasi – 62,7% va 2010 yilda o'rtacha ishsizlik darajasi – 7,5% ni tashkil etdi. Umuman olganda, Rossiya Federatsiyasida 2011 yilning 1-choragida ishsizlik darajasi 2010 yilning o'rtacha yillik qiymatiga nisbatan o'zgarmadi va 7,5% ni tashkil etdi, bu bir qator Evropa mamlakatlariga, ayniqsa Ispaniyaga 20,7% nisbatan sezilarli darajada past, Slovakiya (13,9%), Vengriya (11,9%), Fransiya (9,5%).

Qisqa muddatda bandlikning o'sishi ikki sababga ko'ra iqtisodiy o'sishdan orqada qoladi, ulardan biri firmalarning inqirozdan keyingi xatti-harakatlarining o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq, ikkinchisi esa iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlar va hukmron shakllarning o'zgarishi bilan bog'liq. Xarajatlarni optimallashtirish va ishlab chiqarish hajmini oshirish, unumdorlik va mehnat intensivligini oshirishda davom etayotgan firmalarning xatti-harakati ishchi kuchiga bo'lgan talabni oshirmaydi. Yangi xodimlar oxirgi marta ishga olinadi, ular xodimlarni almashtirishni, kompaniya ichidagi harakatchanlikni oshirishni va ishni tashkil qilishni yaxshilashni afzal ko'radilar. Iqtisodiy o'sish bilan solishtirganda mehnat bozori tiklanishining kechikishi ta'siri boshqa ko'plab mamlakatlarga ham xosdir (ishsizlik va ishsizlikning tiklanishi). Biroq, ishsizlikning umumiy darajasi qisqarganiga qaramay, uning mintaqalararo tabaqalanishi saqlanib qolmoqda. Rossiya Federatsiyasining Moskva (1,8%) va Sankt-Peterburg (2,4%) shaharlari, Moskva (3,4%) va Belgorod (4,6%) viloyatlari kabi ta'sis subyektlarida ishsizlikning pastligi fonida respublikada ishsizlik darajasi yuqori. Ingushetiya (48,8%), Checheniston Respublikasi (38,9%), Tyva Respublikasi (18,3%). Shuni ta'kidlash kerakki, Rossiya mehnat bozoriga xos bo'lgan mintaqalararo qarama-qarshiliklar global moliyaviy inqiroz tufayli yuzaga kelmadi, uning ta'siri ishsizlikning o'sishida namoyon bo'ldi, ular uzoq vaqt davomida o'sib bormoqda yoki kamaymoqda. Rossiya mehnat bozorining yuqori segmentatsiyasi, aholining past harakatchanligi va ijtimoiy-iqtisodiy siyosatning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan ma'muriy tumanlar,

shaharlar, qishloq aholi punktlari o'rtasida mintaqa ichidagi farqlar ham mavjud.

Hududlarning mehnat bozoridagi xatti-harakatlarining o'ziga xos xususiyatlarini miqdoriy tahlil qilish uchun Rossiya Federatsiyasi subyektlarining ishsizlik darajasi bo'yicha tasnifi ishlab chiqilgan. Tanlovga kiritilgan Rossiya Federatsiyasining 81 ta subyekttidan (federal ahamiyatga ega bo'lgan shaharlar – Moskva va Sankt-Peterburgdan tashqari) Rossiyaning o'rtacha ishsizlik darajasi bilan taqqoslaganda mintaqalarning nisbiy pozitsiyalarini tavsiflovchi kvantlar shakllantirildi. Yuqori kvintilda (eng gullab-yashnagan) mintaqaviy ishsizlik darajasi o'rtacha rus darajasidan 75% dan kam, quyida (inqirozda) – o'rtacha rus tilidan 150% dan, ikkinchi, uchinchi va to'rtinchi o'rinlarda – 75% dan. Rossiyadagi o'rtacha ishsizlik darajasining 150% gacha.

13.1-jadvalda 2011 yilning 1-choragi uchun o'rtacha ishsizlik darajasining mintaqaviy qiymatlari bo'yicha tuzilgan kvantil guruhlar bo'yicha hududlarning taqsimlanishi ko'rsatilgan. Jadval ma'lumotlariga ko'ra, tanlanmaga kiritilgan hududlarning atigi 42 foizi ishsizlik darajasi Rossiya Federatsiyasining ta'sis subyektlarining yarmidan (58%) past bo'lsa, ishsizlik milliy o'rtacha ko'rsatkichga teng yoki undan yuqori. Shu bilan birga, Rossiyaning 26 ta hududida ishsizlik darajasi 125% dan ortiq, 12 tasida esa Rossiya Federatsiyasi bo'yicha o'rtacha ko'rsatkichdan 150% dan ortiq (13.1-jadval).

13.1-jadval

Hududlarning kvant guruhlari bo'yicha taqsimlanishi, 2011 yil

Miqdorlar	Guruhdagi hududlar soni	Guruhning namunadagi ulushi, %
75% dan kam	7	8,7
75 – 100%	27	33,3
100 – 125%	21	25,9
125 – 150%	14	17,3
150% yoki undan ko'p	12	14,8
Jami	81	100

Shunday qilib, hozirgi vaqtda yagona mehnat bozori o'rniga mehnat bozoridagi vaziyat, ishsizlik manbalari, omillari va determinantlari bo'yicha sezilarli darajada farq qiluvchi mintaqaviy segmentlar mavjud. Markov zanjirlarining matematik apparatidan foydalanish hududlarning bir tipologik

guruhdan ikkinchisiga o'tish dinamikasini baholash va ikki davr – turg'unlik (2008-2009) va tiklanish (2010-2011) uchun shartli o'tish ehtimolini hisoblash imkonini berdi. O'tish matritsasini tashkil etuvchi ehtimollar tizimi mehnat bozoridagi nisbiy mintaqaviy pozitsiyalarning ayrim tendensiyalarini tavsiflaydi. Ushbu maqolada ushbu yondashuv 2007-2011 yillarda ishsizlikning mintaqaviy darajasidagi o'zgarishlarni o'rganish uchun qo'llaniladi. Mintaqaviy harakatchanlik natijalarini tahlil qilish shuni ko'rsatdiki, ko'plab hududlar o'zlarining dastlabki guruhga mansubligini va mehnat bozoridagi nisbiy pozitsiyalarini saqlab qolishgan. Rossiya Federatsiyasi mintaqalarining yana bir qismi ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan guruhlariga o'tib, mehnat bozoridagi nisbiy mavqeini yomonlashtirdi. Mehnat bozoridagi nisbiy mavqeini yaxshilagan hududlar soni eng kam bo'ldi.

Amalga oshirilgan hisob-kitoblar natijalariga ko'ra, Rossiya hududlari mehnat bozorida dastlabki miqdoriy va mavjud nisbiy pozitsiyalarni saqlab qolish ehtimoli yuqori. Shuni ta'kidlash kerakki, bu ko'proq qutbli tipologik guruhlariga (ishsizlikning maksimal va minimal darajasiga ega bo'lgan hududlarga) taalluqlidir.

O'tish matritsasining batafsil tahlili moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida makroiqtisodiy o'zgarishlarga mintaqaviy mehnat bozorlarining xulq-atvor reaksiyalarini tiplashtirish va quyidagi xatti-harakatlar strategiyalarini aniqlash imkonini berdi.

Birinchidan, inqiroz davrida mehnat bozorida keskin vaziyat yuzaga kelgan hududlarga mansub, ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan hududlarda ishsizlik darajasining o'sishi, iqtisodiy tiklanish davrida esa pasayish kuzatildi.

Ikkinchidan, ayrim hududlarda ishsizlik darajasining qisqarishi kuzatildi, buning sabablari va sharoitlari chuqurroq tahlil qilishni talab etadi. Masalan, Adigeya Respublikasida ishsizlik darajasi 10,3 foizdan 5,8 foizga, Xanti-Mansiysk avtonom okrugida ishsizlik 7,5 foizdan 5,8 foizga kamaydi. Checheniston Respublikasida ishsizlikning sezilarli darajada qisqarishi qayd etildi: 53,0% dan 33,0% gacha. Biroq, aksariyat hududlarda biz mehnat bozoridagi yaxshilanishni vaqtinchalik deb hisobladik, chunki ozodlikka chiqarilganlar soni ham, ish haqi bo'yicha muddati o'tgan qarzdorlar soni ham ko'p edi.

Uchinchidan, mehnat bozorida nafaqat mintaqaviy ishsizlik darajasi eng yuqori va eng past bo'lgan hududlarga, balki "o'rtacha" hududlar guruhiga

ham ta'sir ko'rsatuvchi hududlarning tabaqalanish va qutblanish jarayonlarini kuchaytirishga alohida e'tibor qaratish lozim. Inqiroz davrida (2008-2009) hududlarning o'rta qismining tabaqalanishi kuzatilmoqda, bu o'rtacha ko'rsatkichlarni hisoblashda sezilmaydi. O'tish matritsasi tahlili inqirozgacha (2007 yil) ishsizlik darajasi Rossiya uchun o'rtacha ko'rsatkich bilan solishtirish mumkin bo'lgan ba'zi hududlarning yuqori va juda yuqori darajali guruhlarga o'tishini ko'rsatadi.

To'rtinchidan, ishsizlik darajasi bo'yicha aniqlangan tipologik guruhlar ichida ishsizlik darajasining o'rtacha qiymatining siljishi spektrning medianadan pastga mos ravishda siqilishi va spektrning qarama-qarshi qismining cho'zilishi bilan qayd etildi. Bunday o'zgarishlar tanlangan makroguruhlar doirasida mintaqalararo tafovutlarning kuchayishini aks ettiradi, shundan xulosa qilishimiz mumkinki, Rossiya Federatsiyasi mintaqalarining muhim qismi o'ziga xos mintaqaviy xususiyatlarni hisobga olgan holda o'rtacha statistik ko'rsatkichlarga mos kelmaydi va faol mehnat bozori siyosatini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi.

Shunday qilib, Rossiya mehnat bozori sezilarli mintaqalararo qarama-qarshiliklar bilan tavsiflanadi. Mintaqaviy mehnat bozorlaridagi vaziyatning yomonlashuvi ishsizlikning o'sishini belgilovchi turli manbalar va omillar bilan izohlanadi. Bundan tashqari, Rossiya hududlari inqiroz sharoitida mehnat bozoriga ta'sir qiluvchi makroiqtisodiy omillar (zarbalar) ta'siriga turli xil "sezuvchanlik" bilan ajralib turadi, bu ham mehnat bozoridagi hududlarning xatti-harakatlarini modellashtirishda hisobga olinishi kerak. Amalga oshirilgan regressiya tenglamalarining hisob-kitoblari shuni ko'rsatadiki, bandlik darajasining pasayishi qishloq xo'jaligi yoki xizmat ko'rsatish sohasiga nisbatan sanoat tarmoqlaridan talabning ko'proq darajada qisqarishi bilan belgilanadi. Agrar rayonlarda ishsizlikning o'sishiga ishsizlikning to'plangan salohiyati, uning davomiyligi kabi omillar ta'sir ko'rsatadi. Biroq, agar hozirgi vaqtda qishloq xo'jaligi mehnat bozori iqtisodiy inqirozning kuchayishi va uning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarining chuqurlashishi bilan bir qatorda sanoatga qaraganda bandlikning o'rtacha darajada qisqarishi bilan tavsiflansa, ilgari viloyatda qishloq xo'jaligi tarmoqlari ulushi va aholi bandligi darajasi o'rtasida yuqori salbiy korrelyatsiya aniqlangan edi. Mehnat bozoridagi vaziyat, ayniqsa, "ma'nosiz ishsizlik" hukm surayotgan, tartibga solishda nafaqat iqtisodiy va demografik, balki ijtimoiy omillarni ham hisobga olishi kerak bo'lgan monoshaharlarda

keskin o'zgarishi mumkin. Har xil turdagi hududlarda ishsizlik darajasi va davomiyligi turli omillarga ega. Mintaqaviy ishsizlikka "ish kuchiga talab"ning qisqarishi ta'sirining o'rganilgan ko'lami katta ahamiyatga ega. Mintaqaviy bandlik tuzilmalarining har xil turlarining ta'siri ham sezilarli. Shoklarning ta'siri (makroiqtisodiy va tarmoq), bandlik tuzilishi, amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy siyosat, shuningdek, "boshlang'ich shartlar" ta'sirining umumiy ta'siri Rossiya hududlari o'rtasidagi ishsizlikdagi farqlarning muhim qismini tushuntiradi. Nazariy va empirik tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, mintaqaviy farqlarni muvozanatsiz tushuntirishga qo'shimcha ravishda, ma'lum bir mintaqalar guruhi uchun boshqacha bo'lsa, muvozanat omillarining ta'sirini (masalan, ko'p muvozanat effekti) istisno qilib bo'lmaydi.

13.3. Bandlik tuzilmasini diversifikatsiya qilish yo'nalishlari.

Mintaqaviy miqyosda olib borilayotgan iqtisodiy siyosat nafaqat inqirozga qarshi choralarni, balki aholi bandligi tuzilmasi va daromad manbalarini diversifikatsiya qilishga yordam beradigan tarkibiy va institutsional o'zgarishlar yo'nalishlarini ham o'z ichiga olishi kerak. Iqtisodiy o'sishning zamonaviy modeli inqirozi rivojlanishning yangi imkoniyatlari va "o'sish qutblari" dan foydalanish orqali uni tubdan o'zgartirishni o'z ichiga oladi. Ilm-fanni talab qiladigan va yuqori texnologiyali ishlab chiqarishlarni jadal rivojlantirish, ta'lim tizimini modernizatsiya qilish va ta'lim xizmatlarining zamonaviy bozorini shakllantirish, jahon tovar bozorlarida energiya narxlarining o'zgarishi orqali iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish Rossiya Federatsiyasi mintaqalarining qaramligini kamaytirishga imkon beradi. Tuzilmaviy tub o'zgarishlar ilm-fanni talab qiladigan va yuqori texnologiyali segmentlarni rivojlantirish hisobiga iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishni ta'minlaydi. Shu munosabat bilan, Rossiyaning iqtisodiy rivojlanishi uchun uzoq muddatli shart-sharoitlarni shakllantirish iqtisodiy tizimni tarkibiy qayta qurish bilan bog'liq. Jahon moliyaviy inqiroziga qaramay, Rossiya iqtisodiyoti rivojlanishning postindustrial bosqichiga integratsiyalashuvi uchun ilmiy, texnik, axborot texnologiyalari va ijtimoiy shartlarga ega. Shu bilan birga, axborot texnologiyalaridan foydalanishni rag'batlantirishga, tarmoq, tarmoqlararo, takror ishlab chiqarish nisbatlarini bilimlar iqtisodiyoti talablariga

muvofiqlashtirish imkonini beradigan tarkibiy o'zgarishlarga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar zarur.

“Yangi iqtisodiyot” aholi bandligining sifat jihatidan aniqlangan tuzilmasi bilan tavsiflanadi, bu bir tomondan jamiyat rivojlanishining postindustrial bosqichining xususiyatlarini aks ettirsa, ikkinchi tomondan, milliy tizim jamiyatning asosiy xususiyatlarini saqlab qoladi. Jahon tendensiyalarining ta'sirini boshdan kechirgan holda, bandlik tuzilmasi bir vaqtning o'zida iqtisodiyot va jamiyat rivojlanishining ushbu bosqichida yuzaga kelgan nomutanosiblik va qarama-qarshiliklarni aks ettiradi. Shu munosabat bilan inqirozga qarshi choralar mazmunini faqat mavjud korxonalarda "ish o'rinlarini saqlab qolish" vazifalariga qisqartirish qiyin. Bir xil darajada muhim strategik vazifa bandlikning yangi modelini shakllantirishdir. Yangi iqtisodiyotni rivojlantirishda nomoddiy aktivlar va inson, tashkiliy va boshqaruv kapitaliga investitsiyalar muhim rol o'ynaydi. Bandlik sohasidagi tarmoq strukturaviy o'zgarishlar nafaqat bozorni modernizatsiya qilish nuqtai nazaridan, balki Rossiya iqtisodiyotining postindustrial rivojlanish bosqichiga mos keladigan yangi ish turiga o'tish natijasi sifatida ham ko'rib chiqilishi kerak. Bir tomondan, inqiroz davrida moddiy ishlab chiqarish sohasida band bo'lganlar sonining qisqarishi va xizmat ko'rsatish sohasida, ishlab chiqarish va sanoat tarmoqlarida band bo'lganlar ulushining oshishi bilan bog'liq bo'lgan global iqtisodiy o'zgarishlarga mos keladigan siljishlar yuz berdi. Rossiya iqtisodiyoti tarkibidagi tendensiyalardan, iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar tajribasidan ko'rinib turibdiki, sanoat sanoati iqtisodiy o'sishni oshiradi. Sanoat va qishloq xo'jaligida bandlikni qisqartirish bilan birga xizmat ko'rsatish sohasini kengaytirish, uning ulushini oshirish boshlanadi. Sanoat bosqichida xomashyo tarmoqlarining (iqtisodiyotning birlamchi sektori) roli pasayadi, ikkilamchi tarmoqning (ishlab chiqaruvchi sanoat) ahamiyati oshadi, chunki xom ashyo importi sanoat tovarlari eksporti bilan qoplanishi mumkin. Industriyadan keyingi bosqichda ikkilamchi soha ulushi kamayadi, xizmat ko'rsatish sohasining roli oshadi. Postindustrial jamiyat, D.Bellning fikricha, “iqtisodida ustuvorlik tovarlar ishlab chiqarishdan xizmatlar ishlab chiqarish, ilmiy tadqiqotlar, ta'lim tizimini tashkil etish va hayot sifatini yaxshilashga o'tgan jamiyat sifatida belgilanadi. Unda texnik sinf asosiy kasbiy guruhga aylandi va eng muhimi, innovatsiyalarni joriy etish ... nazariy bilimlarning yutuqlariga tobora ko'proq bog'liq bo'ldi ... ”.

Shu bilan birga, Rossiyada bandlik strukturasi tahlil qilish natijalari shuni ko'rsatadiki, paydo bo'lgan nisbatlar asosiy strategik muammolarni hal qilishga qaratilgan chuqur siljishlarni ta'minlamaydigan inertial dinamikani tavsiflaydi. Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar va Rossiya Federatsiyasida bandlik tarkibini qiyosiy tahlil qilish ba'zi nomutanosibliklarni aniqlash imkonini beradi. Birinchidan, hozirgi vaqtda Rossiyada qishloq xo'jaligida band bo'lganlarning katta qismi hali ham past mehnat unumdorligi bilan ajralib turadi, garchi shu bilan birga sanoatda yuqori mahsuldor korxonalar ham muvaffaqiyatli ishlamoqda. Qishloq xo'jaligining mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi qariyb 5 foizni tashkil etadi, shu bilan birga, ushbu tarmoq iqtisodiyotda band bo'lganlarning qariyb 10 foizini jamlaydi. Binobarin, qishloq xo'jaligida axborot texnologiyalarini joriy etish, kadrlar malakasini oshirish, yuqori texnologiyali ishlab chiqarishni rivojlantirish hisobidan mehnat unumdorligini oshirish muhim vazifadir. Mehnat unumdorligining o'sishi mavjud ishlab chiqarish apparatlarini modernizatsiya qilish va yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlarni o'zlashtirish shaklida ishonchli asosga ega bo'lishi kerak. Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda qishloq xo'jaligida sanoat texnologiyalarining joriy etilishi o'z vaqtida sanoatda band bo'lganlar sonini keskin qisqartirish imkonini berdi. Masalan, Fransiyada qishloq xo'jaligida band bo'lganlar soni aholi sonining o'sishiga qaramay, 8 million kishidan (1945 yil) 0,8 million kishiga (2000 yil) kamaydi. 2020 yilda prognozlarga ko'ra, aholi soni 60-65 milliongacha o'sishi bilan Fransiyada qishloq xo'jaligida band bo'lganlar soni 0,4 million kishini tashkil qiladi. Shu bilan birga, qishloq xo'jaligida band bo'lganlar sonining qisqarishi bilan bir vaqtda qishloq xo'jaligida band bo'lganlar soni va ulushini kamaytirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratuvchi tarkibiy o'zgarishlar sodir bo'lganligini hisobga olish kerak. Mutaxassislar fikricha, "birlashgan mehnat" deganda (qishloq xo'jaligida band bo'lgan har bir kishiga) fan, sanoatda qishloq xo'jaligi uchun ishlab chiqarish vositalari ishlab chiqaruvchi, qishloq xo'jaligi mahsulotlari va xomashyosini qayta ishlaydigan tarmoqlar, shuningdek, "ishlab chiqarish" sohasida band bo'lgan taxminan 20-25 kishi tushuniladi (xizmat ko'rsatish" – transport, saqlash, savdo). Qishloq xo'jaligining yangi iqtisodiyotga integratsiyalashuvi tabiiy ravishda axborot texnologiyalari, genetik muhandislik, ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish asosida amalga oshiriladi. Qishloq xo'jaligi ulushining kamayishi ma'lum vaqt davomida sanoat ishlab

chiqarishi ulushining ortishi bilan birga keladi, ammo sanoat sektorining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi va bandlik tuzilmasi ekstremal chegaralarga yetganda, sanoat ishlab chiqarish sur'ati sekinlasha boshlaydi, ya'ni pasayadi, so'ngra xizmat ko'rsatish sohalari uning bandlik tarkibidagi ulushi o'sish fonida kamayadi.

Rivojlanishning ushbu bosqichida Rossiya iqtisodiyotining sanoat sektori qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish sohasiga qaraganda samaraliroq. Shu bilan birga, Rossiya sanoatida mehnat unumdorligi iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarga qaraganda past, bu ham texnologik qoloqlik, ham ishlab chiqarishni tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlari bilan izohlanadi. Shunday qilib, Rossiya korxonalarida ushbu funksiyalarni ixtisoslashgan firmalar bajaradigan G'arb davlatlaridan farqli o'laroq, ushbu korxonalar tarkibiga transport, energiya xizmati, ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish funksiyalarini bajaradigan bir qator yordamchi bo'linmalar kiritilgan. Jahon moliyaviy inqirozi sharoitida ishlab chiqarish korxonalariga kafolatlangan davlat buyurtmalari ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni rag'batlantirdi va boshqa narsalar qatori malakali kadrlarni saqlab qolishga qaratilgan samarali inqirozga qarshi chora bo'ldi. Biroq, shu bilan birga, mehnat unumdorligini oshirishning asosiy shartlarini shakllantirish muhim ahamiyatga ega, jumladan, sanoatni yuqori texnologiyalar asosida texnik qayta jihozlashni rag'batlantirish, yuqori texnologiyali mashina va asbob-uskunalar turlarini seriyali ishlab chiqarish. Korxonalarni maqsadli qo'llab-quvvatlashdan tashqari, iqtisodiyotning yangi sektorini tashkil etuvchi investitsiya loyihalari ham zarur. Yuqori texnologiyali ishlab chiqarishlar, innovatsiyalarni joriy etish, ishchi kuchi sifatini oshirish mehnat unumdorligini oshirish omillariga aylanishi mumkin. Mahalliy korxonalar tomonidan shakllantiriladigan ichki jamg'arma fondi tarkibi muhim omil hisoblanadi. Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarning (AQSH, Germaniya, Fransiya) ichki jamg'armalarida texnologik rivojlangan, bilimni ko'p talab qiluvchi ishlab chiqarish vositalarining ulushi 52-55% ni tashkil etgan bo'lsa, Rossiyada bu ko'rsatkich taxminan 3% ni tashkil qiladi. Bilim talab qiladigan tarmoqlarga asoslangan o'sish munosib bandlik sharoitiga ega yuqori texnologiyali ish o'rinlarini yaratadi.

Iqtisodiy o'sishni butun iqtisodiyotga qaraganda tezroq rivojlanadigan eng raqobatbardosh segmentlar ta'minlaydi. Hududiy miqyosda ushbu turdagi korxonalar nafaqat yuqori texnologiyali ish o'rinlarini, balki hudud

budjetining salmoqli qismini ham tashkil qiladi. "Innovatsiya segmenti" bosqichma-bosqich iqtisodiy o'sishning lokomotiviga aylanib, yuqori texnologiyalar va ilm-fanni talab qiluvchi ishlab chiqarishga o'tayotgan korxonalar va tarmoqlar soni ortib boradi.

Rossiya Federatsiyasi Hukumatining Inqirozga qarshi choralar to'plamida nazarda tutilgan va amalga oshirilgan Rossiya Federatsiyasi mintaqalarida ishlab chiqarish va ish bilan bandlikning pasayishini oldini olishga qaratilgan samarali chora-tadbirlardan biri uy-joy qurilishini rivojlantirish bilan bog'liq. Uy-joy qurilishida yaratilgan multiplikativ effekt hududlarning ichki resurslaridan foydalanish va mahalliy sanoatni (yog'ochni qayta ishlash, qurilish materiallari ishlab chiqarish va boshqalar) rivojlantirish imkonini beradi.

Rossiya Federatsiyasi hukumati, shuningdek, yagona Evrosiyo transport tarmog'iga integratsiyalashgan Rossiya transport yo'laklarini shakllantirish va tizimli rivojlantirish dasturini yanada amalga oshirishni ta'minlaydi, bu fazoviy pozitsiyadan foydalanadi, yo'nalishlar bo'yicha mamlakat kommunikatsiyalarini rivojlantirish. G'arbiy-Sharqiy" va "Shimoliy-Janubiy", shu jumladan Trans-Sibir va Shimoliy dengiz yo'nalishi; Ustuvor yo'nalishlar tizimi xalqaro va tranzit tashishlarni kengaytirishni ham o'z ichiga oladi.

Transport kompleksining rivojlanishi mamlakat bo'ylab tovarlar va yuklarni tashish xarajatlarini kamaytirish, aholiga ko'rsatiladigan transport xizmatlari sifatini oshirish va iqtisodiyotning o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish orqali Rossiyadagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni yaxshilash uchun sharoit yaratadi. Transport Rossiya iqtisodiyotining strategik muhim tarmoqlaridan biridir. Rossiyaning geografik joylashuvining xususiyatlari ishlab chiqarish tarkibida transport xarajatlarining muhim ulushini aniqladi. Temir yo'llarning uzunligi bo'yicha Rossiya Federatsiyasi AQShdan keyin ikkinchi o'rinda turadi, ammo Rossiyada temir yo'llarning zichligi past. Rossiya Federatsiyasi hukumati tomonidan o'rta va uzoq muddatli istiqbolga mo'ljallangan transport kompleksini rivojlantirish vazifalari orasida yagona transport makonining mavjudligi uchun zarur shart sifatida Rossiya hududida yagona transport makonini shakllantirish kiradi. Aholi harakatchanligining zarur darajasini va barcha toifadagi fuqarolar uchun hududlar va aholi punktlarining transportdan foydalanish imkoniyatini ta'minlash; transportning xavfsiz ishlashini ta'minlash va transportning atrof-muhitga salbiy ta'sirini xalqaro standartlarga javob beradigan darajaga tushirish; transport

infratuzilmasini rivojlantirish, transport qurilishi sohasida yirik loyihalarni ishlab chiqish va amalga oshirish, yangi transport texnikasi va texnologiyalarini yaratishda muvofiqlashtirishni kuchaytirish.

Hozirgi vaqtda sanoatning bozor talablariga moslashishiga qaramay, iqtisodiyotning transport xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlari hozircha yetarli emas (ularning miqdori, sifati, ishonchliligi) va Rossiya Federatsiyasi transport kompleksining rivojlanish darajasi o'rtasida nomutanosiblik mavjud.

So'nggi yillarda moliyaviy sektor va pullik xizmatlar segmenti eng jadal rivojlanayotganiga qaramay, pullik xizmatlar segmenti jahon moliyaviy inqirozining salbiy ta'siriga eng sezgir bo'ldi. Inqiroz davrida sotuvlar hajmining pasayishi, turli xil xizmatlarga talabning qisqarishi kuzatildi.

Savdo iqtisodiyotning eng liberallashtirilgan tarmog'i bo'lib, xususiy tashkilotlar ustunlik qiladi. Mamlakat yalpi ichki mahsulotini (YaIM) yaratishda savdoning hissasi sanoatning hissasi bilan taqqoslanadi. Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalarida kapital aylanmasi yuqori bo'lib, bu xorijlik investorlarni jalb qilmoqda. Ushbu xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning asosiy omillari samarali talabning o'sishi va investitsiyalar hajmining oshishi hisoblanadi. Xorijiy investorlar uchun jozibadorligi bo'yicha yoqilg'i-energetika majmuasidan (YEM) keyin ikkinchi o'rinda turadi. Chakana savdo tashkilotlarining ishbilarmonlik faolligini cheklovchi omillar qatorida soliqlarning yuqori darajasini alohida ta'kidlash lozim (bu omilni respondentlarning 52 foizi qayd etgan); samarali talabning yetarli emasligi (54%); shaxsiy moliyaviy resurslarning yetarli emasligi (45%); yuqori ijara (32%); yuqori transport xarajatlari (28%); tijorat kreditining yuqori foizi (21%).

Iqtisodiy faoliyatning mehmonxonalar va restoranlar kabi turlarida band bo'lganlarning ulushi kelgusida ortib boradi, ammo shuni ta'kidlash kerakki, hozirgi vaqtda mehmonxona xizmatlari bozori sekin rivojlanmoqda va aholining to'lovga qodir talabini qondirmaydi. Xizmatlar bozorining ushbu segmenti salohiyatidan hali to'liq foydalanilmagan. Inqiroz davrida aholi daromadlarining qisqarishi turizm, mehmonxona, sanatoriy va kurort xizmatlari bozorlarining rivojlanishini cheklovchi omil bo'ldi. Rossiya hududlari sezilarli turistik resurslarga, jumladan, tabiiy landshaftlar, qo'riqxonalar, tarixiy va madaniy yodgorliklar, muzeylar, teatrlar, tibbiy va dam olish majmualariga ega; sayyohlik xizmatlari eksportini oshirish imkoniyati mavjud. Qisqa muddatda Buryatiya Respublikasi, Irkutsk viloyati,

Stavropol o'lkasi, Krasnodar o'lkasi, Oltoy o'lkasi, Oltoy Respublikasi, Kaliningrad viloyati kabi hududlarda yettita sayyohlik-rekreasion zona tashkil etish rejalashtirilgan. Kelgusida turizm industriyasi va tegishli xizmatlarning rolini oshirish tendensiyasi kuchayadi. Rossiya Federatsiyasining ulkan hududlari va sayyohlik resurslarini hisobga olgan holda, hozirgi bosqichda milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda Rossiya turistik xizmatlarining imkoniyatlaridan yetarli darajada foydalanilmayotgani haqida gapirish mumkin.

Sog'liqni saqlash bozorini shakllantirish inson resurslarini takror ishlab chiqarishga ta'sir qiluvchi muhim sohadir. Sog'liqni saqlash tizimini moliyalashtirishning asosiy manbalari majburiy tibbiy sug'urta tizimi orqali davlat tomonidan moliyalashtirish va xususiy tibbiy xizmatlar uchun haq to'lash hisoblanadi.

Aholini zarur tibbiy yordam bilan ta'minlash tizimi zamonaviy sharoitda jamiyatni saqlash va milliy xavfsizlikni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu bilan birga, sog'liqni saqlash tizimining holati fundamental qarorlar qabul qilishni talab qiladigan fundamental muammolar mavjudligi bilan tavsiflanadi.

O'tish davrida davlatning aholiga bepul tibbiy yordam ko'rsatishni moliyalashtirish imkoniyati sezilarli darajada qisqardi, buning natijasida uning aholining keng qatlamlari uchun qulayligi keskin yomonlashdi.

Sog'liqni saqlash va ijtimoiy ta'minotni "inson hayotini ta'minlash sohasi", fan, madaniyat va ta'limni esa "bilimlar sohasi" deb hisoblaydigan mualliflarning fikriga qo'shilish kerak, "fan, madaniyat va ta'lim esa "fan, madaniyat va ta'lim insoniyatning yagona segmentini ifodalaydi", ya'ni bilimlar ishlab chiqariladigan, tarqatiladigan, o'zlashtiriladigan va saqlanadigan ijtimoiy sektor hisoblanadi.

Tarmoqli va tarmoq bandligining xizmatlarga nisbatan tarkibiy siljishi postindustrial jamiyatning global sivilizatsiya tendensiyasidir. Bilimlar iqtisodiyotining shakllanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar qatoriga, birinchidan, aholi bandligining mavjud tuzilmasi samarasizligi, ikkinchidan, xalqning inson kapitalini tashkil etuvchi tarmoqlarning haqiqiy ahamiyatini yetarlicha baholamaslik kiradi, bu esa o'z ifodasini topgan. Ularning "surunkali moliyalashtirilmasligi", ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda. Ijtimoiy sohaning ko'plab mahsulotlarini ishlab chiqarish xarajatlari ularni bozorda sotishdan tushgan daromaddan oshib ketadi, bu esa

davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va budjetni moliyalashtirish mexanizmlarini shakllantirishni nazarda tutadi.

O'zbekiston iqtisodiyoti holatining ijtimoiy sohaning rivojlanishiga bog'liqligini aniq tushunish kerak, bu ko'plab tadqiqotchilar tomonidan ta'kidlangan. "Globallashuv va axborot texnologiyalari inqilobi sharoitida ilm-fan, madaniyat va ta'limga davlat xarajatlari eng samarali investitsiyalardan biri sifatida qaralishi kerak".

Kelajakda ta'lim, kasbiy bilimlar, jismoniy va ruhiy salomatlik, turmush tarzi, axloqiy rivojlanish, aholining turli guruhlari qiymat tarkibining firmalar faoliyatiga, mintaqalar va umuman iqtisodiyotning rivojlanishiga ta'siri kuchayadi. Inson kapitali sifatiga talablarning ortib borishi ijtimoiy infratuzilmani jadal rivojlantirishni taqozo etadi. O'zbekiston iqtisodiyotining rivojlanishi tobora ko'proq xizmat ko'rsatish sohalari bilan belgilanadi, bu esa zarur shart-sharoitlar va shartlarni shakllantirishni talab qiladi. Rivojlanishning hozirgi bosqichida xizmatlar bandlik tarkibidagi ulushi bo'yicha ham, yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishdagi ulushi bo'yicha ham iqtisodiyotning ustuvor tarmog'iga aylanmoqda.

O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasi, masalan, AQSh yoki G'arbiy Evropaga qaraganda kamroq rivojlangan. Xizmat ko'rsatish sohasidagi mehnat unumdorligi iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarga qaraganda sezilarli darajada past va O'zbekiston sanoatidagi mehnat unumdorligi darajasining yarmidan biroz ko'proq. Ortiqcha qolishning sabablaridan biri xizmat ko'rsatish sohasida raqobat muhitining rivojlanmaganligi bo'lib, bu mehnat intensivligi va sifatini oshirishga to'sqinlik qiladi. Bundan tashqari, yuqori xavfga ega bo'lgan ilm-fan va venchur kapital kabi biznes turlari xizmat ko'rsatish sohasida yomon rivojlandi. Kelgusida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish axborot-telekommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, xizmat ko'rsatish sohasining barcha tarmoqlariga yuqori unumli uskunalarni joriy etish va ulardan foydalanishga asoslangan bo'lishi kerak.

O'zbekistonning kelajakdagi iqtisodiy strategiyasining ustuvor yo'nalishlari iqtisodiyotning xom ashyo, yoqilg'i-energetika kompleksiga bog'liqligini kamaytirish va yuqori texnologiyali sanoat, yuqori texnologiyalar, xizmat ko'rsatish va infratuzilmaning mavqeini mustahkamlashdan iborat. Tarkibiy siljishlar iqtisodiyotni, aholi bandligini va daromad manbalarini diversifikatsiya qilish imkonini beradi. Aholini ish bilan

ta'minlash sohasidagi tarkibiy o'zgarishlar nafaqat natija, balki mamlakat iqtisodiy rivojlanishining yangi modelini ishlab chiqishning zaruriy shartidir.

Tayanch so'z va iboralar

Mehnat, mehnat bozori, mehnat resurslari, iqtisodiy faol aholi, iqtisodiy nafaol aholi, bandlik, bandlik darajasi, ishsizlik, ishsizlik darajasi, hudud, moliya bozori, iqtisodiy inqiroz, moliyaviy inqiroz, qimmatli qog'ozlar bozori, yashirin ishsizlik, retsessiya, iste'mol xarajatlari, iste'molchi kayfiyati indeksi, sanoat mahsulotlari, xodimlar soni, real sektor, korxonaning bankrotligi, ijtimoiy nafaqa, ish haqi, ishdan bo'shatish, korxonaning yopilishi, bank likvidligi, moliyaviy resurs, moliyaviy ko'mak, soliq imtiyozlari, ommaviy ishsizlik, daromad manbalarini diversifikatsiya qilish, iqtisodiy tanazzul, iqtisodiy rag'batlantirish, makroiqtisodiy barqarorlik, mintaqaviy strategiya, iqtisodiy tiklanish, bandlik dinamikasi, to'plangan ishsizlik.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Mehnat bozori nima va unda nima sotiladi?
2. Mehnat resurlarini ta'rifini aytib bering?
3. Iqtisodiy faol aholi deganda nimani tushunasiz?
4. Iqtisodiy nafaol aholi deganda nimani tushunasiz?
5. Bandlik nima va uning darajasi qanday hisoblanadi?
6. Ishsizlik nima va uning darajasi qanday hisoblanadi?
7. Moliya bozori deb nimaga aytiladi va unda nima sotiladi?
8. Moliyaviy inqiroz deganda nimani tushunasiz va uni oldini qanday qilib olish mumkin?
9. Qimmatli qog'ozlar bozori deganda nimani tushunasiz va unda nima sotiladi?
10. Yashirin ishsizlik deb nimaga aytiladi va uni oldini qanday qilib olish mumkin?
11. Iste'molchi kayfiyati indeksi nima va u qanday hisoblanadi?
12. Korxonaning bankrotligi deb nimaga aytiladi?
13. Ijtimoiy nafaqa nima va u kimlarga beriladi?
14. Bank likvidligi deb nimaga aytiladi va uni ushlab turish uchun qanday chora-tadbirlarni amalga oshirish kerak deb o'ylaysiz?

15. Daromad manbalarini diversifikatsiya qilish deganda nimani tushunasiz?
16. Makroiqtisodiy barqarorlik deganda nimani tushunasiz?

Testlar

1. Yupatish – bu qanday holat?
- A. Statik holat, qaysiki qulaylikka bo'lgan ehtiyoj qondirilishi mumkin.
- B. Dinamik holat, qaysiki qulaylikka bo'lgan ehtiyoj qondirilishi mumkin.
- C. Statik holat, qaysiki qulaylikka bo'lgan ehtiyoj qondirilishi mumkin emas.
- D. Dinamik holat, qaysiki qulaylikka bo'lgan ehtiyoj qondirilishi mumkin emas.
2. Lazzatlanish – bu qanday holat?
- A. Dinamik holat, qaysiki zavqga bo'lgan ehtiyojni qondirish mumkin emas
- B. Statik holat, qaysiki zavqga bo'lgan ehtiyojni qondirish mumkin emas
- C. Dinamik holat, zavqga bo'lgan ehtiyojni qondirish mumkin
- D. Statik holat, zavqga bo'lgan ehtiyojni qondirish mumkin
3. Fikrlashning eng muhim shakllari nechta?
- A. Uchta
- B. Beshta
- C. Ikkita
- D. To'rtta
4. Aqliy faoliyatning yorqin namoyon bo'lishi nima?
- A. Tasavvur
- B. Aql
- C. Idrok
- D. Sezgi
5. Mamlakat iqtisodiyotining buguni va kelajagi to'g'risida muhim va ta'sirchan ma'lumot manbai nima?
- A. Ommaviy axborot vositalari
- B. Ichki ma'lumotlar
- C. Tashqi ma'lumotlar

- D. Iqtisodiy ma'lumotlar
6. Iste'molchilarning xulq-atvori – bu nima?
- A. Iste'mol bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri
- B. Iste'mol bilan bog'liq bo'lmagan ijtimoiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri
- C. Iste'mol bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri
- D. Iste'mol bilan bog'liq bo'lmagan iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri
7. Iste'molchilarning xatti-harakatlari uchun nechta mumkin bo'lgan variant mavjud?
- A. ikkita
- B. to'rtta
- C. uchta
- D. Beshta
8. Iqtisodiy hodisalarda harakatning nechta shakli mavjud?
- A. uchta
- B. beshta
- C. ikkita
- D. To'rtta
9. Narsaning foydaliligi nafaqat narsaning o'zi nuqtai nazaridan, balki ma'lum bir iste'molchi nuqtai nazaridan ham ... qiymatdir.
- A. nisbiy
- B. absolyut
- C. foydali
- D. Zaruriy
10. Kutilayotgan foyda nazariyasi nechta prinsipga asoslangan imkoniyatlarni tanlaydi?
- A. uchta
- B. beshta
- C. ikkita
- D. To'rtta

XIV BOB. RESPUBLIKA IQTISODIYOTINING REAL SEKTORIGA INVESTISIYA KIRITISHDA TIJORAT BANKLARINING XULQ- ATVORI.

14.1. Respublika iqtisodiyotining real sektoriga investisiya kiritishda tijorat banklarining xulq-atvori.

Jahon moliyaviy inqirozi sharoitida (2008-2009) "iqtisodning real sektori"ning investitsion salohiyati tugadi, kapitalning xorijga chiqishi ortdi. 1999-2007 yillardagi neft narxining yuqoriligi bilan ajralib turadigan qulay davrdan sanoatni modernizatsiya qilish va iqtisodiyotni texnologik yangilash uchun yetarlicha foydalanilmadi. Hozirgi vaqtda inqiroz tufayli yuzaga kelgan moliyaviy cheklovlar investitsiya resurslarining "taqchilligi" ni oshirib, O'zbekiston iqtisodiyotiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda, innovatsion yangilanish jarayoniga to'sqinlik qilmoqda.

Moliyaviy sektorning zaif rivojlanishi sharoitida investitsion oqimlarning torayishi O'zbekiston milliy iqtisodiyotining deyarli barcha tarmoqlarining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Yengil va oziq-ovqat sanoati, mashinasozlik va metallni qayta ishlashga yo'naltirilgan investitsiyalar hajmi keskin kamaydi, hatto yoqilg'i-energetika kompleksining eksportga yo'naltirilgan tarmoqlarida ham kapital qo'yilmalar qisqardi. Bundan tashqari, ushbu bosqichda O'zbekiston iqtisodiyotining real sektorining rivojlanishiga iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda investitsiya resurslarining asosiy manbai bo'lgan bank tizimining investitsion salohiyatining pasayishi salbiy ta'sir ko'rsatdi. "Bank tizimi o'zining ulkan rivojlanishiga qaramay, boshqa mamlakatlar banklari bilan solishtirganda juda zaif bo'lib qolmoqda va unda "uzun" pullarning 5% dan kamrog'i mavjud. Shuning uchun O'zbekiston aktivlarida "qisqa" pul ustunlik qiladi.

O'zbekiston iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyati – investitsion faollikni rag'batlantirishda tashqi bozorlarning roli muhim. Ko'p yillar davomida kapital qo'yilmalar o'sishining asosiy qismi eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish tarmoqlari hisobidan ta'minlandi. Iste'mol talabi tufayli investitsiya faolligini rag'batlantirish inqiroz sharoitida uy xo'jaliklari daromadlarining pasayishi, mahalliy tovarlarning raqobatbardoshligining pastligi bilan zaiflashmoqda. O'zbekiston korxonalarida so'nggi yillarda G'arb moliya bozorlaridan qarz oldi. Mutaxassislar fikricha, O'zbekiston korxonalar va tashkilotlarining tashqi qarzi (budjetdan tashqari) 50 milliard dollardan oshgan. Rivojlangan mamlakatlarda davlat

iqtisodiyotni rivojlantirishga xususiy investitsiyalarni rag'batlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratadi. Investitsiya jarayoni qanchalik keng bo'lsa, xususiy tijorat institutlarining roli shunchalik katta bo'ladi. Davlat institutlari tadbirkorlik tashabbusining namoyon bo'lishini rag'batlantiradigan raqobat muhitini shakllantiradi va qo'llab-quvvatlaydi. Ko'pgina mamlakatlarda davlat rivojlanish dasturlari orqali innovatsiyalarni joriy etish va bilim talab qiladigan tarmoqlarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlaydi. Bundan tashqari, "boshlang'ich xarajatlar" va ko'p bilim talab qiladigan biznesni rivojlantirish xavfi qisman davlat tomonidan qoplanadi.

Iqtisodiyotni rivojlantirishning innovatsion bosqichini kompleks resurs bilan ta'minlashning murakkablashuvi hokimiyatni investitsiya resurslarini konsentratsiyalash va ulardan ustuvor yo'nalishlarda samarali foydalanishga ko'proq e'tibor qaratishga majbur qiladi, degan mualliflarning fikriga qo'shilishimiz kerak. Bozor iqtisodiyoti sharoitida davlat soliq imtiyozlari va boshqa imtiyozlarni joriy etish, muayyan jamoatchilik fikrini shakllantirish, qo'llab-quvvatlovchi qonunlar tizimini yaratish, strategik yo'nalishlarni ishlab chiqish orqali innovatsiyalarni kengaytirishga yo'naltirilgan investitsiya siyosatini amalga oshirishi mumkin.

14.2. Innovatsion investitsiyalarni davlat tomonidan tartibga solish.

Innovatsion investitsiyalarni davlat tomonidan tartibga solish bevosita va bilvosita usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Hozirgi vaqtda innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun davlat-xususiy sheriklik aloqalari kengaytirilmoqda. Bundan tashqari, innovatsion tijorat mahsulotlarini ishlab chiqish uchun iqtisodiyotning real sektorida amalga oshirilayotgan ishlarni bevosita moliyalashtirishdan foydalaniladi. Tartibga solishning bilvosita usullari ma'lum afzalliklarga ega, ular quyidagilardan iborat.

Birinchidan, "davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning bilvosita usullari xususiy sektorning mustaqilligini va uning innovatsion investitsiyalarni tanlashda iqtisodiy javobgarligini ta'minlaydi; ikkinchidan, ular bilim va innovatsiyalar uchun sun'iy ravishda davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan bozorni yaratmaydi, bu har doim ham samarali bo'lmaydi; uchinchidan, bilvosita tartibga solishning ijtimoiy va psixologik afzalliklari shundan iboratki, korxonalar tomonidan olinadigan foyda ularning o'z harakatlarining natijasidir.

Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda innovatsion investitsiyalarni rag'batlantirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan imtiyozli kreditlash, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, soliq imtiyozlari, soliqlarni kechiktirish va boshqalar kabi bilvosita tartibga solish usullari keng qo'llaniladi.

Hozirgi jahon inqirozi sharoitida mavjud investitsion tuzilmani saqlab qolish maqsadga muvofiq emas. Shu munosabat bilan investitsiyalar tarkibida innovatsion texnologiyalar va bilim talab qiladigan tarmoqlar foydasiga ijobiy siljishlarni inqirozdan chiqishning zaruriy sharti deb hisoblash mumkin.

Biroq iqtisodiyotning real sektorini investitsiyalar bilan ta'minlash bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirishni qudratli va zamonaviy moliya tizimisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. O'zbekiston hukumati va O'zbekiston banki, 2009 yilga mo'ljallangan Inqirozga qarshi chora-tadbirlar dasturida ta'kidlanganidek, "bank sektorida konsolidatsiyani rag'batlantiradi, xalqaro miqyosda uzoq muddatli loyihalarni moliyalashtirishni ta'minlash maqsadida, raqobatbardosh va moliyaviy barqaror bo'lgan yirik va moliyaviy barqaror bank tuzilmalarini shakllantirishni rag'batlantiradi". Afsuski, global iqtisodiy tanazzul (2008-2009-yillar) moliya institutlarining opportunistik xatti-harakatlari uchun imkoniyatlarni kengaytirdi va qo'shimcha shart-sharoitlar yaratdi, bu esa real sektorda iqtisodiy inqirozdan chiqishni sekinlashtirmoqda va bu muammolarni chuqur o'rganishni taqozo etmoqda.

Iqtisodiyotning real sektoriga sarmoya kiritish mexanizmida opportunistik xatti-harakatlarning shakllari va modellarini tahlil qilish shartnomalarning institutsional nazariyasi asosida amalga oshirilishi mumkin. Institutsional tahlil jarayonida asosiy urg'ularni tranzaksiya xarajatlari sinfida ustun bo'lgan opportunistik xatti-harakatlar xarajatlariga qaratish maqsadga muvofiqdir. Tadqiqotning muhim yo'nalishi opportunistik xatti-harakatlarning xarajatlarini baholash va kamaytirishning nazariy vositalarini ishlab chiqish va mexanizmdagi "davlat", "kredit tashkilotlari", "korxonalar" o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning institutsional tuzilmasini maqsadli shakllantirishdir. Iqtisodiyotning real sektoriga sarmoya kirituvchi tashkilotlar kontragentlarning opportunistik xatti-harakatlarining turli shakllarini oldini olish uchun asos bo'lishi mumkin.

Ilmiy muomalaga ilk bor Uilyamson tomonidan kiritilgan "opportunistik xulq-atvor" tushunchasi va Saymon tomonidan nazariy jihatdan asoslab berilgan, unga mazmunli aloqador bo'lgan "chegaralangan ratsionallik" ilmiy atamasi neo-institutsional tahlilning xulq-atvor asoslarini

tashkil qiladi. Neoklassik nazariyadan farqli o'laroq, neoinstitusionalizm cheklangan imkoniyatlarni, bilimlarning to'liq emasligini, axborotni taqsimlashning assimetriyasini va prognostik qobiliyatlarning torligini ta'kidlaydi. Shu munosabat bilan, xo'jalik subyektlarining qarorlari faqat ma'lum chegaralargacha oqilona bo'lib, ular mavjud bo'lgan ma'lumotlarning to'liq emasligi va imkoniyatlarining cheklanganligi bilan belgilanadi.

Ilmiy adabiyotlarda opportunistik xulq-atvoriga "o'z manfaatini ko'zlab, hiyla-nayrang" deb ta'riflanadi. Institutsional yondashuv nuqtai nazaridan opportunizm iqtisodiy agentning o'z maqsadlariga erishishga qaratilgan va "axloqiy tartibga soluvchilar" bilan cheklanmagan xatti-harakati, natijada faqat bir tomon boshqasining zarariga foydalilikni oshiradi, xulq-atvor sifatida talqin etiladi. U yolg'onning barcha shakllarini va neoklassik nazariyada o'rin bo'lmagan majburiyatlarni buzishni o'z ichiga oladi. Opportunizmning turli shakllaridan tashqari, uning ikki turi mavjud: so'zning "tor" va "keng" ma'nosida opportunistik xatti-harakatlar. Xulq-atvor opportunizmi tor ma'noda o'rnatilgan qoidalarga zid ravishda o'z manfaatlarini ko'zlash, to'liq bo'lmagan (buzilgan ma'lumotlar) taqdim etish va shartnoma shartlariga rioya qilmaslik sifatida talqin etiladi. Opportunizmning keng talqini boshqa tomonga katta zarar etkazishga olib keladigan ma'lumotni buzish orqali mulk huquqlarini begonalashtirish va o'zlashtirishni aks ettiradi.

14.3. Xulq-atvor imkoniyatlari va xavfni kamaytirish.

Xulq-atvor opportunizmining (imkoniyatlarini) oldini olish va xavfni kamaytirish uchun uning paydo bo'lishining barcha sharoitlari va omillarini, shuningdek, mumkin bo'lgan salbiy oqibatlarini hisobga olish kerak. Neoinstitusionalistlarning fikriga ko'ra, institutlarning muhim qismi: an'analar, urf-odatlar, huquqiy normalar – cheklangan ratsionallik va opportunistik xatti-harakatlarning salbiy oqibatlarini kamaytirishga qaratilgan. Opportunizmning paydo bo'lishining asosiy shartlari qatorida ular cheklangan resurslar, mulkiy huquqlarning noaniq spetsifikatsiyasi, shartnoma majburiyatlarini so'zsiz bajarish uchun past rag'batlantirish, shartnoma shartlarini bajarmaganlik uchun javobgarlik darajasi va boshqalarni ko'rib chiqadilar. Iqtisodiy beqarorlik sharoitida, opportunistik xatti-harakatlarning turli shakllarining namoyon bo'lishi uchun "imkoniyatlar maydoni" kengayadi.

Yana bir bor ta'kidlash kerakki, opportunistik xulq-atvor o'z maqsadiga erishishga qaratilgan bo'lib, uning turli xil turlari va namoyon bo'lish shakllari axloqiy mulohazalar bilan cheklanmaydi. Yakuniy natija – bir tomonning foydasi ikkinchi tomon hisobiga keskin oshadi.

Iqtisodiyotning real sektoriga sarmoya kiritish mexanizmidagi opportunistik xatti-harakatlar modellarini tahlil qilib, kredit munosabatlari sohasidagi operatsiyalarga alohida e'tibor qaratamiz. So'nggi yillardagi iqtisodiy rivojlanish amaliyoti shuni ko'rsatadiki, opportunistizmning turli shakllari kredit bozori ishtirokchilarining ikkala tomoniga ham xos bo'lgan: investitsiya maqsadlarida kredit beradigan kreditorlar uchun ham, ularni olgan qarz oluvchilar uchun ham. Shartnomalarning neo-institutsional nazariyasiga murojaat qilib, kredit munosabatlari sohasidagi bitimlarni ko'rib chiqsak, biz "mulk huquqlari to'plami" va uni iqtisodiy amalga oshirish shakllariga alohida e'tibor qaratamiz. Iqtisodiy shakllari "egalik huquqi", "ixtiyoriy tasarruf qilish huquqi", "foydalanish huquqi" bo'lgan mulk huquqlari tizimida qarzga olingan qiymatdan foydalanish huquqini batafsilroq ko'rib chiqish tavsiya etiladi, ya'ni kredit bo'yicha foizlarga egalik qilish huquqi.

Kredit bitimi mulkchilik va tasarruf qilish huquqi qarz beruvchida qolishi bilan farq qiladi. Qarz oluvchiga qarz beruvchi tomonidan qarzga olingan qiymatga cheklangan huquqlar beriladi. Qarz oluvchiga faqat foydalanish huquqi beriladi, ya'ni kreditor mulk huquqini to'liq emas, balki cheklangan miqdorda o'tkazadi. Ma'lumki kredit, kredit shartnomasida o'z aksini topgan to'lovlilik, muddatlilik, kafolatlilik, tamoyillari asosida beriladi. Ba'zi hollarda maqsadli kredit tamoyili qo'shimcha ravishda ko'rib chiqiladi. Qarzni to'lash qarz oluvchidan qarz beruvchiga pul mablag'larining majburiy teskari harakatini anglatadi. Shoshilinchlik shartnomada belgilangan muddatlarda kreditni qaytarishni nazarda tutadi. Muayyan garov evaziga kredit berish (birlamchi, bu pul oqimlari va ikkilamchi, garov, kafillik va boshqalar) kreditni qaytarish va qarz oluvchining o'z majburiyatlarini bajarishining muayyan kafolatlarini ta'minlaydi. "To'lov" tamoyilini amalga oshirishning asosiy shakli kredit foizlari bo'lib, unga qo'shimcha ravishda shartnomada kreditga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq qo'shimcha to'lovlar nazarda tutilgan. Shunday qilib, kreditga kelsak, pul mablag'larini to'plash, joylashtirish, taqsimlash, qayta taqsimlash, foydalanish, qarz mablag'larini qaytarish, shuningdek kredit tashkilotlarining foiz daromadlarini shakllantirish jarayonida vositachilik qiluvchi munosabatlarning butun tizimi

vujudga keladi. Qarz oluvchi tomonidan olingan ssuda ularning daromadlarini vaqtincha almashtiradi va dastlabki summaning qaytarilishi uning kredit foizlari miqdoriga ko'payishini ta'minlaydi. Kredit munosabatlarining mazmuni vaqtincha bo'sh moliyaviy resurslarni to'plash, ularni joylashtirish, qarz oluvchilarning o'z daromadlarini almashtirish funksiyalarida namoyon bo'ladi. Kredit bozorida talab va taklif mexanizmlari hamda boshqa omillar ta'sirida kredit resurslarining "bozor bahosi" kredit va depozitlar bo'yicha foizlar ko'rinishida shakllanadi. Bozor foiz stavkalari darajasiga ta'sir qiluvchi muhim omillarga tadbirkorlik faolligi darajasi, inflyatsiya darajasi, kredit bitimi xavfi, kredit bozoridagi raqobat, Markaziy bank tomonidan belgilanadigan kredit foiz stavkalarining qiymati kiradi.

Narx, tartibga solish, axborot funksiyalarini, shuningdek, ssuda kapitalining rentabelligini ta'minlash funksiyasini bajaradigan kredit bozori ma'lum bir kredit tizimida ishlaydi. Bank tijorat, iste'mol, davlat, xalqaro kreditlarni ajrating. Tijorat krediti asosan tovar shaklida beriladi, ssuda foizlari yashirin, chunki kreditorning iqtisodiy manfaati foiz daromadida emas, balki sotish hajmini kengaytirishda (miqyos effekti) ifodalanadi. Tijorat kreditining turlari: lizing, faktoring, forfeyting, veksel krediti va boshqalar. Tijoratdan farqli ravishda bank krediti naqd pulda beriladi. Kredit operatsiyalari nafaqat o'z mablag'lari hisobidan (va unchalik ko'p emas), balki depozit sifatida jalb qilinganlar hisobidan ham amalga oshiriladi. Har qanday kredit bitimi majburiyatlarning qarshi harakatini, bir tomondan, bankning omonatchilarga mablag'larni qaytarish majburiyatlarini (shu jumladan foizlarni), ikkinchi tomondan, qarz oluvchining bank tomonidan berilgan kreditlarni qaytarish bo'yicha majburiyatlarini (hisoblangan foizlar bilan) aks ettiradi.

Qayta ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etish xususiyatiga ko'ra joriy, investitsion va banklararo kreditlar ajratiladi. Birinchisi joriy iqtisodiy ehtiyojlar uchun, ikkinchisi – ishlab chiqarishni rivojlantirish va ko'chmas mulkni sotib olish uchun, uchinchisi O'zbekiston Markaziy banki tomonidan tijorat banklariga kredit berish bilan bog'liq.

14.4. Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida.

Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida opportunizmning namoyon bo'lish shakllarini tahlil qilishda asosiy hisoblanadi. Bank egalari aksiyadorlar (davlat), omonatchilar bo'lgan

moliyaviy resurslarni tasarruf etadi. Shu bilan birga, qarz oluvchilar o'z daromadlarini vaqtincha almashtirib, kredit va moliyaviy resurslardan foydalanish huquqini oladilar. O'z navbatida, mablag'lar egalari tasarruf qilish va foydalanish huquqlarini potensial kreditorlar va qarz oluvchilarga o'tkazadilar. Kredit bozori kontragentlarining barcha huquqlari tomonlar tuzgan shartnomalarda aks ettiriladi.

Iqtisodiyotning real sektoriga investitsiya qilish mexanizmida opportunistik xatti-harakatlar modellarini ko'rib chiqaylik, qarz oluvchidan kreditorga qarzga olingan qiymatga bo'lgan huquqlarning qaytarilishini institutsional tahlilga o'tkazamiz. Ma'lumki, bu qaytishga o'tish, shuningdek, kredit foizlarini to'lash shartnomada qabul qilingan shartlarga qarab, ma'lum vaqtdan keyin sodir bo'ladi. Kredit berilgan sana va uning kutilayotgan to'lov sanasi o'rtasida shakllanadigan bu vaqt sezilarli bo'lishi mumkin, noaniqlik holatini yaratadi, shuningdek, kreditor va qarz oluvchi o'rtasida ma'lumotlarning assimetrik taqsimlanishiga imkon beradi. Bu ikkala shart ham (axborotning noaniqligi va assimetriyasi) opportunistik xulq-atvor uchun zarur shart-sharoitlarni tashkil qiladi. Shu bilan birga, xulq-atvor opportunistik shartnoma tuzish bosqichida ham, uni amalga oshirish bosqichida ham o'zini namoyon qilishi mumkin. Shartnoma tuzish bosqichida qarz beruvchi kreditlash obyektlari va "shartnoma" munosabatlari subyektlarini "tanlash" muammosiga duch keladi. Kredit tashkilotlari, bank tizimining shakllanishining ancha uzoq bosqichiga qaramay, qarz oluvchilar to'g'risida ishonchli ma'lumot manbalariga (kredit tarixi banki, ishonchli ekspert baholash manbalari va boshqalar) ega emaslar.

Noqulay tanlov muammosi kreditlarni qimmatlashtiradigan "oshirilgan" foiz stavkalarini o'rnatish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadi. Yuqori foiz stavkalarini belgilagan O'zbekiston banklarining xatti-harakatlari uchun motivatsiya quyidagicha: qarz oluvchilar to'g'risida ishonchli ma'lumot yo'qligi sababli, foizlarni to'lashda kechikishlar va opportunistik xatti-harakatlarning boshqa shakllari kreditlar shaklida berilgan "pul narxi" kreditlarni qaytarmaslikdan "xavfni sug'urtalashni" o'z ichiga olishi kerak.

Bunday qarorlar kredit tashkilotlarining o'zlari uchun ham, iqtisodiyotning real sektori korxonalarini uchun ham salbiy oqibatlariga olib keladi. Gap shundaki, kreditning "ko'tarilgan" narxi potensial qarz oluvchilar sonidan uning eng konservativ va ishonchli qismini, ya'ni xavfga eng kam moyil bo'lganlarni chiqarib tashlaydi. Shu bilan birga, riskga moyil bo'lgan

va yuqori ishonchlilik xususiyatlariga javob bermaydigan qarz oluvchilar segmenti kengaymoqda. Bunday holda, tanlov eng kam qulay bo'lishi mumkin. Noqulay tanlovning oldini olish muammosini hal qilish uchun qarz oluvchining kreditga layoqatliligini baholashning ishonchli mezonlari va usullarini ishlab chiqish va qo'llashdan iborat bo'lgan ratsion vositasidan foydalanish tavsiya etiladi. Tanlashning qo'shimcha xususiyatlaridan foydalanish mumkin (masalan, benuqson kredit tarixi, kafolatlar, tavsiyalar va boshqalar).

Kredit bozori ishtirokchilari shartnoma tuzish bosqichida ham, keyinchalik uni amalga oshirish bosqichida ham xulq-atvor opportunistik xatti-harakatlarning turli shakllari namoyon bo'ladi. Shartnomadan oldingi opportunistik salbiy tanlov shakli sifatida namoyon bo'ladi. Qarz beruvchi tomonidan shartnomada kichik bosma, yashirin shaklda va hokazolarda hech qanday asoslanmagan "qo'shimcha to'lovlar" ko'rsatilgan bo'lsa, kredit bo'yicha real stavkani yashirishga urinishlar qilinmoqda. Qarz oluvchi, shartnomaning asosiy qoidalariga e'tibor qaratib, ko'pincha shartnomaga qo'shimcha yuk beradigan shartlarni sezmaydi. Bundan tashqari, shartnomadan oldingi bosqichda kreditorning xatti-harakati opportunistik qarz oluvchini o'ziga jalb qiladigan noto'g'ri yoki adolatsiz reklama tarkibidagi ma'lumotlarni buzishning turli shakllarida namoyon bo'ladi.

Qarz oluvchi tomonidan shartnomadan oldingi va keyingi bosqichlarda ham turli xil opportunistik shakllari mumkin. Shartnomani tuzish bosqichida opportunistikning bunday shakllari ko'pincha tashkilotning moliyaviy ahvoli va loyiha natijalari to'g'risida to'liq bo'lmagan, ishonchsiz yoki ataylab yolg'on ma'lumotlarni taqdim etish sifatida namoyon bo'ladi. Bundan tashqari, kredit bozorini rivojlantirish va faoliyat ko'rsatish amaliyoti shuni ko'rsatadiki, qarz oluvchi tomonidan investitsiya loyihasining xavf darajasini baholash, qoida tariqasida, yetarli darajada baholanmaydi. Shu nuqtai nazardan, xavf-xatarni noto'g'ri baholash bilan bog'liq bo'lgan "ongli" yoki "bilmagan" xatti-harakatlarning opportunistik masalasi muhim emas, chunki bu harakatlar har qanday holatda ham salbiy oqibatlarga olib keladi.

Shartnomadan keyingi xulq-atvor opportunistik, shuningdek, qarz beruvchi tomonidan ham, qarz oluvchi tomonidan ham turli xil ko'rinishga ega. Shunday qilib, kreditor tomonidan u tegishli bank mahsulotlarini sotib olish talablari shaklida namoyon bo'ladi, bu kreditning "narxi" ni oshiradi va

qarz oluvchi uchun to'liq foyda keltirmaydi, uning xarajatlarini oshiradi. Oportunizm konsepsiyasi kontekstida kreditorning bunday xatti-harakati "tovlamachilik" deb tasniflanishi mumkin. Oportunizm kredit tashkilotlari har xil turdagi og'irliklardan (qarzlari, majburiyatlar va boshqalar) xalos bo'lish uchun "qasddan bankrotlik" protsedurasini amalga oshirishga harakat qilganda ham o'zini namoyon qiladi. Qarz oluvchi tomonidan shartnomadan keyingi oportunizm, birinchi navbatda, qarz oluvchining mablag'larini noto'g'ri ishlatishda, shuningdek, ularning qaytarilmasligi yoki kredit bo'yicha foizlarni to'lashning kechikishida namoyon bo'ladi. Bundan tashqari, qarz oluvchilar ko'pincha qarzni to'lash shartlarini qayta ko'rib chiqishni talab qiladilar, kredit muassasasiga bosim o'tkazadilar, olingan mablag'larning qaytarilmasligi bilan tahdid qiladilar, "tovlamachilik" va "shantaj" ning turli shakllarini ko'rsatadilar. Tovlamachilik ko'pincha ma'lum bir aktiv bilan kredit operatsiyalarida sodir bo'ladi. Ko'pincha vaqtinchalik moliyaviy qiyinchiliklarga duch kelgan qarz oluvchi bankdan o'zi uchun qo'shimcha imtiyozlarni talab qilib, kredit shartnomasining dastlabki shartlarini o'zgartirishni taklif qiladi (masalan, kredit stavkasini pasaytirish, to'lovni foizsiz kechiktirishni ta'minlash, keyingi to'lash uchun boshqa imtiyozlar). O'zbekiston qonunchiligi bank kreditlari bo'yicha qarzlarni "uchinchi ustuvorlik" tartibida to'lashni nazarda tutadi, bu kreditlarni to'lash tartibini murakkablashtiradi va kechiktiradi, ularni undirishning mumkin emasligi ehtimolini oshiradi. Bunday sharoitda banklar imtiyozlar berishga va qarz oluvchilar bilan aniq noqulay shartlarda o'zaro hamkorlik qilishga rozi bo'lishga majbur. Ushbu holatlarni hisobga olgan holda, banklar boshqa qarz oluvchilar uchun kredit xizmatlari narxiga mumkin bo'lgan "oportunizm xavfi" ni kiritadilar.

14.5. Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida.

Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida, shuningdek, qarz oluvchilarni sinchkovlik bilan tanlashni e'tiborsiz qoldirib, kredit berishning "soddalashtirilgan" texnologiyasidan foydalangan holda kredit bozorining muhim qismini tezda egallash istagida namoyon bo'ladi. Bir tomondan, banklar "miqyos effekti" natijasida ko'paygan daromad olishlari mumkin bo'lsa, ikkinchi tomondan, kreditlar bo'yicha muddati o'tgan kreditlar ulushining o'sishi banklarning tanlagan strategiyasining natijasidir.

Kreditorning opportunistik xatti-harakatlari oqibatlari nafaqat qarz oluvchi, balki butun iqtisodiyot uchun ham salbiy oqibatlarga olib keladi. Qarz oluvchi uchun oportunizmning salbiy oqibatlari “qimmatbaho kreditlar” ajratilishida ham namoyon bo’ladi, ularning qiymatiga nafaqat “kredit bo’yicha haqiqiy foiz stavkasi”, balki “komissiya to’lovlari” ham, qo’shimcha to’lovlar ham kiradi. Iqtisodiy tizim uchun salbiy oqibatlar, birinchidan, investitsiya jarayonini susaytirish va cheklashda, ikkinchidan, iqtisodiyotning real sektorini sarmoya kiritish mexanizmining xorijiy kreditlarga bog’liqligini oshirishda namoyon bo’ladi.

Kreditorlar va qarz oluvchilar tomonidan kontraktdan keyingi oportunizm shakllari ham kredit bozori subyektlariga ham, umuman iqtisodiyotning real sektori rivojlanishiga ham salbiy ta’sir ko’rsatmoqda. Kelajakdagi barcha holatlarni hisobga olishning mumkin emasligi, shartnoma shartlarining to’liq aniqlanmaganligi tomonlardan biriga boshqa tomonning zarariga, masalan, ma’lumotni yashirish orqali o’z foydaliligini maksimal darajada oshirishga imkon beradi. Kreditor, bir tomondan, noaniqlikni kamaytirish vositalaridan foydalangan holda, bunday risklarning paydo bo’lishidan yo’qotishlarni minimallashtirishga harakat qiladi, boshqa tomondan, kredit xizmatining narxini shakllantirishda risklar ehtimoli hisobga olinadi. Shunday qilib, xulq-atvor oportunizmi bir kontragentning boshqasining harakatlariga reaksiyasi sifatida namoyon bo’ladi.

Kredit bozori tomonlarining (qarz beruvchilar va qarz oluvchilar) o’zaro ta’siri bir qator makroiqtisodiy, tarmoq, mintaqaviy va institutsional omillarga, siklik dinamikaning xususiyatlariga va milliy iqtisodiyot boshdan kechirayotgan sikl fazasiga, kreditorlar va kreditorlarning o’zaro ta’sirini kamaytirish imkoniyatlariga bog’liq. Ushbu tarmoq mahsulotlariga bo’lgan talab, korxonalarining moliyaviy ahvoli, samarali talabning xususiyatlari va boshqa bir qator muhim omillar ham zarur. Shunday qilib, nomoliyaviy tashkilotlarga berilgan kreditlar bo’yicha muddati o’tgan qarzlarning ulushi, bizning hisob-kitoblarimiz bo’yicha, boshqa mualliflarning ishlarida olingan natijalar bilan taqqoslanadigan bo’lsa, real foydaning pasayishiga duch kelgan korxonalar ulushiga bog’liq. Shuningdek, ishlab chiqarilgan mahsulotlarga talabning pasayishiga ham bog’liq. Xo’jalik yurituvchi subyektlarning opportunistik xatti-harakatlari bilan bog’liq xarajatlarni minimallashtirish asosi bo’lgan shartnomaning maqbul shaklini tanlash uchta xususiyatga asoslanadi: bitimda ishtirok etayotgan aktivning o’ziga xosligi,

tomonidan davlatdan pul mablag'larini olish va ularni iqtisodiyotning real sektori korxonalariga berish o'rtasidagi vaqt oralig'ining mavjudligi noaniqlik holatini keltirib chiqardi, bu esa tijorat banklari (kreditorlar) va korxonalar o'rtasida ma'lumotlarning assimetrik taqsimlanishiga olib keldi. iqtisodiyotning real sektori (qarz oluvchilar). Muayyan bosqichda davlat mablag'larini olish to'g'risidagi ma'lumotlar faqat potensial bitimning bitta ishtirokchisiga ma'lum edi. Bundan tashqari, moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida, cheklangan vaqt sharoitida qarorlar qabul qilinganda, davlat mablag'larini tijorat tashkilotlari tomonidan o'tkazish uchun "shartlarning to'liq o'ziga xosligi" holati yuzaga kelishiga e'tibor qaratish lozim, banklar iqtisodiyotning real sektori korxonalariga muqarrar. Tomonlardan birining (tijorat banklarining) ikkinchi tomon (iqtisodning real sektori korxonalari) zarariga ma'lumotlarni yashirish orqali foyda ko'rish imkonini beruvchi bu holat opportunistik xatti-harakatlarning zaruriy, ammo yetarli sharti hisoblanadi. Tijorat banklarini shunday harakat qilishga undaydigan va majburlaydigan bir qator boshqa holatlarni ham hisobga olish zarur.

14.6. Iqtisodiy tanazzul sharoitida kreditlash operatsiyalari.

Iqtisodiy tanazzul sharoitida kreditlash operatsiyalari, bir tomondan, kamroq foyda keltirish uchun, ikkinchi tomondan, yuqori darajadagi tavakkalchilikka ega bo'lish uchun boshlandi. Shu sababli tijorat banklari uchun resurslarni chet el valyutasida ifodalangan vositalarga investitsiya qilish ancha foydali bo'ldi. Ushbu operatsiyalardan olingan daromad yillik hisobda 50-60% ga yetdi. Natijada 2008-2009 yillarda bank sektori daromadlari tarkibida faol bank operatsiyalari (kreditlash, qimmatli qog'ozlar bilan operatsiyalar kabi) bo'yicha daromadlar ulushining kamayishi fonida xorijiy valyutadagi operatsiyalar bo'yicha daromadlar ulushi sezilarli darajada oshdi (36,9 foizdan 62,3 foizga). 2008 yilda umuman bank sektorida rentabellik ko'rsatkichlarining pasayishi kuzatildi.

Shunday qilib, jahon moliyaviy inqirozi sharoitida banklarning opportunistik xatti-harakatlarining turli shakllari paydo bo'ldi, ular komissiya daromadlari miqdorining ko'payishi, ularning ulushining ko'payishi va bank foiz daromadlari ulushining kamayishidan iborat.

Inqiroz davrida bank tizimining rivojlanishidagi jiddiy muammo 2008 yilda ikki baravar ko'payib, tez o'sishda davom etgan muddati o'tgan qarzlardir.

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha muddati o'tgan qarzlarni tarkibida ulgurji va chakana savdo, avtotransport, mototsikl, uy-ro'zg'or buyumlari va shaxsiy buyumlarni ta'mirlash birinchi o'rinni egallagan bo'lsa, ikkinchi o'rinda ishlab chiqarish korxonalari, uchinchi o'rinda qurilish. Ko'chmas mulk bilan bog'liq operatsiyalar, ijara va xizmatlar, shuningdek, qishloq, ov va o'rmon xo'jaligi bilan bog'liq segmentda ham qarz yuqori. Kreditlar bo'yicha eng kichik qarzlarni tog'-kon sanoatida.

O'zbekiston qonunchiligi bank kreditlari bo'yicha qarzlarni "uchinchi ustuvorlik" tartibida to'lashni nazarda tutadi, bu kreditlarni to'lash tartibini murakkablashtiradi va kechiktiradi, ularni undirishning mumkin emasligi ehtimolini oshiradi. Bunday sharoitda banklar imtiyozlar berishga va qarz oluvchilar bilan aniq noqulay shartlarda o'zaro hamkorlik qilishga rozi bo'lishga majbur. Tijorat banklari ko'rsatilgan holatlarni hisobga olgan holda, mumkin bo'lgan "opportunistik xavfini" "qarz oluvchilarning yelkasiga", shu jumladan kredit xizmatlari narxiga o'tkazadilar. Bank kredit portfelli sifatining pasayishining asosiy omillaridan biri ularning garovi bo'lib xizmat qiluvchi aktivlar qiymatining pasayishi bo'ldi: banklar tomonidan berilgan kreditlarning muhim qismi ko'chmas mulk va qarz oluvchi kompaniyalar kapitalidagi ulushlar bilan ta'minlangan.

Banklarning majburiyatlarida O'zbekiston Bankidan olingan mablag'larning ulushi sezilarli darajada oshdi. Mijozlarning hisobvaraqlaridagi mablag'larning chiqib ketishi ularning bank sektorining jami majburiyatlaridagi ulushining kamayishiga olib keldi. Bunday sharoitda bank inqirozining chuqurlashuvini to'xtatish va iqtisodiyotning real sektori uchun xavfli bo'lgan "investitsiya ochligi" holatining oldini olish maqsadida davlat bank sektoriga katta miqdordagi mablag'larni yo'naltirmoqda. Davlatga tegishli "aniq resurs"ga egalik huquqiga ega bo'lmagan tijorat banklari o'z foydalarini olish uchun moliyaviy resurslardan vaqtincha "foydalanish" va "tasdiqlash" huquqidan maksimal darajada foydalanadilar. Shunday qilib, inqiroz sharoitida O'zbekiston tijorat banklarining davlat tomonidan ajratilgan moliyaviy resurslarga nisbatan opportunistik xatti-harakatlarining asosiy shakllari, birinchidan, investitsiya resurslarining harakati to'g'risida "ma'lumotni yashirish" va ikkinchidan, davlatdan vaqtincha noto'g'ri foydalanish deb nomlanishi kerak, ya'ni investitsiya maqsadlari uchun ajratilgan mablag'lari, uchinchidan, real sektor korxonalari bilan kredit operatsiyalarini bajarishni ataylab kechiktirish. U holda

moliyaviy-iqtisodiy inqirozdan chiqish yo'li cho'zilib, bank tizimini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash davom etsa, opportunizm xavfi ortishi mumkin. Kredit bozori ishtirokchilarining opportunistik xatti-harakatlari shakllarini tahlil qilish neo-institutsional nazariya (xususan, shartnomalar nazariyasi) asosida amalga oshirilishi mumkin, bu esa sabab-oqibat munosabatlarini, banklarning xarajatlari va oqibatlarini aniqlashga imkon beradi. O'zbekiston iqtisodiyotining turli sohalari uchun opportunistik xatti-harakatlar.

Opportunistik risklarni kamaytirishga davlat moliyaviy resurslarini tijorat banklariga o'tkazishni huquqiy tartibga solish, makroiqtisodiy vaziyatni barqarorlashtirish, noaniqlikni kamaytirish, axborot infratuzilmasini rivojlantirish, kredit tashkilotlariga ishonchni oshirish, moliya institutlari va iqtisodiyotning real sektori o'rtasida o'zaro hamkorlik vositalari va mexanizmlarini diversifikatsiya qilish yordam beradi. Opportunistik risklarni kamaytirish mexanizmlarini ilmiy asoslash institutsional va shartnomaviy omillarni farqlashni nazarda tutadi. Agar birinchisi ma'lumotlarning to'liq emasligi, uning shartnoma taraflari o'rtasida assimetrik taqsimlanishi holatini aks ettirsa, ikkinchisi tijorat banklari, iqtisodiyotning real sektori korxonalari, davlat manfaatlari o'rtasidagi tafovutni aniqlaydi, ya'ni ajratilgan moliyaviy resurslardan foydalanish va maqsadli maqsadlari. Opportunistik xatti-harakatlarning oqibatlari, shuningdek, uning xarajatlari iqtisodiyotning real sektori korxonalari tomonidan yo'qotilgan foyda miqdori va ishlab chiqarish va iqtisodiyotning turli tarmoqlari, shu jumladan nafaqat firmalar tomonidan ishlab chiqarilgan daromadlarning yetishmasligi bilan balki uy xo'jaliklari bilan ham belgilanadi.

Oportunistik xulq-atvor uchun zaruriy shartlarni kamaytirish mexanizmlariga quyidagilar kiradi:

-davlat moliyaviy resurslari ishtirokida kredit operatsiyalarini tashkil etishning inqiroz sharoitlariga moslashtirilgan normativ-uslubiy bazani shakllantirish;

-shartnomaviy va obro'li institutlardan foydalanish asosida davlat resurslaridan maqsadli foydalanishga majburlash mexanizmini yaratish;

-iqtisodiyotning real sektorini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllarini amalga oshirish uchun ushbu tijorat bankini qo'shimcha va takroriy jalb etgan holda "foydani kutish"ga asoslangan ishonch institutini shakllantirish;

- shartnoma majburiyatlari, xo'jalik subyektlarining opportunistik xatti-harakatlarini cheklovchi rasmiy va norasmiy sanksiyalar asosida davlat mablag'laridan to'liq va belgilangan muddatlarda maqsadli foydalanishga majburlash institutlarini shakllantirish ;

- assimetrik axborotga ega bozorlar shakllanishining oldini olish maqsadida axborot infratuzilmasini rivojlantirish, konsalting kompaniyalarining keng segmentini yaratish.

Jahon moliyaviy inqirozi sharoitida bank sektori faoliyatini tahlil qilish natijalari kredit bozori institutsional tuzilmasi yetarli darajada rivojlanmaganligini, uning moliyaviy beqarorlik, turg'unlik va inqiroz sharoitlariga mos emasligini ko'rsatadi. Jahon moliyaviy inqirozining o'ziga xos xususiyatlarini hamda uning iqtisodiyot va bank sektori faoliyatiga ta'sirini hisobga oladigan institutsional tuzilmani shakllantirish orqali opportunistik xatti-harakatlar xavfini kamaytirish mumkin.

Yana bir bor ta'kidlash joizki, davlat mablag'larining tijorat banklari tomonidan kelib tushishi bilan ularni iqtisodiyotning real sektori korxonalariga o'tkazish o'rtasida vaqt oralig'ining mavjudligi "noaniqlik holati"ni keltirib chiqaradi, bu esa to'planib, ko'payib boradi, ya'ni global inqiroz natijasida yuzaga kelgan iqtisodiy "noaniqlik". Ushbu holat xo'jalik subyektlari (davlat, tijorat banklari, iqtisodiyotning real sektori korxonalari) o'rtasida ma'lumotlarning assimetrik taqsimlanishi bilan birga opportunistik xatti-harakatlarning zaruriy shartlarini tashkil qiladi. Shu munosabat bilan shartnomani ijro etish institutlari (ishbilarmonlik muhiti normalari, tijorat banklari faoliyati shartlari va me'yorlari, rasmiy va norasmiy shartnomalar, ishonch) shartnomaning bajarilishini ta'minlovchi muassasalar bilan to'ldirilishi kerak. Inqiroz sharoitida, shuningdek, iqtisodiyotning moliyaviy va real segmentlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir mexanizmlarini davlat tomonidan tartibga solishni kuchaytirish zarur. Shuningdek, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlangan va bank kreditlarini qayta qurish, umidsiz kreditlar muddatini uzaytirish va boshqalar sxemalarida ishtirok etgan iqtisodiyotning real sektori korxonalari tomonidan opportunizm namoyon bo'lishining turli shakllarini alohida ta'kidlash kerak.

"Kvazi-investitsiyalar" hodisasining situatsion tahlili real aktivlarga investitsiya qilish uchun bozor rag'batlarining yo'qligini va kompaniyalarning zaif investitsiya motivatsiyasini ko'rsatadi. Bank kreditlarini qaytarish "kechiktirib qo'yilishi" mumkin bo'lgan sharoitda, bundan tashqari,

iqtisodiyotning real sektori korxonalarini uchun qo'shimcha moliyaviy resurslar olish mumkin, investisiyalar uchun hech qanday rag'bat yo'q. Birinchidan, moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida tovar va xizmatlarga ichki talabning "siqilishi" yuzaga keldi, bu esa ishlab chiqarishni kengaytirishni rag'batlantirmaydi. Ikkinchidan, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va bank kreditlari (ham to'lov muddatini kechiktirish, ham qo'shimcha kreditlash) ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish yoki uning texnologik yangilanishini rag'batlantirmaydi. Natijada past rentabellik saqlanib qoladi, bu esa davlat va banklardan qo'shimcha mablag'larni talab qiladi. Iqtisodiyotning real sektori korxonalarining bank kreditlarini qaytarmasliklari opportunistik xatti-harakatlarning ommaviy shakli bo'lib, buning natijasida kredit tashkilotlarining "toksik aktivlari" muammosi keskinlashdi.

Kreditlar bo'yicha yuzaga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar uchun yaratilgan zahiralar miqdorini kamaytirish maqsadida banklarning umidsiz qarzlarni qayta tuzilish amaliyoti har doim ham samarali emas. Korxonalar va jismoniy shaxslarga berilgan muddati o'tgan kreditlar hajmi, shuningdek, "to'lash uchun yomon" kreditlar soni ham o'sishda davom etmoqda.

"Kredit bozorini inqirozdan tozalash" mexanizmlari orasida uchta asosiy yo'nalish ajralib turadi: birinchidan, "toksik aktivlarni" hisobdan chiqarish, ikkinchidan, ularni "sotish", uchinchidan, inkassa bo'linmalarini yaratish.

Hozirgi vaqtda inqirozning ushbu bosqichida O'zbekiston banklari uchun eng yaxshi narxda "qarzlarni amalga oshirish" yoki o'zlarining yig'ish birliklarini yaratish taktikasi afzalroqdir. "Qarzni bekor qilish" siyosati umuman bank jamoatchiligi tomonidan qo'llab-quvvatlanmaydi, garchi ba'zi kredit tashkilotlari bu variantni maqsadga muvofiq va iqtisodiy jihatdan asosli deb bilishadi. Avvalo, "qarzni hisobdan chiqarish" taktikasi qarzni qayta tuzishda muqarrar bo'lgan "zaxiralarning ko'payishi" ga yordam bermaydi. Ma'lumki, O'zbekiston Markaziy bankining 2004 yil 26 martdagi 254-P-sonli Nizomiga muvofiq, undirib bo'lmaydigan deb tan olingan kredit, kredit yo'qotishlari uchun 100% zaxirani shakllantirishni talab qiladi. Bunday holda, kredit tashkilotlari yaratilgan muammoli qarzlarni uchun zaxiralarni ko'paytirishga majbur bo'ladi, bank kapitaliga bosim kuchayadi va uning hajmi kamayadi.

Bundan tashqari, umidsiz kreditlar sud jarayonidan keyin bank balansidan hisobdan chiqarilishi mumkin, bu esa olingan foydadan oshib

ketishi mumkin bo'lgan qo'shimcha xarajatlarga olib keladi. Hisobdan chiqarish jarayonini sekinlashtiradigan va murakkablashtiradigan tarkibiy qismlarni o'z ichiga olgan amaldagi mexanizm moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitlariga deyarli mos kelmaydi va ba'zi tuzatishlarni talab qiladi. Moliyaviy beqarorlik sharoitida bunday operatsiyalarni "moslashuvchan tartibga solish" mexanizmlari zarur, bu esa tijorat banklariga "toksik aktivlar"ni hisobdan chiqarishni osonlashtiradi.

Kredit tashkilotlarini "zaharli aktivlardan" "tozalash" kontseptual sxemasi xayriya sifatida qaralmasligi kerak. Ushbu mexanizm mustahkam iqtisodiy motivatsiyaga ega bo'lib, kredit portfelini yaxshilash uchun tashqi investitsiyalarni jalb qilish va faol kreditlash faoliyatini tiklash imkonini beradi. Ko'pgina banklar, muddati o'tgan qarzlarni uchun jarimalarni bekor qilish kabi qarzni qayta tuzishning bunday shaklidan foydalanadilar. Kichik tijorat banklari iste'mol va avtokreditlar muddatini o'tkazmagan kreditlar bo'yicha jarimalardan voz kechdi, chunki foizlar kreditlar darajasini pasaytiradi. Qarz oluvchilar uchun optimallashtirish dasturlari Absolut Bank, Svyaz Bank, Metrobank va boshqa kredit tashkilotlari tomonidan ishlab chiqilgan. Bank tizimi, davlat va iqtisodiyotning real sektori o'rtasidagi "manfaatlar to'qnashuvi"ga e'tibor qaratish lozim.

Agar banklar bank tizimini qayta moliyalash hajmini oshirishdan manfaatdor bo'lsa, davlat ushbu maqsadlar uchun ajratilgan mablag'larni sezilarli darajada qisqartirmoqchi. Banklarning majburiyatlarida qayta moliyalashning ulushi 20% dan oshmaganligi sababli, moliya institutlarining barqarorligini ta'minlashning boshqa mexanizmlaridan foydalanish mumkin, xususan, O'zbekiston Markaziy banki ufqni oshirishi tavsiya etiladi. Tijorat banklariga joriy uch yil o'rniga 6-7 yil muddatga subordinatsiyalangan kreditlar berganligi uchun. Bundan tashqari, inqiroz davrida kapitallashtirish mexanizmidan davlat va bankning "teng ulushlari" tamoyilidan uzoqlashish mantiqiy. Davlat bankni kapitallashtirishda ishtirok etishga tayyor bo'lgan vaziyatda bank aksiyadorlarining hissasini 5-7 foizgacha kamaytirish kerak. Hozirgi vaqtda davlat kapitallashtirishda "15 dan 15 gacha" qoidasi asosida ishtirok etishga tayyor, bank aksiyadorlari kapitalini 15 foizga oshirganda, davlat ham shu miqdorni qo'shib qo'yadi. Inqiroz sharoitida bank kapitallashtirish uchun mablag'lar cheklangan. Bank kapitalini oshirishga qaratilgan muhim chora-tadbirlardan biri banklarga daromad solig'i bo'yicha vaqtinchalik imtiyozlar berish bo'lishi mumkin. Zaxira stavkalarini

pasaytirish ham inqirozga qarshi samarali chora hisoblanadi, chunki an'anaviy ravishda barcha yomon aktivlar zaxiraga qo'yilgan, bu esa banklar kapitali hajmini qisqartirgan. Amalga oshirilgan chora-tadbirlar orasida O'zbekiston Markaziy bankining depozitlarni sug'urtalash agentliklariga taqdim etilgan kreditlar uchun zaxira yaratmaslikka ruxsati bor.

Bundan tashqari, O'zbekiston Markaziy banki "salbiy kapitalga" ega bo'lishi mumkin bo'lgan banklarni qo'llab-quvvatlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar ishlab chiqishi kerak. Zero, banklar aktivlari sifatining yomonlashuvi va kapitalining, jumladan, salbiy qiymatga qisqarishi jahon moliyaviy inqirozining oqibatlari, bank sektori rivojlanishidagi tizimli muammolardir. Shu munosabat bilan "toksik (muammoli) aktivlar" uchun maqsadli fondni yaratish kerak.

Shuni ta'kidlash kerakki, "muammoli aktivlar" bir tomondan, inqirozning salbiy oqibatlari ta'sirida yuzaga kelgan bo'lsa, ikkinchi tomondan, boshqaruvning noprofessionalligi va opportunistik xatti-harakatlarning turli shakllari o'zini namoyon qildi. Zamonaviy risklarni boshqarish tizimida kredit riski xavfi kam baholanadi va ko'pincha oddiygina e'tiborga olinmaydi, yuqori foyda olish uchun yuqori tavakkalchilik vositalaridan faol foydalaniladi (14.1-jadval).

14.1-jadval

Qarz oluvchining moliyaviy ahvoli va qarzga xizmat ko'rsatish sifatini hisobga olgan holda kredit sifati toifasini aniqlash

Qarz xizmati / Moliyaviy holat	Yaxshi	O'rtacha	Yomon
Yaxshi	Standart (I sifat toifasi)	Nostandart (II toifali sifat)	Shubhali (sifatning III toifasi)
O'rtacha	Nostandart (II toifali sifat)	Shubhali (sifatning III toifasi)	Muammoli (IV toifali sifat)
Yomon	Shubhali (sifatning III toifasi)	Muammoli (IV toifali sifat)	Umidsiz (V sifat toifasi)

O'zbekiston Markaziy bankining nizomiga (254-P-son) muvofiq hisoblangan zaxira miqdori kreditlar bo'yicha tasniflanadi, ularning sifati ikki mezon asosida aniqlanadi: birinchidan, moliyaviy holat qarz oluvchi, ikkinchidan, qarzga xizmat ko'rsatish sifati. Bank risklarini boshqarish tizimining elementar tarkibini to'ldirish va kengaytirish tavsiya etiladi:

amaldagi bank amaliyotida mavjud bo'lgan elementlarga (masalan, boshqaruv subyektlari, risklarni identifikatsiya qilish, xavflarni baholash, risklarni monitoring qilish), identifikatsiyalash bilan bog'liq yana ikkita komponentni qo'shing. Inqirozning sabablari va oqibatlari, shuningdek, oqibatlari bank sektori uchun ayniqsa xavfli bo'lgan "tanqidiy zona" ni ajratish bilan. "Moliyaviy holat – qarzga xizmat ko'rsatish" matritsasidan kelib chiqqan holda, xavf darajasi bo'yicha quyidagi hududlarni ajratish mumkin: birinchidan, "o'rtacha xavf zonasi", unga I, II toifadagi standart, III sifat toifasiga nostandart va shubhali kreditlar kiradi; ikkinchidan, IV sifat toifasidagi barcha muammoli kreditlarni o'z ichiga olgan "yuqori xavfli zona"; uchinchidan, qaytarilishi umidsiz bo'lgan kreditlar hisobiga shakllanadigan "tanqidiy xavf zonasi" (14.2-jadval).

14.2-jadval

Tasniflangan kreditlar bo'yicha taxminiy zaxira

Sifat toifasi	Nomlanishi	Hisoblangan zaxira miqdori kreditning asosiy summasiga nisbatan foiz sifatida
Sifat toifasi I	Standart	0
Sifat toifasi II	Nostandart	1 dan 20 gacha
III sifat toifasi	Shubhali	21 dan 50 gacha
IV sifat toifasi	Muammoli	51 dan 100 gacha
Sifat toifasi V	Umidsiz	100

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, qimmat va arzon kreditlar sharoitida qarz oluvchi kompaniyalar (potensial kompaniyalar) ko'pincha o'zlarining moliyaviy hisobotlarini shunchaki soxtalashtiradilar, bu kredit bozoridagi opportunistik xatti-harakatlarning yana bir shaklidir. Qarz oluvchi kompaniyalarning bunday amaliyotidan qo'rqib, kredit tashkilotlari kreditlash hajmini cheklaydilar va rublning qadsizlanishi sharoitida valyuta kurslarining o'zgarishidan pul ishlashga harakat qilmoqdalar. Banklarning opportunistik xatti-harakatlarining shakllari aniqlangan, ular bankning komissiya daromadlarini oshirish, komissiya daromdlari ulushini oshirish va foiz daromdlari ulushini kamaytirishdan iborat.

Shunday qilib, jahon moliyaviy inqirozi davrida "tjorat banklari – iqtisodiyotning real sektori" investitsiya ta'sirining investitsiya mexanizmida xulq-atvor opportunizmining turli shakllari har ikki tomonda ham paydo

bo'ldi va banklarga ham, korxonalarga ham xos bo'ldi. Iqtisodiy tanazzul (2008-2009) oqibatlarining, ularning hajmidan qat'iy nazar, barcha banklar uchun salbiy ta'sirini hisobga olgan holda, risklarni boshqarishga kompleks yondashuvni (opportunistik xatti-harakatlar xavfini hisobga olgan holda), shu jumladan, ishlab chiqish va joriy etish zarur, ya'ni miqyosga asoslangan xavf xaritasini qurish " ta'sir – ehtimollik", bu holda, birinchi navbatda, tolerantlik chizig'i deb ataladigan narsa aniqlanadi, ya'ni tavakkalchilik bank faoliyatiga xavf solishi mumkin bo'lgan chegara. Maksimal harakatlar tolerantlik chegarasidan tashqariga chiqadigan xavflarni bartaraf etishga qaratilgan bo'lishi kerak. Tasniflash, xavflarni baholash va xaritalash natijasida xavflar muhimlik toifalari bilan belgilanadi – "juda muhim" darajasidan, maxsus chora-tadbirlar zarur bo'lganda, "muhim" darajasiga, maxsus chora-tadbirlar talab qilinmasa. Ushbu yondashuv xavfning har bir turi bilan bog'liq bo'lgan asosiy vositalarning batafsil ro'yxatini taqdim etadigan xavf pasportini tuzishga imkon beradi. Xatarlar xaritasi va pasportidan foydalanish mumkin bo'lgan xavflarni kuzatish va xavflarni boshqarish dasturi yordamida ularni minimallashtirish choralarini ko'rish imkonini beradi.

Bank risklarini boshqarish tizimining elementar tarkibini to'ldirish va kengaytirish tavsiya etiladi: amaldagi bank amaliyotida mavjud bo'lgan elementlarga (masalan, boshqaruv subyektlari, risklarni identifikatsiya qilish, xavflarni baholash, risklarni monitoring qilish), xavflarni boshqarish bilan bog'liq tarkibiy qismlarni qo'shish oqibati bank sektori uchun ayniqsa xavfli bo'lgan "tanqidiy zona" ni ajratish. Tashkilotlarni iqtisodiyotning real sektoriga investitsiya qilish mexanizmida "davlat", "kredit tashkilotlari", "korxonalar" o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning institutsional tuzilmasini maqsadli shakllantirish kontragentlarning opportunistik xatti-harakatlarining turli shakllarini oldini olish uchun asos bo'lishi mumkin. Bunday holda, opportunistik xatti-harakatlarning xavfi sezilarli darajada kamayadi.

Tayanch so'z va iboralar

Real sektor, investitsiya, tijorat banklari, innovatsiya, xavf, iqtisodiy tanazzul, kredit, sarmoya, kapital, narx, sanoat, modernizatsiya, iqtisodiyot, texnologiya, tanqislik, moliyaviy sektor, engil sanoat, oziq-ovqat sanoati, yoqilg'i-energetika, ichki bozor, tashqi bozor, kapital qo'yilma, inqiroz, eksport, korxonalar, tashkilot, tashqi qarz, xususiy tijorat institutlari, davlat instituti, innovatsion dasturlar, boshlang'ich xarajatlar, konsentratsiya, soliq

imtiyozlari, jamoatchilik fikri, strategik ko'rsatma, innovatsion investitsiya, innovatsion loyiha, innovatsion tijorat, global inqiroz, institutsional nazariya, institutsional tahlil, tranzaksiya, xarajat, davlat, kredit tashkilotlari, opportunistik xatti-harakatlar konsepsiyasi, cheklangan ratsionallik, bashorat, hiyla bilan o'z manfaatini ko'zlash, axloqiy tartibga soluvchilar, an'analar, urf-odatlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Real sektor deb nimaga aytiladi va unga misollar keltiring?
2. Investitsiyaning ta'rifini ayting?
3. Tijorat banklari nima vazifani bajaradi va uning mijozlari kimlar?
4. Innovatsiya nima va uning ixtirodan nima farqi bor?
5. Iqtisodiy tanazzul deganda nimani tushunasiz?
6. Kredit kategoriyasining o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Moliyaviy sektor deb nimaga aytiladi va u nima vazifalarni bajaradi?
8. Eksport deganda nimani tushunasiz?
9. Xususiy tijorat institutlari deganda nimani tushunasiz?
10. Soliq imtiyozlari deganda nimani tushunasiz va u kimlarga beriladi?
11. Innovatsion investitsiya va innovatsiyasiz investitsiyaning farqini aytib bering?
12. Kredit tashkilotlari vazifalari nimadan iborat?
13. Opportunistik xatti-harakatlar konsepsiyasi deganda nimani tushunasiz?
14. Cheklangan ratsionallik deganda nimani tushunasiz?
15. Hiyla bilan o'z manfaatini ko'zlash deganda nimani tushunasiz?

Testlar

1. Kutilayotgan foyda nazariyasini innovatsion jihati uni nechchi bosqichga bo'lish hisoblanadi?
 - A. ikki
 - B. to'rt
 - C. uch
 - D. Besh

2. Kutilayotgan foyda dasturi nazariyasi zamonaviy iqtisodiyotning asosiy nazariyalaridan biri bo'lib, qanaqa jarayonni tavsiflaydi?

- A. Investitsiya qarorlarini qabul qilish jarayonini
- B. Rejalashtirish qarorlarini qabul qilish jarayonini
- C. Ishlab chiqarish qarorlarini qabul qilish jarayonini
- D. Sotish qarorlarini qabul qilish jarayonini

3. Eng muvaffaqiyatli bo'lgan odamlar kimlar?

A. O'zlarining ongidagi chalkashliklarni minimallashtiradigan va tabiatdagi kamchiliklarni boshqaradiganlardir

B. O'zlarining ongidagi chalkashliklarni maksimallashtiradigan va tabiatdagi kamchiliklarni boshqaradiganlardir

C. O'zlarining ongidagi chalkashliklarni minimallashtiradigan va tabiatdagi barqarorliklarni boshqaradiganlardir

D. O'zlarining ongidagi chalkashliklarni maksimallashtiradigan va tabiatdagi nomutanosibliklarni boshqaradiganlardir.

4. Kutilayotgan Foydali dastur nazariyasida ta'kidlanishicha, muqobil variantlardan birini tanlash zarur bo'lganda, subyektt qanaqa joyni tanlaydi?

- A. har doim kutilgan foyda ko'proq bo'lgan joyni
- B. har doim kutilgan zarar ko'proq bo'lmagan joyni
- C. har doim kutilmagan foyda ko'proq bo'lgan joyni
- D. har doim kutilmagan zarar ko'proq bo'lmagan joyni

5. Fransuz iqtisodchisi Allay o'zining "Xatar ostida bo'lgan aqlli odamning xatti-harakatlari, Amerika maktabining postulatlarini va aksiomalarini tanqid qilishi" asarini nechinchi yilda yozgan?

- A. 1953 yilda
- B. 1958 yilda
- C. 1943 yilda
- D. 1948 yilda

6. Iqtisodiy manfaat deganda nimani tushunasiz?

- A. Bu iqtisodiy ehtiyojlarning namoyon bo'lish shaklidir
- B. Bu iqtisodiy talabning namoyon bo'lish shaklidir
- C. Bu iqtisodiy ehtiyojlarning qondirilish shaklidir
- D. Bu iqtisodiy talabning qondirilish shaklidir

7. Shaxsning iqtisodiy hayotdagi faol roli asosan nima bilan belgilanadi?

- A. Uning xulq-atvorining motivlari bilan
- B. Uning xulq-atvorining yo'nalishlari bilan
- C. Uning xulq-atvorining me'yorlari bilan
- D. Uning xulq-atvoridagi bosqichlari bilan

8. Motiv deganda nimani tushunasiz?

- A. Bu ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan faoliyatning ichki stimuli.
- B. Bu ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan faoliyatning tashqi stimuli.
- C. Bu talabni qondirishga qaratilgan faoliyatning ichki stimuli.
- D. Bu talabni qondirishga qaratilgan faoliyatning tashqi stimuli.

9. Xulq-atvor motivining tarkibiga quyidagilar kiradi.

A. Inson qondirishni istagan ehtiyoj; ehtiyojni qondira oladigan tovar; yaxshilikka erishish uchun zarur bo'lgan harakat; tovarni olish bilan bog'liq xarajatlar.

B. Inson qondirishni istagan talab; ehtiyojni qondira oladigan tovar; yaxshilikka erishish uchun zarur bo'lgan harakat; tovarni olish bilan bog'liq xarajatlar.

C. inson qondirishni istagan ehtiyoj; talabni qondira oladigan tovar; yaxshilikka erishish uchun zarur bo'lgan harakat; tovarni olish bilan bog'liq xarajatlar.

D. inson qondirishni istagan ehtiyoj; ehtiyojni qondira oladigan tovar; yaxshilikka erishish uchun zarur bo'lgan harakat; tovarni sotish bilan bog'liq xarajatlar.

10. Rag'batlantirishni iqtisodiy va iqtisodiy bo'lmaganlarga ajratish mumkin. Ikkinchisiga nimalar kiradi?

A. Tashkiliy, huquqiy, axloqiy-psixologik, ijtimoiy rag'batlantirish kiradi.

B. Siyosiy, huquqiy, axloqiy-psixologik, ijtimoiy rag'batlantirish kiradi.

C. Me'yoriy, huquqiy, axloqiy-psixologik, ijtimoiy rag'batlantirish kiradi.

D. Tashkiliy, huquqiy, axloqiy-psixologik, ijtimoiy-iqtisodiy rag'batlantirish kiradi.

XV BOB. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTIDA ERISHILGAN NAZARIY VA AMALIY NATIJALAR.

15.1. Xulq-atvor iqtisodiyotida erishilgan nazariy va amaliy natijalar.

Iqtisodiy psixologiyaning tiklanishi va xulq-atvor iqtisodining jahon miqyosida ilmiy tadqiqotning dolzarb sohasi sifatida vujudga kelishi ilm-fan rivojlanishidagi integratsiya davriga to'g'ri kelishini tasdiqlangan haqiqat deb hisoblash mumkin. Shu munosabat bilan ta'kidlash mumkinki, zamonaviy iqtisodiy psixologiya va xulq-atvor iqtisodiyoti psixologiya yoki iqtisodiy nazariya doirasidagi ixtisoslashuv emas, balki bu fanlarning integratsiyasi, ular ustidagi ustki tuzilma bo'lib, bu zamonaviy uslubiy inqirozni yengib o'tishga imkon beradi, ya'ni ikkala ona fanining aksiomatik qoidalarini qayta ko'rib chiqish orqali (birinchi navbatda – laboratoriya tajribasi va psixometriya asosida). Xulq-atvor bo'yicha yetakchi iqtisodchilardan biri F. Van Raay bir necha yil oldin bu haqda shunday yozgan edi: “Xulq-atvor iqtisodi – bu psixologiya va iqtisodning uyg'unligi bo'lib, iqtisodiy tizimda, ayrim agentlar kognitiv qobiliyatlarda cheklovlarni namoyish etadigan bozorlarda nima sodir bo'lishini va qaror qabul qilishda tabiiy qiyinchiliklar o'rganadi”.

Shunday qilib, xulq-atvor iqtisodiyotining asosiy funksiyalari (ota-ona fanlari – iqtisodiy nazariya va psixologiyaga nisbatan) bu ikkala asosiy fanlarning yutuqlarini birlashtirish va bu sinergik ta'sirdan iqtisodiy nazariya va psixologiyada metodologik inqirozni yengib o'tishdir. Bizning fikrimizcha, bu funksiyalarni nazariy deb atash mumkin.

Iqtisodiy psixologiya va xulq-atvor iqtisodining navbatdagi funksiyasini G. Tarde o'zining mashhur ikki jildli asarida aniqlagan bo'lib, u "iqtisodiy jarayonlarning psixologik asoslarini o'rganish" kabi eshitiladi va iqtisodiy rivojlanishning hozirgi bosqichida sezilarli darajada takomillashtirilishi mumkin.

Gap shundaki, iqtisodiy jarayonlarning har bir ishtirokchisining o'ziga xosligi va psixologik tabiatini tushunish (hozirda bu jarayonlarda yer sharining deyarli butun aholisi ishtirok etadi) aniq majburiy moment bo'lib, usiz iqtisodiy faoliyatning o'zi muvaffaqiyatli bo'lmaydi. Shaxssiz iqtisodiy agentlarni tahlil qilishdan ommaviy iste'molchilar psixologiyasini (birinchi navbatda reklama) hisobga olishga, ijtimoiy psixologiya yutuqlaridan foydalanishga (kompaniyani bozorda joylashtirishda, uning mahsulotiga

bo'lgan ehtiyojni yaratishda, mehnat motivatsiyasini yaratishda) burilish, ya'ni jamoani tanlash, tashkilotning ichki muhitini o'rganish va boshqalar – bular uzoq vaqtdan beri inson hayotining iqtisodiy sohasiga oid faktlar bo'lib kelgan, bu yo'nalishdagi navbatdagi qadam – iqtisodiyotning haqiqiy individuallasuvi hali amalga oshirilmagan; XX-asrning ikkinchi yarmi iqtisodchilaridan biri ommaviy iste'molchi bilan ishlagan, iste'mol jamiyatini yaratgan va har bir ishtirokchining psixologik xususiyatlarini hisobga olishga urinmagan. Natijada, zamonaviy iqtisodiy soha hamkorlik va o'zaro hurmatdan ko'ra ko'proq D.Karnegi qonunlari asosida qurilgan manipulyatsiya sohasi bo'lib, iqtisodiy amaliyot ishonchli tarzda shuni ko'rsatadiki, iqtisodiyot rivojlanib borar ekan, iqtisodiy jarayonlar obyektga odamni o'ziga xos deb hisoblashdan voz kechish mavjud. Inson kapitali foydasiga "ishchi kuchi" atamasining rad etilishi, menejerlarning shaxsiy xususiyatlariga e'tiborning o'sishi allaqachon sezilarli darajada namoyon bo'ldi. Keyingi navbatda iste'molchilarni ishlab chiqaruvchilar tomonidan ta'sir obyektga sifatida qabul qilishdan voz kechishi vujudga keldi. Biroq, bunday o'tish faqat kuchli nazariy va eksperimental asosda amalga oshirilishi mumkin va bu iqtisodiy psixologiyaning vazifasi bo'lib, uni mafkuraviy deb belgilash mumkin.

Zamonaviy tadqiqotchilar ta'kidlaganidek, xulq-atvorli iqtisodiy nazariya hozirgi vaqtda biz yuqorida yozgan integratsion salohiyatini amalga oshirish emas, balki iqtisodiy fanning o'ziga xos "neoklassik yo'nalishini modernizatsiya qilish" vazifasini bajaradi. Shu bilan birga, Rossiya Fanlar akademiyasining Iqtisodiyot institutida tayyorlangan tahliliy sharhda ta'kidlanganidek, iqtisodiy fanning boshqa sohalarida bo'lgani kabi, zamonaviy xulq-atvor iqtisodiy nazariyasida ham xuddi shunday usullar qo'llaniladi. Biroq, asosiy farq shundaki, xulq-atvor iqtisodiyoti bo'yicha har qanday ish uchun asos eksperimental ma'lumotlar bo'lib, deduktiv iqtisoddan gipotetik-deduktivga o'tish imkonini beradi.

15.2. Xulq-atvor iqtisodiyoti tamoyillari.

- 1) iqtisodiy hodisalarni qidirish, hujjatli tasdiqlash va ko'p marta eksperimental yoki empirik tekshirish;
- 2) xo'jalik yurituvchi subyektlarning harakatlaridagi aniqlikni tushuntirishga qodir bo'lgan muqobil modelni ishlab chiqish;

3) yangi taklif qilingan modeldan ahamiyatsiz, soxta oqibatlarni olish va ularni pravoslav versiyaga nisbatan bashorat qilish qobiliyatini aniqlash uchun haqiqiy ma'lumotlarda tekshirish.

Yuqoridagi tamoyillar asosida xulq-atvor iqtisodiyoti vakillari iqtisodiy nazariyani metodologik, nazariy va amaliy jihatdan sezilarli darajada to'ldirishga muvaffaq bo'ldilar.

Xulq-atvor iqtisodiyoti rivojlanishining asosiy uslubiy natijasi sifatida ko'plab iqtisodchilarning "iqtisod tabiiy fanlar ega ekanligini tekshirish mexanizmining eng muhim bo'g'ini sifatida eksperimentdan foydalanish imkoniyatidan mahrum" degan tezislarining haqiqiy rad etilishini ta'kidlash kerak. "Bunday e'tiqod iqtisodiy bilimlarni empirik tekshirishni amalga oshirishning iloji yo'qligiga olib keldi, ya'ni yagona mumkin bo'lgan metodologiya haqiqiy bo'lmagan taxminlarga asoslangan ("go'yo" tamoyili) "F-bias" edi. Xarakter iqtisodiyoti vakillari: M. Alle, E. Brandstaetter, D. Kahneman, F. Van Raay, V. Smit, A. Tverskiy va boshqalarning mehnati tufayli eksperiment hozirgi zamon iqtisodiy fanining ajralmas qismiga aylandi. Eksperimental va xulq-atvor iqtisodining asoschilaridan biri – V.Smit ta'kidlaydi: "Har bir laboratoriya tajribasi ayirboshlashga sabab bo'lgan dastlabki zahiralar, mablag'lar, imtiyozlar va xarajatlarni ko'rsatuvchi atrof-muhit sharoitlari orqali aniqlanadi. Atrof-muhitning elementlari eksperimentator tomonidan boshqariladi, pul mukofotlari yordamida kerakli muayyan tizimni, xarajat-xarajat konfiguratsiyasini rag'batlantirish. Eksperimentda, shuningdek, bozor aloqasi tilini (xabarlarini), aloqalarni (xaridor tomonidan taklif qilinadigan takliflar yoki narxlar; sotuvchilarning takliflari; bitimlar), axborot almashinuvini tartibga soluvchi qoidalar va xabarlar bilan bog'liq bo'lgan qoidalarni o'rnatadigan institutlardan foydalaniladi. Ushbu muassasalar eksperimental instruktorlar tomonidan tashkil etilgan bo'lib, ular eng ko'p kompyuter tomonidan boshqariladigan bozor harakatlarining xabarlari va ketma-ketligini tavsiflaydi. Oxir-oqibat, biz eksperiment ishtirokchilarining kuzatilgan xatti-harakatlarini atrof-muhit sharoitlari va boshqariladigan o'zgaruvchilar bo'lgan muassasalar funksiyasi sifatida olamiz.

Xulq-atvor iqtisodiyotining nazariya sohasidagi asosiy yutuqlaridan biri iqtisodiy xulq-atvor asoslari haqidagi tezisning takomillashtirilishi hisoblanadi. Ma'lumki, pravoslav iqtisodiy nazariyada tizimni tashkil etuvchi

tamoyillardan biri XVII-XVIII asrlar falsafiy asarlariga borib taqaladigan xo'jalik yurituvchi subyektlarning oqilona xulq-atvori tamoyilidir.

R.Dekart falsafada ratsionalizm asoschisi hisoblanadi. Uning fikricha, aql va bilish ijtimoiy hodisa emas, balki tabiatan shaxsga berilgan qobiliyatdir. "To'g'ri hukm qilish va haqiqatni yolg'ondan ajratish qobiliyati ... tabiatan hamma odamlar uchun bir xildir". Utilitar faylasuf I. Bentam Ratsionalizmni boshlang'ich nuqta sifatida olib, zamonaviy iqtisodiy fan uni XVIII-asrda kanonik shaklda tuzilgan postulat sifatida oldi. Unga ko'ra, inson doimiy ravishda "yaxshilikni hisoblash" jarayoni bilan shug'ullanadi, ya'ni qarorlarining barcha ijobiy va salbiy oqibatlarini hisoblab, o'zi uchun eng foydali xulq-atvor turini hisoblashga harakat qiladi. Erkin raqobat elementi bilan kapitalizm falsafasi, shuningdek, G'arb ratsionalistik etikasi asosida inson haqidagi ana shunday qarash yotadi. O'tgan asrning o'rtalarida "yaxshilikni hisoblash" tamoyili "kutilayotgan foydalilikni maksimal darajada oshirish" tamoyiliga aylantirildi. Shu sababli, inson o'z harakatlarning barcha ijobiy va salbiy oqibatlarini emas, balki har safar ularning paydo bo'lish ehtimolini ham hisobga olishi kutiladi. Masalan, mashina sotib olayotganda u uning narxini, tez haydashdan zavqlanishini va tanishlarning hasadgo'y qarashlarini, shuningdek, o'g'irlik, baxtsiz hodisalar, ta'mirlash xarajatlari va hokazolarni hisobga oladi.

Zamonaviy iqtisodiy fanda mahalliy iqtisodchi V.S. Avtonomov, ratsionallikni tushunishning ikkita yondashuvi mavjud:

- rasmiy, bu turkumda iqtisodiy tizimni optimallashtirish usullari va tartiblari majmui sifatida qaraladi;
- funksional, bunda ratsionallik ko'pchilik ijtimoiy fanlarning asosiy modeli, o'ziga xos abstraksiya, iqtisodiy faoliyat standarti hisoblanadi.

Ikkinchi holda, ijtimoiy fanlar uchun an'anaviy ma'noda oqilona xulq-atvorni, eng qisqa (iloji boricha) yo'llar bilan, ushbu tizimni uning gomeostazini saqlab qolish va oshirishga olib keladigan (shu ma'noda) deb tasniflash mumkin. Xuddi shunday qarashlarni, xususan, xulq-atvor iqtisodiyoti sohasidagi yetakchi olimlardan biri, "cheklangan tanlash" nazariyasi muallifi, Nobel mukofoti sovrindori G. Saymon ham har qanday tizimning muvozanat momentlari va uning muhitga moslashuvi optimal xulq-atvoriga nisbatan neytraldir, chunki tizimning muvozanat holati hali uning optimal holatini anglatmaydi. Shunday qilib, mazmunan ratsionallik

subyektning idealga intilish qobiliyatini tan olishga, xarajatlar va natijalar nisbatini optimallashtirishga olib keladi.

Optimallashtirish prinsipiga qo'shimcha ravishda, olimlar ratsional xatti-harakatni tavsiflovchi yana bir momentni – xatti-harakatlarning o'zini o'zi belgilashini ajratib ko'rsatishadi. Boshqa xulq-atvor iqtisodchisi, Nobel mukofoti sovrindori M. Allaisning fikriga ko'ra, iqtisodiy ratsionallik ta'rifi shaxsning o'zi maqsadlari va ularga erishishning optimal usullarini bilishi va o'zi uchun belgilashi haqidagi taxminga asoslanadi. Iqtisodiy nazariyaning ana shu asosiga uning asosiy tushunchalaridan biri – “afzallik” asoslanadi. Ushbu konsepsiyaning evristik qiymati har qanday iste'molchining "o'zi afzal ko'rgan narsaga ustunlik berishiga" asoslanadi. Shunday qilib, maqsadli imtiyozlarning o'zaro almashinishi iqtisodiyotda qo'llaniladigan ratsionallik modelining o'ziga xos xususiyati sifatida tan olinishi mumkin. Bu shuni anglatadiki, iqtisodiy ma'noda oqilona xatti-harakatlar faktlari ichki izchil (ya'ni, izchil, ierarxik va tashqi mazmundan mustaqil) imtiyozlar tizimini o'rnatish mumkin bo'lgan joyda ifodalanishi mumkin. Shunday qilib, M. Alle, bir tomondan, inson o'z maqsadlarini mustaqil ravishda qo'yganda oqilona, ya'ni subyektivlikni ko'rsatadi, boshqa tomondan (ko'proq munozarali) – inson ma'lum bir xil vaziyatlardan maqsadni tanlaydi. Eng muhimi, shaxs bir vaqtning o'zida eng dolzarb yo'lni aniq va to'g'ri tanlaydi, bu biz oldingi boblarda ta'kidlaganimizdek, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish amaliyoti va psixologlarning empirik tadqiqotlari natijalari bilan tasdiqlanmagan.

15.3. Iqtisodiy ratsionallikning yana bir muhim tarkibiy qismi.

Iqtisodiy ratsionallikning yana bir muhim tarkibiy qismi bu maqsadlilikdir. Iqtisodiy nuqtai nazardan qaralganda, insonning xatti-harakati ongli maqsadli oqilona individual harakatlar natijasi sifatida talqin etiladi. Bundan tashqari (M.Veberning fikricha) faqat “o'z harakatlarini maqsadlarga, vositalarga va yon ta'sirlarga yo'naltiradigan va shu bilan birga ikkala vositani ham maqsad va maqsadlarni yon ta'sirlar, turli mumkin bo'lgan maqsadlarni bir-biri bilan oqilona bog'laydiganlargina oqilona harakat qiladilar, “boshqa”, shu tariqa maqsadlar ierarxiyasini quradi, ular o'zlarining afzalliklari tizimi bilan belgilanadi. Iqtisodiyotda bu munosabat K.Menger tomonidan shakllantirilib, neoavstriya maktabi vakillari va J.Shumpeter asarlarida yanada rivojlantirildi. Bunday holda, maqsadni ongli ravishda

belgilash apriori sifatida tan olinadi, chunki faoliyatni oldindan rejalashtirish ushbu faoliyatning o'zidan oldin amalga oshiriladi, deb ishoniladi. Maqsadli ratsionallik ham maksimal foydalilikka intilish sifatida, ham o'z ehtiyojlarini yaxshiroq qondirishga intilish sifatida, shuningdek, so'nggi iqtisodiy tushunchalarda "afzalliklar", "vaznlar" va "maqsadlar" shaklida ko'rib chiqiladi.

Ratsionallikni tushunishga yondashuvlarni qisqacha ko'rib chiqishni yakunlab, shuni ta'kidlaymizki, u odatda iqtisodiy nazariyada ma'lum cheklovlar ostida ba'zi bir maqsad funksiyasini maksimal darajada oshirish sifatida ta'riflanadi. Shunday qilib D.N. Hymanga ko'ra, zamonaviy mikroiqtisodiyotda qo'llaniladigan modellarning asosiy xulq-atvorining asosi shundaki, odamlarning xatti-harakatlari operatsiyalardan maksimal foyda olish istagi bilan bog'liq. Shu bilan birga, muayyan maqsadga erishish uchun eng yaxshi vositalarni topish aniq maqsadlarning o'zidan qat'iy nazar amalga oshiriladi. Aksariyat zamonaviy iqtisodchilar tomonidan ma'lum bo'lgan bunday munosabatning shakllanishi D. Yumning bilish nazariyasiga borib taqaladi, bunda ratsionallik maqsad va vositalarning oddiy rasmiy munosabatlariga tushirilgan. Natijada, iqtisodiy ratsionallik tuzilishi individual ong doirasidagi o'ziga xos psixologik jarayonlardan (shubhalar, ikkilanishlar, oraliq qarorlar, maqsadlarni qayta shakllantirish, imtiyozlarning o'zgarishi va boshqalar) butunlay mustaqil deb hisoblanadi.

Iqtisodiyot tanlash faktini o'z-o'zini ta'minlash, to'liq va yetarli deb tahlil qiladi, uning psixologik mohiyatini qavs ichiga oladi. Bu, biz bir necha bor ta'kidlaganimizdek, tadqiqotchilar e'tiborini biosferaning subyektiv tomondan chalg'igan holda o'zgartirish jarayonlariga qaratilishi bilan izohlanadi. Bunday yondashuvdan kelib chiqib, odamlarning xatti-harakatlarini tushuntiruvchi iqtisodiy psixologiyaning tegishli turi quriladi. Jumladan, D. Yumning fikricha, davlat ijtimoiy-siyosiy hayotining asosi bo'lib xizmat qiluvchi axloq individual ta'sirlar muvozanatining natijasidir. Shu bilan birga, zavqlanish istagi har qanday inson harakatining so'nggi asosi sifatida talqin qilinadi. A. Smitning "egoistik shaxs" modeli xuddi shu paradigmaga tegishli. Bozor naqshlarining tavsifi unda iqtisodiy jarayonda ishtirok etuvchi barcha tomonlar: yer egalari, tadbirkorlar, burjuaziya, savdogarlar va ishchilarning manfaatlari o'yinini puxta va har tomonlama kuzatishga asoslanadi.

Natijada N.M.Qizilovanning fikricha iqtisodiy ratsionallikning asosini "iqtisodiy odam"ning "ratsional foydalilikni maksimallashtiruvchi" modeli tashkil etadi. Buni birinchi navbatda marjinal foydalilik nazariyalarida (L. Valras, V. Jevons, K. Menger) uchratish mumkin. Ushbu tushunchalarning asosiy g'oyasi – "foydalilikni maksimallashtirish" – o'zining kelib chiqishi I. Bentamning utilitar ta'limotiga bog'liq. Bu, asosan, ushbu olim uchun eng muhim bo'lgan "baxtni maksimal darajada oshirish" konsepsiyasiga tegishli. I. Bentamning ushbu g'oya asosida qurilgan psixologik ta'limoti, o'z navbatida, XVI-XVIII-asrlar assotsiatsion psixologiyasiga kuchli bog'liq bo'lib, uning eng muhim qoidalari quyidagi o'zaro bog'liq elementlarga qisqartiriladi: tajribaning kompleks sifatidagi tushunchasi, ya'ni hissiy taassurotlar; ishonchli bilimning yagona manbai sifatida to'g'ridan-to'g'ri hayot tajribasi g'oyasi; tajribada mavjud bo'lmagan o'ziga xos apriori g'oyalardan xoli bo'lgan tabula rasa sifatidagi individual ong haqidagi ta'limot; aqliy apparatni uning eng oddiy birliklari sifatida "taassurotlar" ga qisqartirish va aqliy funksiyalarni bunday birliklarning o'zboshimchalik bilan birikmalarining ("assotsiatsiyalari") oddiy natijasi sifatida talqin qilish.

Tashqi dunyodan kelgan ogohlantirishlarga avtomatik ravishda javob beradigan va o'z tanlovida faqat zavq va norozilik hissi bilan boshqariladigan shaxsning ushbu modelidan farqli o'laroq, V. Vundtning eksperimental psixologiyasi va J. Uotsonning bixevioristik ta'limoti konsepsiyani, ya'ni qarorlari va xulq-atvoriga zavq olish istagi bilan cheklanmagan sabablar majmuasi (masalan, tug'ma instinktlar, turli fiziologik va biologik omillar) ta'sir qiladigan faol shaxsni taklif qildi. Iqtisodiyot nazariyasida marjinalizmga muqobil bo'lgan "obyektiv" yo'nalish vakillari iqtisodiy fanning har qanday psixologik oqibatlarini uning chegaralaridan tashqariga chiqarishga harakat qilishdi. Qiymat muammosini qadriyat sifatida tashqi, iqtisodiy bo'lmagan muammolar toifasiga kiritib, radikal antipsixologizm tarafdorlari e'tiborni befarqlik egri chizig'ini tahlil qilishga qaratadilar, ular kutilganidek, inson tabiatining ayrim xususiyatlariga hech qanday maxsus havolalarni o'z ichiga olmaydi. P. Samuelsonning "oshkor qilingan imtiyozlar nazariyasi"da iste'molchidan aniq ratsional hisob-kitoblar yordamida foydalilikni maksimal darajada oshirish talab qilinmaydi – u shunchaki bir variantni boshqasidan afzal ko'rgan holda izchil tanlov qiladi. Foydalilik tushunchasining o'rnini endi afzallik (tanlash) tushunchasi egallaydi. Shunday qilib, ushbu konsepsiya doirasida ma'lum bir funksiyani izchil tanlash va

maksimallashtirishning ekvivalentligi ishonchli tarzda namoyon bo'ladi. Olimning so'zlariga ko'ra, subyektt har doim qandaydir o'ziga xos qiymatni (foydalilik haqidagi mavhum g'oyani emas) maksimal darajada oshiradi, bu protsedura amalga oshiriladigan tanlov harakatlari empirik tarzda kuzatilishi mumkin. Oxirgi holat ushbu nazariyani qat'iy ilmiy mezonlarga muvofiq qurish imkonini beradi.

15.4. Radikal antipsixologizm tendensiyasi.

Radikal antipsixologizm tendensiyasi J.Xiks nazariyasida ham ishlab chiqilgan bo'lib, unda marjinalizmning asosiy qoidalarini qayta ko'rib chiqish matematikaning konseptual tilidan foydalangan holda inson xatti-harakatlarining xususiyatlarini aks ettirishga olib keldi. Bu yerda gap befarqlik egri chiziqlarining qavariqlik, uzluksizlik va sillikli kabi anonim xossalari haqida ketmoqda, shu bilan birga bu tushunchalar va xossalar haligacha nazariy jihatdan muhokama qilinmagan postulatlar maqomiga ega bo'lib, bu ularning marjinalistik taxminlar bilan genetik bog'liqligini ko'rsatadi. Boshqa tomondan, bu nazariya haqiqatda narx nazariyasining har qanday psixologik shartlardan tubdan mustaqilligini ko'rsatdi. Shu bilan birga, I.Bentham psixologiyasi bunday masalalarni hal qilishda o'zining ustuvorligini yo'qotib, narx dinamikasini tavsiflashning mumkin bo'lgan usullaridan biri bo'lib chiqdi. Umuman olganda, J.Xiks tanlov sababini tushuntirishdan ko'ra, tanlov faktini ro'yxatga olishni afzal ko'rdi. Natijada, tanlagan shaxsning psixologik xususiyatlari matematik funksiyalarning eng oddiy xususiyatlariga o'zgartirildi.

Ratsionallik muammosini hal qilishning yana bir varianti institutsionalizm asoschisi T.Veblen konsepsiyasida keltirilgan. Bu nazariya aslida Charlz Darvinning evolyutsion ta'limoti, V. Jeyms psixologiyasi va V. Magdugalning individual psixologik g'oyalari sintezidir. T.Veblen iqtisodiy shaxsning asosiy inson instinktlarining turli kombinatsiyalaridan shakllangan ikkita xulq-atvor modelini ajratib ko'rsatadi – "ishlab chiqarish xulq-atvori" va "pul raqobati". Ikkinchisi foydasiz tuzilmalarni keltirib chiqarishi mumkin, ular iqtisodiy nuqtai nazardan ko'pincha to'g'ridan-to'g'ri foyda olishga ham qaratilmaydi. Masalan, yirik monopolist tadbirkorlarning sanoat tizimining o'zini iloji boricha ko'proq egallashga yo'naltirilgan faoliyati ijtimoiy ishlab chiqarish jarayoniga halokatli, uning samaradorligiga to'sqinlik qiladi. Natijada, zavq izlovchi ratsional maksimallashtirish modeli

bunday iqtisodiy xatti-harakatlarni adekvat tavsiflash uchun samarasiz bo'lib chiqdi.

Iqtisodiy ratsionallikning umumiy masalalarini tahlil qilib, A.Marshall uning faraziy holatiga ishora qiladi: insonning iqtisodiyotdagi barcha harakatlari xuddi shunday kontekstda ko'rib chiqiladi, go'yo ular butunlay ratsional edi. Shu munosabat bilan V.S. Avtonomov "foydalilikni oqilona maksimallashtirish" konsepsiyasining qo'llanilishi chegaralarini belgilaydi: boshqa shaxslarning mumkin bo'lgan javob harakatlarini hisobga olish zarurati yo'qligi va bir qator qo'shimcha gipotezalar, modellar va taxminlarni kiritish (masalan, xo'jalik yurituvchi subyektlarning bir xil xatti-harakatlari haqidagi farazlar, raqobat tushunchalari, bozorlarning muvozanati va inklyuzivligi va boshqalar). L. fon Miesening fikricha, mutlaqo oqilona inson xulq-atvori faqat mukammal bozor sharoitida mumkin bo'ladi va agar tegishli antropologik model ba'zi hollarda ishlamasa, bu faqat bozorning o'zini nomukammalligini, tashqi omillar ta'sirini buzib ko'rsatishi mumkin.

Nemis tarixiy maktabi vakillari (M.Veber, V.Zombart, F.List, G.Shmoller) "Iqtisodiy odam" tushunchasini tanqid qilar ekan, inson o'z xulq-atvorida ratsionallik mulohazalari bilan emas, balki odatlar va an'analar bilan boshqarilishini ta'kidladilar. Demak, M.Veberning fikricha, foyda olish ishtiyoqining boshqarib bo'lmaydigan energiyasi o'z-o'zidan hali kapitalistik ruhning o'ziga xos belgisi emas – uni bir qator xususiyatlarga ko'ra ratsionalizatsiya qilish kerak, masalan:

- a) korxonada erkin mehnatni oqilona tashkil etish;
- b) iqtisodiy faoliyatni tartibga solish;
- c) iqtisodiy faoliyatning siyosiy kurash yoki mantiqsiz chayqovchilikka emas, balki tovar bozoriga yo'naltirilishi;
- d) biznesni uy xo'jaligidan ajratish.

Ushbu rasmiy shartlarni qaror qabul qilishning o'ziga xos ratsional tartib-qoidasidan farqlash kerak, chunki uning tashkil etuvchi elementlari sifatida Veber nazorat, muvofiqlashtirish, tashabbus, tahlil va moslashuvchan narx siyosatini ajratib ko'rsatadi.

An'anaviy iqtisodiy madaniyatning yot muhitida o'z o'rnini egallashga harakat qilib, ishlab chiqarishni oqilona tashkil etishning ushbu elementar shakllari jiddiy qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Kapitalizmning dastlabki bosqichida ishchining iqtisodiy motivatsiyasi hali ham zamonaviy ilmiy tipdagi tadbirkorning munosabatidan juda farq qiladi, chunki uning fikriga

ko'ra, u asrlar davomida tarbiyalangan mutlaqo boshqa ruhiy madaniyatga asoslangan. Ushbu madaniyatga muvofiq, daromadning ko'payishi, odam ishni osonlashtirishni afzal ko'radi. Yangi iqtisodiy va antropologik tipning paydo bo'lishidan oldin odamda iqtisodiy oqilonalik uchun zarur bo'lgan axloqiy va psixologik fazilatlar asta-sekin rivojlana boshlaydigan chuqur tarixiy va madaniy jarayonlar bo'lishi kerak edi: ehtiyotkorlik, qat'iyatlilik, vazminlik, mo'tadillik va qat'iyatlilik; vaziyatni hushyorlik bilan baholash qobiliyati, tadbirkorlik, tamoyillariga sodiqlik, tanlangan ishga sadoqat, halollik. Bunday odam kapitalning ko'payishini pul tomonidan berilgan zavqlardan butunlay voz kechish bilan butun hayot tarzini tashkil etadigan axloqiy me'yor sifatida tushunadi. Bunday yondashuv sivilizatsiya deb ataladi.

Tahlilni yakunlash, asosan V.S. Avtonomovning asarlariga asoslangan. M. Veber va N.M. Qizilova, shuni ta'kidlaydiki, falsafiy nuqtai nazardan, har qanday vaziyat doirasida oqilona va adekvat yo'nalish sifatida ma'lum bir umumiy ratsionallik tushunchasini ajratib ko'rsatish mumkin va bunday xatti-harakatlarning maqsadlariga ba'zi mazmunli cheklovlar qo'yiladi: har bir maqsadni oqilona deb atash mumkin emas, shuningdek, har bir istak oqlanmaydi. Shuning uchun ham subyektning xo'jalik faoliyati doirasidagi oqilona xulq-atvorini aniqlash uchun (N.M.Qizilova bo'yicha) oltita mazmunli tuzilmani ajratib ko'rsatish mumkin: optimallashtirish, xabardorlik, afzalliklar tizimining o'zaro izchilligi, maqsadni belgilash, rasmiyatchilik (tarkib maqsadlariga nisbatan betaraflik) va antipsixologizm (tanlovni shakllantirish jarayonlaridan mustaqillik).

Aynan shu shaklda ratsionallik tamoyili XX-asrning ikkinchi yarmida xulq-atvor iqtisodiyoti tomonidan jiddiy tanqidga uchradi. Uning rad etishining boshlanishi J. Stiglerning ma'lumotlarning noyobligi va qimmatligi haqidagi nazariyasi bilan belgilandi. G. Simon asosiy neoklassik tezis tanqidchilarining bosimi ostida, J. Stigler g'oyasini iqtisodiy subyektlarning cheklangan bilish qobiliyatlari bilan bog'liq bo'lgan to'liq bo'lmagan ratsionallik tezisi bilan to'ldirdi va shu bilan postulatning o'zini saqlab qoldi. Ushbu tamoyilga ko'ra, jamiyatda amal qiladigan muloqot va qarorlar qabul qilish qoidalari oqilona hisob-kitoblarning natijasi emas, balki asosan atrof-muhit bosimining natijasidir. Shu bilan birga, hech qanday ma'lumot ta'sir o'tkazishga qodir emas, balki faqat "haqiqiy, ya'ni ijtimoiy-me'yoriy testdan o'tdi". Iqtisodiyot tamoyiliga hujumni davom ettirib, iqtisod bo'yicha 2002

yilgi Nobel mukofoti sovrindori D. Kahneman "ratsional tanlov modellari psixologik jihatdan haqiqiy emasligini" isbotladi. Amerikalik iqtisodchi psixologning fikricha, aksariyat qarorlar intuitiv tarzda qabul qilinadi va intuitsiyani boshqaradigan qoidalar idrok qilish qoidalariga o'xshaydi.

15.5. Xulq-atvor iqtisodiyotining asosiy amaliy natijalari.

Xulq-atvor iqtisodiyotining asosiy amaliy natijalari birinchi navbatda bozor jarayonlarini tahlil qilish bo'yicha ushbu yo'nalish doirasida ishlab chiqilgan tavsiyalarni o'z ichiga olishi kerak. Shunday qilib, XVIII-asrda mashhur iqtisodchi A. Smit o'zining "Axloqiy his-tuyg'ular nazariyasi" (1759) ilmiy asarida shunday yozgan edi: bizdan tortib olinadi". Bu (aslida) "xavfdan qochish" (yo'qotishdan voz kechish) tushunchasi. Biroq, faqat bir nechta iqtisodchilar subyektlar tomonidan iqtisodiy qarorlar qabul qilishga ta'sir qiluvchi xatti-harakatlarning psixologik tamoyillariga oid savollarni ko'tardilar, shuning uchun biz aytishimiz mumkinki, bu soha XX-asr boshlariga qadar faol rivojlanmagan.

Iqtisodiy subyektlar psixologiyasi va ularning irratsional xulq-atvorining eng xarakterli misoli olimlar tomonidan birinchilardan bo'lib aniqlangan va o'rganilgan olomon effekti deb ataladi. Bu ta'sir fransuz psixologi G. Lebon tomonidan 1895 yilda nashr etilgan "Olomon psixologiyasi" kitobida va rus sotsiologi N.N. Mixaylovskiy 1896-yilda nashr etilgan "Yo'l boshchi va olomon" kitobida. Bu mohiyatan ijtimoiy-psixologik asarlarda bir guruh bo'lib harakat qiladigan shaxslar, jamoaviy ongga ega bo'lgan yagona yaxlitlikka aylanishi isbotlangan va bu ongda guruh a'zolari o'zlarini yolg'iz harakat qilgandan ko'ra qarama-qarshi yo'l tutishadi. Biroq, pravoslav iqtisodiy nazariya hali ham metodologik individualizm tezisiga ustunlik qiladi. So'nggi yillarda Rossiya ilmiy sohasi Le Bon va Mixaylovskiy ma'lumotlarini iqtisodiy fan bilan birlashtirmoqda. Shunday qilib, A.Ya. Rubinshteyn jamoat manfaatlarining shaxsiy manfaatlarga qaytarilmasligi tamoyilini asoslab berdi va A.N. Neverov subyektivlikning tarqalishi prinsipini kiritdi, bu bizga iqtisodiy xatti-harakatlarning ko'p martalik belgilanishini ko'rib chiqishga imkon beradi. Amaliyotchi iqtisodchilar uchun (va bu xulq-atvor iqtisodiyotining katta roli) bozorlarda olomon effekti ishlashi aniq. Shunday qilib, 1841 yilda C. Makkey o'zining "Olomonning g'ayrioddiy aldanishi va aqldan ozganligi haqidagi xotiralar" kitobida bozorda "spekulyativ pufakchalar" shakllanishini ommaviy

isteriyaning epizodik portlashlari bilan izohladi. Bunday isteriyaning eng mashhur misollari 1636 yildagi "lola maniyasi" va 1840 yildagi Kaliforniya "oltin zarbasi", 1929-1934 yillardagi global moliyaviy inqirozlar, Buyuk depressiya, 1987, 1998 yillardagi keskin bozor inqirozi, inqiroz – 2008- 2010 yil, moliyaviy bozorlarda narx dinamikasida keskin o'zgarishlarga olib keldi.

Bugungi kunda ko'plab moliyaviy tahlilchilar bozor maksimal va minimal qiymatlarga erishgan paytlarda yuzaga keladigan barcha keskin narxlarning o'zgarishi olomonning xatti-harakatlari bilan bog'liq deb hisoblashadi. Shunday qilib, 1944 yilda J. fon Neumann va O. Morgenstern ko'plab moliyaviy modellar asosida "kutilgan foydalilik nazariyasi" ni ishlab chiqdilar. Bu nazariyaga ko'ra, odamlar o'z tajribasiga emas, balki iqtisodiy nazariyalarning bashoratlariga muvofiq taqdim etilgan ma'lumotlarga tayangan holda o'z kutishlarini shakllantiradilar. Misol uchun, agar hukumat inflyatsiyaga qarshi kurashish uchun barcha zarur choralarni ko'rayotganini da'vo qilsa, odamlar o'z kutishlarini ushbu ma'lumotlarga muvofiq o'zgartirishi kerak. Deyarli darhol ushbu taxminlarning universalligiga shubha tug'diradigan ko'plab misollar paydo bo'ldi.

Ehtimol, bu sohadagi eng muhim ish D. Kahneman va A. Tverskiyning 1979 yilda nashr etilgan "Istiqbol nazariyasi: xavf ostida qaror tahlili". Unda mualliflar qaror qabul qilishda iqtisodiy agentlarning ratsionalligidan foydalanadigan nazariyaning muvaffaqiyatsizliklarini tushuntirish uchun psixologik usullarni qo'llagan. D. Kahneman va A. Tverskiy tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalari shuni ko'rsatadiki, shaxsning mutlaq qiymati bo'yicha bir xil bo'lgan pul mablag'larini yo'qotish va sotib olish hissiyotlari simmetrik emas. Odamning, masalan, 1000 dollarni qo'lga kiritishdan qoniqish darajasi xuddi shu miqdorni yo'qotishdan umidsizlik darajasidan ancha past. Biroq, yo'qotishdan qochish istagi xavfdan qochish istagi bilan bog'liq emas. Haqiqiy hayotda, yo'qotishlardan qochib, odamlar qat'iy oqilona harakat qilishgan va o'zlari uchun foydani maksimal darajada oshirishga harakat qilgandan ko'ra kamroq xavf tug'diradilar. Istiqbol nazariyasi, shuningdek, odamlar ehtimollik haqida noto'g'ri baho berishlarini aytadi: ular sodir bo'lishi mumkin bo'lgan voqealar ehtimolini kam baholaydilar, kamroq bo'lgan voqealarni ortiqcha baholaydilar va kichik bo'lsa-da, ehtimoldan yiroq bo'lgan voqealarni rad etadilar.

Keyingi nazariya – "qimmatli qog'ozlar bozoriga yuqori xavf ta'siri". Aksiyalar obligatsiyalardan ko'ra xavfliroq moliyaviy vositalar ekanligini

hamma biladi, chunki ular bilan kelajakdagi daromadlar bilan bog'liq noaniqlik ko'proq. Shunday qilib, tarixan fond bozoridagi o'rtacha yillik daromad obligatsiyalar bozoridagiga qaraganda 8-10% yuqori. Risk mukofotining bu qiymati 1985 yilda R. Mera va E. Preskott o'zlarining "Qimmatli qog'ozlar uchun xavf-xatar mukofoti topishmoqlari" asarida aslida u haddan tashqari yuqori ekanligini va mavjud bo'lganlarga mos kelmasligini ko'rsatgunga qadar investorlarning riskga nisbati haqidagi taxminlari normal deb hisoblangan. R. Mera va E. Preskott hisoblaganidek, 8-10% miqdoridagi talab qilinadigan mukofot xavfdan qochishning shunday darajasiga to'g'ri keladi, bunda "investorlar teng ehtimollik bilan olib keladigan operatsiyaga sarmoya kiritishdan ko'ra, taxminan 51,200 AQSh dollari olishni afzal ko'radilar, daromad 50 000 AQSh dollari yoki 100 000 AQSh dollari". Bu holat investorlar tomonidan xavf-xatarlardan juda yuqori darajada voz kechishini anglatadi va bu haqiqat emas. Bu fakt 1995 yilda S. Benardji va R. Teylorning "Tavakkaldan asossiz nafratlanish va qimmatli qog'ozlar uchun tavakkal mukofotining topishmoq" asarida tushuntirilgan. Istiqbollar nazariyasi farazlariga va bir qator zarur hisob-kitoblarga asoslanib, ular qimmatli qog'ozlar uchun bunday yuqori xavf mukofotining asosi yo'qotishdan voz kechish ekanligini ishonchli isbotladilar, chunki obligatsiyalardan farqli o'laroq, aksiyalarning yillik salbiy daromadlari juda keng tarqalgan. Avvalroq D. Kahneman va A. Tverskiy tomonidan ko'rsatilgandek, kichik yo'qotishlar uchun salbiy foydalilikning mutlaq qiymati shunga o'xshash daromad uchun foydalilik qiymatidan 2,25 baravar yuqori, ya'ni, masalan, 225 birlik olishdan ijobiy his-tuyg'ular o'lchovi, ya'ni daromad mutlaq qiymatda 100 birlikni olishdan salbiy his-tuyg'ular o'lchoviga teng.

Keyingi nazariya "dispozitsiya effekti" dir. Bu ta'sir birinchi marta 1985 yilda M. Statman va X. Shefrin tomonidan aniqlangan. Buning ta'siri portfel investorlarining o'z portfellarida foyda keltirmaydigan asossiz uzunlikdagi aksiyalarni saqlashga va foyda keltiruvchi aksiyalarni keraksiz ravishda tezda sotishga moyilligidadir. Klassik investitsiya strategiyalari nuqtai nazaridan bunday xatti-harakatlar mantiqiy emas, chunki aksiyani sotib olish narxi va uning joriy bozor narxi o'rtasidagi nisbat uni sotish to'g'risida qaror qabul qilishda hal qiluvchi omil bo'lmasligi kerak. Klassik nazariyaga ko'ra, agar qimmatli qog'ozlar ko'tarilishi kutilsa, ushlab turilishi va tushishi kutilsa, sotilishi kerak.

15.6. Hozirgi vaqtda eng rivojlangan sohalar.

Hozirgi vaqtda quyidagi sohalar eng rivojlangan:

- xavf va noaniqlik sharoitida shaxsni oqilona tanlash nazariyasi (D. Kahneman va A. Tverskiyning istiqbolli nazariyasi, E. Brandstaetterning ustuvor evristik (prioritet evristik) nazariyasi, shuningdek, kutilmagan foydalilikning boshqa nazariyalari (kutilmagan foydalilik), aniqlangan tipik og'ishlar, shaxsning xatti-harakatlaridagi stereotiplar, kognitiv evristika deb ataladi);

- o'yin nazariyasi va savdolashish nazariyasi (nazariyaning pravoslav versiyasining ko'plab eksperimental tasdiqlari mavjudligiga qaramay, tahlil qilinadigan hodisalarning katta maydoni uchun u zaif bashorat qilish qobiliyatini namoyish etadi, buning oqibati shunday shakllanishdir - xulq-atvor o'yin nazariyasi deb ataladigan, ultimatum va diktator o'yini deb ataladigan o'yinlarni tahlil qilish natijasida adolatli muvozanat tushunchasi);

- auksion nazariyasi, kim oshdi savdosi turiga (golland, ingliz, amerika) qarab turli narx strategiyalarini eksperimental sinovdan o'tkazish va an'anaviy modellarning real ma'lumotlarga ta'sirini tasdiqlash darajasini aniqlash.

Shu bilan birga, yuqoridagi fikrlarga qaramay, shuni ta'kidlash kerakki, xulq-atvor iqtisodiy nazariyasi hozirda o'zining shakllanishini endigina boshlamoqda. Ushbu tezis quyidagi asosiy fikrlarga asoslanadi.

Birinchiidan, yaqin vaqtgacha iqtisodiy hamjamiyatda neoklassik, evolyutsion va institutsional bilan bir qatorda yangi tadqiqot dasturining mavjudligi haqida hech qanday gap bo'lmagan. Biroq, so'nggi bir necha yil ichida vaziyat keskin o'zgardi.

Ikkinchiidan, 1950-yillardan 2000-yillarga qadar iqtisodiyotning xulq-atvor sohasi neoklassiklarning asosiy postulatlarini soxtalashtirish va tekshirishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ydi, shu bilan nazariyani emas, balki nazariyani tanqid qilish vazifasini bajaradi. Biroq, ushbu yo'nalishga rioya qiluvchi olimlarning ishlarida empirik va eng muhimi eksperimental ma'lumotlarning to'planishi bilan naqsh va tushunchalar tobora ko'proq paradokslarni almashtirmoqda.

Uchinchiidan, xulq-atvor iqtisodiyoti va iqtisodiy psixologiya sohasiga ixtisoslashgan olimlarning xalqaro institutsional integratsiyalashuvi jarayoni boshlandi. Xususan, 2009 yilda IAREP (Iqtisodiy psixologiya sohasidagi tadqiqotchilar xalqaro assotsiatsiyasi) va SABE (Xulq-atvor iqtisodiyotini

rivojlantirish jamiyati) ni birlashtirgan qo'shma uyushma tashkil etildi. Bu sohaga ixtisoslashgan xalqaro jurnallar soni ortib bormoqda. Shunday qilib, Journal of Socio Economics va Psychology and Economics jurnali Iqtisodiy psixologiya jurnaliga qo'shildi.

Va nihoyat, xulq-atvor iqtisodiyoti sohasidagi nashrlarga yuqori xalqaro qiziqish saqlanib qolmoqda. Shunday qilib, o'tgan yil natijalariga ko'ra, jahon standartlari bo'yicha nisbatan yosh (1986 yildan beri) "Iqtisodiy psixologiya jurnali" barcha iqtisodiy jurnallar orasida impakt faktor bo'yicha yuqori 37-o'rinni egalladi.

Shunday qilib, hozirda to'plangan empirik va eksperimental ma'lumotlarni umumlashtirish jarayoni mavjud bo'lib, u iqtisodiy fan doirasida yangi tadqiqot dasturi sifatida xulq-atvor iqtisodiy nazariyasini shakllantirish yo'nalishi bo'yicha tabiiy ravishda rivojlanmoqda, bu esa iqtisodiy fanni yo'q qilish vazifasidan tashqariga chiqadi, ya'ni neoklassitsizmning to'siqlari" (D.Kahneman, I.A.Pavlov, V.Smit va boshqalar).

Tayanch so'z va iboralar

Xulq-atvor iqtisodiyotining tamoyillari, iqtisodiy ratsionallik, radikal antipsixologizm tendensiyasi, iqtisodiy psixologiya, metodologik inqiroz, sinergik effekt, iqtisodiy faoliyat, manipulyatsiya, inson kapitali, ishchi kuchi, obyekt, mafkura, deduktiv iqtisod, iqtisodiy hodisalar, iqtisodiy agent, muqobil model, metodologiya, eksperimentator, konfiguratsiya, ratsionalizm, kanonik shakl, postulat, kapitalizm, erkin raqobat, etika, funksional, gomeostazi, cheklangan tanlov, muvozanat, subyektt, ideal, xarajat, natija, optimallashtirish, ratsional, afzallik, konsepsiyaning evristik qiymati, maqsadli imtiyozlar, ratsionallik modeli, empirik tadqiqotlar, maqsadlar ierarxiyasi, maksimal foyda, maksimalashtirish, tranzaksiya, psixologik jarayonlar, ijtimoiy-siyosiy hayot, iqtisodiy shaxs, aqliy apparat.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Sizningcha xulq-atvor iqtisodiyotining tamoyillari nimalardan iborat?
2. Iqtisodiy ratsionallikning mohiyatini tushuntirib bering?
3. 3.Radikal antipsixologizm tendensiyasi deganda nimani tushunasiz?

4. Metodologik inqiroz deganda qanaqa inqirozni tushunasiz?
5. Inson kapitali mohiyatini tushuntirib bering?
6. Deduktiv iqtisod deganda nimani tushunasiz?
7. Muqobil modelning mohiyatini tushuntirib bering?
8. Kanonik shakl deganda nimani tushunasiz?
9. Erkin raqobatda yengib chiqish uchun nima qilmoq kerak?
10. Cheklangan tanlovning mohiyatini tushuntirib bering?
11. Konsepsiyaning evristik qiymati qanday hisoblanadi?
12. Empirik tadqiqotlar deganda nimani tushunasiz?
13. Psixologik jarayonlarga qaysi jarayonlar kiradi?
14. Ijtimoiy-siyosiy hayot iqtisodiy hayotdan nimasi bilan farq qiladi?

Testlar

1. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning xilma-xilligi turli xil ...
keltirib chiqaradi
 - A. Iqtisodiy manfaatlarni
 - B. Ijtimoiy manfaatlarni
 - C. Siyosiy manfaatlarni
 - D. Psixologik manfaatlarni
2. Har qanday mamlakatning uzoq muddatli manfaatlari nechta
mazmunli maqsadga bog'liq?
 - A. uchta
 - B. beshta
 - C. ikkita
 - D. To'rtta
3. Ijtimoiy tizimdagi ziddiyat qanday bo'lishi mumkin emas?
 - A. Ongsiz bo'lishi mumkin emas
 - B. Ongsiz bo'lishi mumkin
 - C. Ongli bo'lishi mumkin emas
 - D. Ongli bo'lishi mumkin
4. Xulq-atvor (ijtimoiy) nizing nechta subyektiv va funksional
jihatdan o'zaro bog'liq shakllari mavjud?
 - A. to'rtta
 - B. ikkita
 - C. uchta
 - D. Beshta

5. Haddan tashqari holatda, guruhlararo ziddiyatni qanday hal qilish mumkin?

- A. Zo'ravonlik yordamida
- B. Tinch yo'l bilan
- C. Kelishuv yo'li bilan
- D. Siyosiy yo'l bilan

6. Ijtimoiy hayot faqat ong mahsuli bo'lib qolaversa, undan ..., ijtimoiy qadriyatlar sifatida begonalashadi.

- A. Axloqiy kategoriyalar
- B. Iqtisodiy kategoriyalar
- C. Psixologik kategoriyalar
- D. Falsafiy kategoriyalar

7. Zamonaviy rivojlangan iqtisodiyotda bozor qanday funksiyani bajaradi?

- A. Hayotning asosi
- B. Iqtisodiyotni barqarorlashtiruvchi
- C. Muvozanatni o'rnatuvchi
- D. Bandlikni ta'minlovchi

8. Davlat iqtisodiyotni qanday tartibga soladi?

A. Soliqqa tortish, budjetni qayta taqsimlash, qonunchilik, majburiy standartlarni (shu jumladan iqtisodiy) ishlab chiqish va boshqalar orqali tartibga soladi

B. Soliqqa tortish, budjetni qayta taqsimlash, qonunchilik, majburiy standartlarni (shu jumladan ijtimoiy) ishlab chiqish va boshqalar orqali tartibga soladi.

C. Soliqqa tortish, budjetni qayta taqsimlash, qonunchilik, majburiy standartlarni (shu jumladan siyosiy) ishlab chiqish va boshqalar orqali tartibga soladi

D. soliqqa tortish, budjetni qayta taqsimlash, qonunchilik, majburiy standartlarni (shu jumladan psixologik) ishlab chiqish va boshqalar orqali tartibga soladi

9. Davlat nimaning mahsuli?

- A. Jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishining
- B. Jamiyatning iqtisodiy rivojlanishining
- C. Jamiyatning ijtimoiy rivojlanishining
- D. Jamiyatning siyosiy rivojlanishining

10. Konfutsiy ta'kidlashicha, davlatning kuchi nechta ustunga asoslanadi?

- A. Uhta
- B. Beshta
- C. Ikkita
- D. To'rtta

GLOSSARIY

Aholini ish bilan ta'minlash siyosati – bu ishsizlik darajasini pasaytirish, ish bilan ta'minlashni rag'batlantirish va ishsizlarni ijtimoiy-iqtisodiy qo'llab-quvvatlashga qaratilgan (ish bilan ta'minlash markazlarining ishi, bo'sh ish o'rinlari to'g'risida ma'lumot berish, ishsizlarni qayta tayyorlash, ishsizlik nafaqalarini to'lash).

Altruist – altruizm (frans. altruisme, lot. alter – boshqadan) – axloqiy tushuncha, uning negizida boshqa kishilarga xolis xizmat qilish, ularning baxt-saodati uchun o'z yordamini ayamaslik.

Anomaliya (yun. anomalia) – me'yor (norma)dan chetga chiqish (og'ish); umumiy qonuniyatga zid holat:

Asimmetriya – simmetriyaning bo'lmasligi yoki buzilishi.

Assimilyatsiya – 1) o'xshashlik, aynanlik, qo'shilish, o'zlashtirish; 2) (etnografiyada) – bir xalqning o'z tili, madaniyati, urf-odatlar va b. ni yo'qotishi.

Assortiment (frans. assortiment – tanlab olingan, saralangan) – muayyan belgilariga ko'ra guruhlangan tovarlar turlari, xillari to'plami.

Avtoritarizm (lot. auctoritas – hokimiyat) – davlatni idora qilish usuli.

Bank debet kartasi – Hisob raqamidagi turli to'lovlar va bank operatsiyalarini amalga oshirish imkonini beradigan bankning to'lov kartasi. Uning o'ziga xosligi shundaki, foydalanuvchi faqat o'z pullarini sarflaydi. Siz bunday kartani o'n to'rt yoshda boshlashingiz mumkin. Bu daromad sertifikatini va shunga o'xshash boshqa hujjatlarni talab qilmaydi.

Bir-birining o'rnini bosadigan tovarlar – o'zining belgilangan vazifasi, qo'llanilishi, sifat va texnik xususiyatlari, narxi hamda boshqa parametrlari bo'yicha taqqoslanishi mumkin bo'lgan shunday tovarlarki, ularni oluvchi iste'mol qilish chog'ida bir tovarni boshqasiga haqiqatan ham almashtiradi yoki almashtirishga tayyor bo'ladi.

Byurokratiya (frans. bureau byuro, idora; yun. kratos – kuch, hokimiyat, hukmronlik) – dastlab hukumat idoralarining rahbarlari va amaldorlari hokimiyati; keyinchalik jamiyatning turli sohalarida paydo bo'lgan yirik tashkilotlardagi xizmatchilar qatlamini ifodalagan. Boshqaruv va ma'muriyatning zarur qismi sifatida byurokratiya alohida ijtimoiy qatlamga aylanib boradi.

Daromad – keng ma’noda kirim bo’lgan har qanday pul mablag’lari yoki pul qiymatiga ega bo’lgan moddiy boyliklarni olish, iqtisodiy sub’ekt o’z faoliyati natijasiga ko’ra oladigan pul va tovar – moddiy tushum. Daromad pul va moddiy shaklga ega bo’lib, ularning yig’indisi jami daromadni hosil qiladi.

Davlat – mamlakat miqyosida jamiyatni uyushtirish masalalarini hal qilish, uning tashqi munosabatlarini belgilash vakolatlari bo’lgan hukmron tuzilma.

Debet (lot. debet – u qarzdor) – ikki tomonlama (o’ng va chap) jadval ko’rinishidagi buxgalteriya hisob varaqlarining bir (chap) tomoni. Korxonaning pul vositalari va moddiy boyliklari zaxirasi (aktivi) holati va harakati qayd etiladigan hisobvaraqlarning debet tomonida oy boshida boyliklarning mavjudligi (naqdligi) va oy davomida ularning tushumi ko’rsatiladi.

Deviant (deviatsiya lotinchadan, chetga og’ishuvchi fe’l-atvor) bir necha muhim tushunchalarni o’z ichiga oladi.

Dispozitsiya (lotincha dispositio–joylashuv) – huquq normasining tarkibiy qismi bo’lib, unda gipotezada ko’rsatilgan holatlar mavjud bo’lganida huquq sub’ektlari rioya etishlari lozim bo’lgan xatti-harakat qoidasi (huquq va majburiyatlari) ifodalangan bo’ladi.

Dividend (lot. dividendum – taqsimlanadigan narsa) – aksiyadorlar jamiyati foydasidan aksiya egasiga har yili beriladigan va uning daromadiga aylangan qismi.

Egoist – Yegoist – yego, ya’ni “men” so’zidan olingan atama bo’lib, faqat va faqat o’zini o’ylaydigan shaxs. Bunday odam odatda o’ziga bino qo’ygan bo’ladi, ozoda kiyinadi, tashqi ko’rinishiga haddan ziyod ye’tibor qiladi, o’ziga yoqqan narsalardan rohatlanib yuradi, o’z xonasini saranjom-sarishta tutadi, o’z fikridan qolmaydi, bironing fikriga quloq tutmaydi, davraga hadeb qo’shilavermaydi, o’zidan boshqani hurmat qilmaydi.

Eksport (ing., lot. – olib chiqaman, chetga chiqaraman) – tovarlar, xizmatlar, investitsiya, qimmatli qog’ozlar, texnologiyalar va boshqalarni tashqi bozorga olib chiqish.

Ekvivalent (lot. – teng va – qimmatli, ahamiyatli) – biror narsaning o’rnini bosa oladigan yoki uning ifodasi bo’lib xizmat qiladigan teng baholi, teng qimmatli narsa yoki miqdor. E., ayniqsa, tovarlarni qiyoslash va ularni bir-biriga ayirboshlash muhim.

Emotsiya (frans. lot. – larzaga keltiraman, hayajonlantiraman) – odam va hayvonlarning tashqi va ichki qo'zg'atuvchilar ta'siriga nisbatan subyektiv reaksiyalari. Emotsiya qoniqish yoki qoniqmaslik, quvonch, qo'rquv va boshqalar shakllarda namoyon bo'ladi.

Etnik birlik, etnos – kishilarning ma'lum bir tarixiy davrda va ijtimoiy tuzumda tarkib topgan alohida barqaror etnik uyushmasi. Etnik birlik etnografik jihatdan «xalq» ma'nosini anglatsada, lekin unga nisbatan aniq tushunchadir.

Evrastika (yun. peshtzko – izlayman, topaman) – masala yechishning maxsus usullari (evrastik usullar). Masalani aniq matematik modellarga tayanib va an'anaviy usullardan foydalanib yechishning aksi. Evrastik usullardan foydalanish masalani yechish vaqtini ancha qisqartiradi.

Foyda – tovarlar va xizmatlarni sotishdan olingan daromadning bu tovarlarni i. ch. va sotish xarajatlaridan ortiq qismi. Korxonalar va tadbirkorlar xo'jalik faoliyati moliyaviy natijalarining asosiy ko'rsatkichlaridan biri. Foyda pulda ifodalanadi. Foyda bozor daromadi bo'lib, uning qonun-qoidalariga binoan vujudga keladi, taqsimlanadi va ishlatiladi.

Gipermarket – (boshqalardan Anglicism gipermarket – Greeknep – "over-" + market "market")-universal assortimentdagi oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlarini asosan o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish shaklida sotadigan savdo korxonasi.

Ierarxiya (yun. hierarchia, hieros – avliyo va arche – hukmronlik, hokimiyat) – bir butun narsa yoki hodisalar ayrim qismlari yoki elementlarining yuqoridan boshqarilishi.

Ijrochi – maishiy xizmat, uy-joy-kommunal, ta'mirlash-qurilish, transport xizmati va xizmat ko'rsatishning boshqa sohalarida shartnoma bo'yicha iste'molchi uchun ishlar bajaradigan yoki xizmatlar ko'rsatadigan korxonalar, tashkilot, muassasa yoki yakka tartibda faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor.

Import (ing. import – keltirish, olib kelish) – mamlakatning ichki bozorida sotish uchun, shuningdek, ularni uchinchi mamlakatga o'tkazib yuborish uchun chet el tovar va xizmatlari.

Inflyatsiya (lot. inflatio – shishish, bo'rtish, ko'tarilish) , pulning qadrsizlanishi – tovar-pul muvozanatining buzilishi natijasida muomalada xo'jalik aylanmasi ehtiyojlaridan ortiq darajada qog'oz pullar miqdorining

ko'payib ketishi, pul massasining tovarlar massasidan ustunligi natijasida tovar bilan ta'minlanmagan pullarning paydo bo'lishi.

Insofsiz raqobat – xo'jalik yurituvchi sub'ektning yoki shaxslar guruhining iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda afzalliklarga ega bo'lishga qaratilgan, qonun hujjatlariga, ish muomalasi odatlariga zid bo'lgan hamda boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarga (raqobatchilarga) zarar yetkazadigan yoki zarar yetkazishi mumkin bo'lgan yoxud ularning ishchanlik obro'siga putur yetkazadigan yoki putur yetkazishi mumkin bo'lgan harakatlari.

Instinkt (lot. instinctus – uyg'onish, qo'zg'alish) – muayyan sharoitda hayvonlarning bitta turi uchun xos bo'lgan murakkab irsiy xatti harakatlari majmui.

Intuitsiya (lot. intuitio – sinchiklab qarayman) – haqiqatni dalil bilan is-botlamasdan, bevosita fahm-farosat bilan anglab olish qobiliyati; fikran ilg'ab olish («aqliga kelish») yo'li bilan tajriba doirasidan chiqish, shaxsiy qobiliyati yoki bilib olinmagan aloqalar, qonuniyatlarni jonli shaklda umumlashtirish.

Iqtisodiy bo'lmagan omillar – psixologik, ijtimoiy-madaniy – shu qadar muhimki, ular sub'ektlar tomonidan qaror qabul qilishiga bevosita ta'sir ko'rsatishi va hatto klassik va neoklassik yo'nalishlarning iqtisodchilari pul kabi moddiy manfaatlardan ustun bo'lishlari mumkin.

Iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish – xo'jalik yurituvchi subyektlar harakatlarini bunday xo'jalik yurituvchi subyektlardan birortasi bilan ham bir shaxslar guruhiga kirmaydigan yuridik yoki jismoniy shaxs bilan kelishib olish.

Iqtisodiy konsentratsiya – xo'jalik yurituvchi sub'ektning yoki shaxslar guruhining ustunligiga olib keladigan, tovar yoki moliya bozoridagi raqobatning holatiga ta'sir ko'rsatadigan bitimlar tuzish va (yoki) boshqa harakatlarni sodir etish.

Iqtisodiy manfaat – bu iqtisodiy ehtiyojlarning namoyon bo'lish shaklidir.

Iqtisodiyot atamasi – VI-asrda ixtiro qilingan deb ishoniladi. Miloddan avvalgi Yunon shoiri Hespod ikkita so'zni birlashtirgan: "oyko" (uy) va "nomos" (bilish, qonun), bu so'zma-so'z ma'noda san'at, bilim, uy tutish qoidalari to'plamini anglatadi.

Ishlab chiqaruvchi – iste'molchiga realizatsiya qilish uchun tovar ishlab chiqaradigan korxonalar, tashkilot, muassasa yoki yakka tartibda faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor;

Ishsizlik – bir qism iqtisodiy faol aholining o'ziga loyiq ish topa olmasdan qolishi va mehnat zaxirasiga aylanishi. O'zbekistonda Ishsizlik tushunchasi rasman 1992 y. «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi qonunining qabul qilinishi bilan me'yoriy kuchga ega bo'ldi (1998 y. 1 mayda ushbu qonunning yangi tahriri qabul qilindi).

Iste'molchi – foyda chiqarib olish bilan bog'liq bo'lmagan holda shaxsiy iste'mol yoki boshqa maqsadlarda tovar sotib oluvchi, ish, xizmatga buyurtma beruvchi yoxud shu niyatda bo'lgan fuqaro (jismoniy shaxs).

Iste'molchilarning xulq-atvori – iste'mol bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy munosabatlarni amalga oshirish mexanizmi va shakllaridan biri – iste'molchilar munosabatlari.

Kafolat muddati – tovardan (xizmatdan) foydalanishning (onlar hisobidagi) normativ muddati yoki tovar (xizmat)ning muayyan vazifani (necha soatda, nechta ish jarayonida, qancha kilometr masofani bosib o'tib va h.k.) bajarish vaqti tarzida belgilangan muddati bo'lib, bu muddat ichida ishlab chiqaruvchi (ijrochi), basharti tovarni ishlatish (xizmatdan foydalanish) qoidalariga rioya etilgan bo'lsa, tovarning (xizmatning) sifatiga nisbatan normativ hujjatlarda nazarda tutilgan talablar bajarilishini kafolatlaydi va ta'minlaydi.

Kamsituvchi shartlar (sharoitlar) – tovar yoki moliya bozoriga kirish, tovarni ishlab chiqarish, iste'mol qilish, olish, realizatsiya qilish, o'zgacha tarzda boshqa shaxsga o'tkazish shartlari (sharoitlari) bo'lib, ular boshqa teng shartlarda (sharoitlarda) bitta yoki bir nechta xo'jalik yurituvchi sub'ektni o'zga xo'jalik yurituvchi sub'ekt (raqobatchi) bilan taqqoslaganda teng bo'lmagan holatga solib qo'yadi.

Kassa cheki – tovarning sotib olinganligini yoki ish (xizmat)ning haqi to'langanligini tasdiqlaydigan, tovar (ish, xizmat)ning bahosi, haq to'langan sana va kassa apparatining nomeri ko'rsatilgan hujjat.

Kelishib olingan harakatlar – tovar yoki moliya bozorida ikki yoki undan ortiq xo'jalik yurituvchi sub'yektning bozorning mazkur ishtirokchilaridan har birining manfaatlarini qanoatlantiradigan va ulardan har biriga oldindan ma'lum bo'lgan, raqobatni cheklashga olib keladigan yoki olib kelishi mumkin bo'lgan harakatlari.

Kelishuv – ikki va undan ortiq taraflarning raqobatni cheklashga olib keladigan yoki olib kelishi mumkin bo'lgan, hujjatda yoki bir nechta hujjatda aks etgan yozma shakldagi shartlashuvi, shuningdek og'zaki shakldagi shartlashuvi.

Konflikt (lot. conflictus – ixtilof, to'qnashish) – qarshi tomonlar, fikrlar, kuchlar to'qnashuvi.

Konsepsiya (lot. conceptio – majmua, tizim) – 1) biror sohaga oid qarashlar, tamoyillar tizimi, fakt va hodisalarni tushunish, anglash va izohlashning muayyan usuli, asosiy nuqtai nazar; 2) adabiyotda – biror asarning asosiy g'oyasi. Konsepsiya badiiy asar mohiyatini, ijodkorning m«yeni»ni ifoda etadi.

Konyuktura – lotincha so'z bo'lib, holat degan ma'noni anglatadi, u keng ma'noda ularning o'zaro aloqasidan olingan shartlarning yigindisi, o'tar sharoit.

Korporatsiya (lot. corporatio – birlashma, uyushma, hamjamiyat) – rivojlangan yirik aksiyadorlar jamiyati, biron bir faliyat uchun uyushgan huquqiy va jismoniy shaxslar majmui. Korporatsiya bir kasb yoki faoliyat sohasida fuqarolarni birlashtirishi ham mumkin.

Kredit (lot. creditum – qarz, credo – ishonaman) – pul mablag'lari, tovar va xizmatlarni kelishilgan ustama (foiz) to'lab qaytarib berish sharti bilan ma'lum muddatlarga qarzga berish.

Kredit kartasi – bankning kredit mablag'lari hisobidan tovarlar va xizmatlar uchun naqdsiz to'lashda ishlatilishi mumkin bo'lgan bank kartasidir. Kredit kartasida debet (overdraft) kartadan farqli ravishda karta egasi (qarz oluvchi) o'z mablag'larini saqlay (to'play) olmaydi.

Labirint (yun. labyrinthos) – xonalari behad ko'p, yo'laklari odamni adashtiruvchi ulkan bino. Yunon mifologiyasida Krit podshosi Minos uchun me'mor va mohir mexanik Dedal L. qurgan. Xavara (qad. Misr)dagi Amenemxet III ibodatxonasi (miloddan avvalgi XIX-asr maydoni taxminan 72 ming m²) bir necha zallardan iborat bo'lib, haykal va bo'rtma tasvirlar bilan bezatilgan. 3 mingga yaqin xonasi bo'lgan.

Mahalliy ratsionallik – tashkilot alohida bo'limlarga bo'linib, ularning har biri o'ziga xos muammolarga duch keladi va cheklangan maqsadlarni belgilaydi.

Mahsulot – iqtisodiy faoliyatning ashyolar va xizmatlarda mujassam etilgan natijasi. Uning moddiy-buyum shakli moddiy Mahsulot ko'rinishiga ega.

Merkantilizm (frans. mercantilisme, ital. mercante – savdogar) – 1) iqtisodiy tafakkur tarixida muhim yo'nalishlardan biri, hukmron hokimiyat va savdogarlar mafkurasini nazariy asoslashga xizmat qilgan; 2) kapitalning dastlabki jamg'arilishi davrida davlatning xo'jalik hayotiga faol aralashuvini yoqlovchi iqtisodiy siyosat.

Moliya bozori – banklar hamda boshqa kredit, sug'urta va o'zga moliya tashkilotlari tomonidan ko'rsatiladigan moliyaviy xizmatning, shuningdek qimmatli qog'ozlar bozori professional ishtirokchilari xizmatlarining O'zbekiston Respublikasi hududidagi yoki uning bir qismidagi muomala doirasi bo'lib, u O'zbekiston Respublikasining ma'muriy-hududiy bo'linishiga mos kelmasligi mumkin va mazkur muomala doirasi chegaralarida bunday xizmatni ko'rsatish imkoniyati mavjud bo'ladi.

Motiv – bu ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan faoliyatning ichki stimuli.

Motivatsiya (lot. movere) – harakatni uyg'otmoq; ruhiy-fiziologik rejaning dinamik jarayoni, inson harakatini boshqarish, maqsad sari yetaklovchi vosita, tashkillashtirish, faollik va bardoshlilik kabi ma'nolarni anglatadi.

Muvofiqlik sertifikat – sertifikatlangan mahsulotning belgilangan talablarga muvofiqligini tasdiqlovchi hujjat.

Noaniqlikdan qochishga intilish – tashkilotlar xavf va noaniqlik to'g'risida qaror qabul qilishdan qochishga harakat qilib, faqat dolzarb masalalarni ko'rib chiqishadi va uzoq muddatli strategiyalarni ishlab chiqmaydilar.

Normativ hujjatlar – standartlar, ularga tenglashtirilgan boshqa hujjatlar (shaharsozlik normalari va qoidalari, davlat farmakopeyasi hamda farmakopeya maqolalari va boshqalar), texnik shartlar, texnik tavsiflar, retseptura va tovar (ish, xizmat) sifatiga va xavfsizligiga nisbatan belgilangan talablarni o'z ichiga oluvchi boshqa hujjatlar.

Noto'g'ri taqqoslash – raqobatchilar yoki boshqa shaxslar tomonidan tarqatiladigan, tovar yoki moliya bozorida ayrim xo'jalik yurituvchi subyektga afzalliklar yaratadigan yoxud xo'jalik yurituvchi subyekt

(raqobatchini) yoki raqobatchi ishlab chiqargan tovarni yomonlovchi yolg'on, noaniq yoki buzib taqqoslash.

Obyektivlik – bu faqat inson faoliyatiga xos bo'lgan va birinchi navbatda til, ijtimoiy rollar va qadriyatlar tushunchalarida namoyon bo'ladigan xususiyatdir.

Ontogenez (yun. ontos – borliq va...genez) – organizmning individual rivojlanishi, uning shakllana boshlashidan hayotning oxirigacha sodir bo'ladigan ketma-ket o'zgarishlar majmui. «Ontogenez» terminini nemis olimi E. Gekkel (1866) fanga kiritgan. Ontogenez urug'langan tuxum hujayra, ya'ni zigotadan boshlanadi.

Operant konditsioneri – bu xulq-atvor (o'rganish) jarayoni birligi sifatida ajratilgan eng sodda operant reaksiyasi tegishli mustahkamlash bilan birga keladigan shartli aloqalarni (reflekslarni) shakllantirish usulidir.

Optimizm (lot. optimus – eng yaxshi) – dunyoda ijobiy omil, yaxshilik hukmronlik qiladi degan tasavvur. Bu atama mavjud dunyoning «eng yaxshi dunyo sifatida» yaratilganligi to'g'risidagi G. V. Leybnits ta'limotini ifodalash uchun joriy qilingan.

O'z-o'zini boshqarish – bu odamning o'zini anglashi bilan bog'liq bo'lgan o'zini o'zi boshqarish xususiyatlarining to'plamidir.

Paradigma -• yun. paradeigma – misol, namuna

Pessimizm – dunyoga, hayotga g'amginlik, umidsizlik bilan qarash, kelajak yaxshi bo'lishiga ishonmaslik; hamma narsani qora rangda tasvirlash.

Postulat (lot. postulatum – talab) – biror ilmiy nazariyada isbotsiz qabul qilinadigan, lekin biron asosi bo'lgan prinsip yoki qoida. Postulat, odatda, biror mulohazaga ko'ra asoslanadi, ana shu asoslash uning qabul qilinishiga sabab bo'ladi. Postulat tushunchasi aksioma tushunchasining sinonimi sifatida ham qo'llaniladi.

Qobiliyatlar – bu faoliyatning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan individual psixologik xususiyatlar. Umumiy va maxsus (musiqiy, matematik va boshqalar) qobiliyatlar mavjud. Qobiliyatlar o'zaro bog'liqdir. Qobiliyatlardan biri yetakchi, boshqalari yordamchi rol o'ynaydi.

Raqobat – xo'jalik yurituvchi subyektlarning (raqobatchilarning) musobaqalashuvi bo'lib, bunda ularning mustaqil harakatlari ulardan har birining tovar yoki moliya bozoridagi tovar muomalasining umumiy shart-sharoitlariga bir tomonlama tartibda ta'sir ko'rsatish imkoniyatini istisno etadi yoki cheklaydi.

Raqobatga qarshi harakatlar – raqobat to'g'risidagi qonun hujjatlarida xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun man etilgan harakatlar, shuningdek davlat boshqaruvi organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari hamda ular mansabdor shaxslarining raqobatni cheklashga qaratilgan harakatlari (harakatsizligi).

Rentabellik (nem. rentabel – daromadli, foydali) – korxonada yoki tadbirkorlikning daromaddorligi, samaradorligi; mikroiqtisodiy miqyosdagi iqtisodiy faoliyatning samaradorligi. Rentabellik korxonada yoki tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijalarini baholashda qo'llaniladigan asosiy ko'rsatkich. Rentabellik foyda olib ishlashning qiyosiy, ya'ni sarf-xarajatlarga nisbatan aniqlanadigan ko'rsatkichi bo'lib foizlarda ifodalanadi.

Reproduktiv organlar (lot. re tiklanish, takrorlanish ma'nosida, produco – yarataman) – o'simlik va hayvonlarning ko'payish funksiyasini bajaradigan organlari.

Sanksiya (lot. sanctio – qat'iy qaror) – 1) huquqbuzarga nisbatan qo'llaniladigan va uning uchun muayyan oqibatlar keltiruvchi chora. Sanksiya xarakteri va qaysi organ tomonidan qo'llanilishiga qarab jinoiy-huquqiy, ma'muriy-huquqiy, intizomiy-huquqiy, mulkiy sanksiyaga bo'linadi.

Sezuvchanlik – ikkilamchi emas, doimiylikdir va ba'zi bir intellektni talab qiladigan operatsiyalar boshqalarga qaraganda ko'proq kuch talab qiladi.

Shartnoma – tovarni olish-sotishni amalga oshirishda, ishlar bajarish va xizmatlar ko'rsatishda sifat, miqdor, muddat, narx va boshqa shartlar to'g'risida iste'molchi bilan sotuvchi (ishlab chiqaruvchi, ijrochi) o'rtasidagi og'zaki yoki yozma kelishuv.

Shaxsiyat tuzilishi – bu individual xususiyatlar, bloklar (yo'nalish, qobiliyatlar, xarakter, o'zini o'zi boshqarish) va tizimli ekzistensial-mavjudlikning ajralmas shaxsiy xususiyatlarining murakkab tashkil etilgan ierarxiyasidir.

Siyosiy renta – bu siyosiy jarayon natijasida butun jamiyat va ma'lum qarorlar qabul qilishga intilayotgan shaxslar hisobiga olingan iqtisodiy renta (yoki moddiy manfaatlar).

Sotuvchi – oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha iste'molchiga tovar realizatsiya qiladigan korxonada, tashkilot, muassasa yoki yakka tartibda faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor.

Subordinatsiya – tobelikni, bo'ysunishni (mas, subinspektor), ikkinchi darajalilikni, asosiy emaslikni (mas, subarenda) bildiradi.

Supermarket – bu xaridorning o'ziga-o'zi xizmat ko'rsatishiga asoslangan keng tarmoqli savdo korxonasi. U tovarlarning deyarli hamma turlari bilan savdo qiladi. Supermarket xaridorlarga bepul maslahatlar beradi, tovarlarni buyurtma bo'yicha xaridor uyiga yetkazadi, ularga madaniy-maishiy xizmat ko'rsatadi.

Tashkiliy ta'lim – tashkilotlar mavjud tizimdan yoki shunga o'xshash tizimdan tajriba orttirish orqali "o'rganmoqdalar".

Tovar – faoliyatning olish va realizatsiya qilish uchun mo'ljallangan mahsuli, shu jumladan ishlar va xizmatlar.

Tovar – ishlab chiqaruvchi faoliyatining iste'molchiga shartnoma bo'yicha sotish uchun mo'ljallagan mahsuli, shu jumladan, import mahsuloti.

Tovar (ish, xizmat) ning xavfsizligi – tovarni iste'mol qilish, undan foydalanish, uni saqlash, tashish yoki utilizatsiya qilishning, shuningdek, ish yoki xizmat natijalaridan foydalanishning odatdagi sharoitlarida iste'molchining hayoti, sog'lig'i yoki mol-mulkiga va atrof-muhitga zarar yetkazilishi ehtimoli bilan bog'liq xavf xatarning yo'qligi.

Tovar (ish, xizmat)ning jiddiy nuqsoni – tovar (ish, xizmat)dan belgilangan maqsadda foydalanib bo'lmaydigan qilib qo'yadigan yoxud bartaraf etish uchun ko'p mehnat va vaqt sarflash talab qiladigan kamchilik.

Tovar (ish, xizmat)ning nuqsoni – tovar (ish, xizmat)ning normativ hujjatlarning majburiy talablariga, shartnoma shartlariga yoxud tovar (ish, xizmat)ning sifatiga odatda qo'yiladigan talablarga nomuvofiqligi.

Tovar (rus.) – ishlab chiqarish, iqtisodiy faoliyatning moddiy buyum shaklidagi har qanday mahsuloti.

Tovar bozori – tovarning (shu jumladan bir-birining o'rnini bosadigan tovarning) O'zbekiston Respublikasi hududidagi yoki uning bir qismidagi muomala doirasi bo'lib, u O'zbekiston Respublikasining ma'muriy-hududiy bo'linishiga mos kelmasligi mumkin va mazkur muomala doirasi chegaralarida tovarni olish yoki realizatsiya qilish imkoniyati mavjud bo'ladi.

Tovar cheki – tovarning sotib olinganligini yoki ish (xizmat)ning haqi to'langanligini tasdiqlovchi, tovar (ish, xizmat)ning bahosi, haq to'langan sana hamda sotuvchining nomi va joylashgan manzili haqidagi ma'lumot ko'rsatilgan hujjat.

Tovarni (ishni, xizmatni) iste'molchidan qaytarib olish – agar tovar (ish, xizmat) iste'molchi mulkiga aylangan yoki unga taklif etilgan bo'lsa, ishlab chiqaruvchi (ijrochi, sotuvchi) tomonidan amalga oshiriladigan, tovarning (ishning, xizmatning) xavfsizligi talablariga mos bo'lmagan tovarni (ishni, xizmatni) qaytarib olishga qaratilgan har qanday chora.

Tovarni (ishni, xizmatni) muomaladan chiqarish – ishlab chiqaruvchi (ijrochi, sotuvchi) tomonidan amalga oshiriladigan, tovarning (ishning, xizmatning) xavfsizligi talablariga mos bo'lmagan tovarga (ishga, xizmatga) ofertani tugatish va bunga yo'l qo'ymaslikka qaratilgan har qanday chora.

Transgressiya (lot. transgressio – o'tish) – okean, dengiz va ko'llar suvining quruqlikka bosib kelishi.

Xizmat muddati – tovardan foydalanishning belgilangan muddati bo'lib, u tamom bo'lgach, tovarning texnik holatidan qat'iy nazar, undan foydalanish to'xtatilishi lozim.

Xo'jalik yurituvchi subyekt – tovarlarni ishlab chiqarish, olish va realizatsiya qilish faoliyati bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxs, shu jumladan chet ellik yuridik shaxs, xo'jalik boshqaruvi organi, shuningdek yakka tartibdagi tadbirkor.

Xulq-atvor iqtisodiyoti – bu iqtisodiy nazariyaning ma'lum bir iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda odamning idrok etishi, hukmlari va harakatlarining psixologik xususiyatlarini aniq hisobga oladigan bo'limi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti – bu nisbatan yangi fan hisoblanadi. Bu tabiatan fanlararo va ikki fanning birlashmasida joylashgan psixologiya va iqtisod, bu psixologik asos va shaxs hamda boshqa agentlar tomonidan qaror qabul qilish dinamikasini aniqlashga imkon beradi.

Xulq-atvor nazariyasi – qarorlar qabul qilish va kompaniyani boshqarish murakkab dunyosini o'rganish yo'nalishlaridan biri.

Yalpi ichki mahsulot (YAIM) – mamlakat iqtisodiy faoliyatining muayyan davr (oy, chorak, yil) davomidagi umumiy natijalarini tavsiflaydigan ko'rsatkich. Mamlakat hududida joylashgan barcha korxonalar (chet el va qo'shma korxonalari ham shu hisobga kiradi) tomonidan jami ishlab chiqarish omillari bilan ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarning bozor qiymatlaridagi ifodasi bo'lib, uning miqdori milliy hisoblar tizimi asosida hisoblab chiqiladi.

Yalpi milliy mahsulot (daromad) – (YAMM yoki YAMD) mamlakatning ma’lum muddat (odatda, oy, kvartal, yil) ichida umumiy iqtisodiy faoliyatini tavsiflovchi yakuniy makroiqtisodiy ko’rsatkichlaridan biri. (ularning mamlakat hududida yoki uning tashqarisida ishlab chiqarish omillari tufayli yuzaga kelishidan qat’i nazar) jami yig’indisini ko’rsatadi.

Yaroqlilik (saqlash) muddati – muayyan davr bo’lib, bu davrda tovar foydalanishga yaroqli bo’ladi va u tamom bo’lgach, tovar odamlar hayoti hamda sog’lig’i uchun xavf tug’dirishi mumkin;

Yo’nalish – bu shaxsning barqaror istaklari va motivlari (qiziqishlari, ideallari, munosabatlari) tizimidir, bu shaxs xulq-atvorining asosiy tendensiyalarini belgilaydi.

Yumshoq infratuzilma – bu insonning iqtisodiy huquqlarini oshirish (mulk huquqlarini kuchaytirish, shartnomalarni amalga oshirish uchun halollik va javobgarlik, noroziliklarga bag’rikenglik, ozchilik huquqlarining kafolatlari va boshqalar) va davlat doirasini cheklash.

Ziddiyat (mantiqda) – muhokama yuritishda, matnda va nazariyada biri ikkinchisini inkor etadigan 2 mulohazaning mavjudligi (dialektikada).

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Абульханова-Славская К.А. Деятельность и психология личности. М., 1980.
2. Автономов В.С. Человек в зеркале экономической теории (Очерк истории западной экономической мысли). М., 1993.
3. Аганбегян А.Г. Кризис: беда и шанс для России. М., 2009.
4. Адизес И. Как преодолеть кризисы менеджмента. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.
5. Акерлоф Дж. А., Шиллер Р.Дж. Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма / пер. с англ. Д. Прияткина; под науч. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева. М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010.
6. Аксенова О.А. Проблемы и приоритетные направления при создании корпоративной системы обучения персонала организации. СПб.: Политехнический государственный университет, факультет управления и информационных технологий.
7. Алле М. Условия эффективности в экономике. М., 1998.
8. Анцыферова Л.И. К проблеме исторического развития психики // История и психология / под ред. Б.Ф. Поршнева, Л.И. Анцыферовой. М.: Наука, 1971.
9. Анчишкин А.И. Наука, техника, экономика. М., 1986.
10. Ариели Д. Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
11. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
12. Бард А., Зодерквист Я. №1ократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2004.
13. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. М.: Финансы, 1999.
14. Белянин А. Д. Канеман и В. Смит: экономический анализ человеческого поведения // Вопросы экономики. 2003. № 1.

15. Блинова Т.В., Русановский В.А. Теоретические подходы к исследованию межрегиональных различий российского рынка труда // Вестник СГСЭУ. 2009.
16. Блинова Т.В., Русановский В.А. Экономическая политика, структура занятости и безработица в российских регионах. М.: РПЭИ, 2002.
17. Божович Л.И. Проблемы формирования личности / под ред., вступ. ст. Д.И. Фельдштейна. 2-е изд. М.: Изд-во «Институт практической психологии», 1997.
18. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 2005.
19. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс. Т. 1 / пер. с англ., под ред. В.В. Ковалева. СПб.: Экономическая школа, 2007.
20. Брушлинский А.В. Проблемы психологии субъекта. М., 1994.
21. Булгакова Н. Деформации и реформы // Поиск. 2004.
22. Ващенко Т.В., Лисицына Е.В. Поведенческие финансы – новое направление финансового менеджмента. История возникновения и развития // Финансовый менеджмент. 2006. № 1.
23. Вебер М. «Объективность» познания в области социальных наук и социальной политики // Культурология-XX в.: Антология. М., 1995.
24. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 1984.
25. Вороновицкий М.М. Модель стадного поведения при формировании спроса // Экономика и математические методы. 2009.
26. Вороновицкий М.М., Мейталь Ш. Модель социального влияния на цены // Экономика и математические методы. 2003.
27. Вуколова П.М. Помощь и противодействие в обучении как психолого-педагогическая проблема. М.: МГУ, 2000.
28. Галочкин И. Мотивы экономического поведения // Вопросы экономики. 2004.
29. Гарретт Б., Дюссож П. Стратегические альянсы. М.: ИНФРА-М, 2002.
30. Гегель Г.В.Ф. Философия права. М.: Мысль, 1990.
31. Глазьев С.Ю., Микерин Г.И., Тесля П.Н. и др. Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие. Новосибирск, 1991.

32. Горвиц Г.Г. Принятие индивидуальных решений: массовые движения, координация действий и подражательное поведение: Доклады V Международной конференции «Параллельные вычисления и задачи управления». М.: РАСО, 2010.

33. Давыдов Д. Интервальное восприятие информации и экономическое поведение потребителя: методологические аспекты // Вопросы экономики. 2007. № 12.

34. Ершов А. Взгляд психолога на активность человека. М., 1991.

35. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта. М., 1996.

36. Зеркин Д.П. Основы конфликтологии. Ростов н/Д, 1998.

37. Йенсен Р. Общество мечты. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2004.

38. Калуцкая И.Н. Макиавеллизм лично сти и троянское обучение в российской и американской культурах: дис. ... канд. психол. наук. М.: МГУ, 2008.

39. Канеман Д. Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // The American Economic Review. 2003. Dec.

40. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // American Psychologist. 1984. Vol. 39. № 4.

41. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. Минск, 1990.

42. Карнышев А.Д. Этнокультурные критерии рациональности / нерациональности экономического поведения // Психология в экономике и управлении. 2010.

43. Кизилова Н.М. Философия экономики: методология обоснования экономической рациональности: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. М., 2006.

44. Климов Е.А. О предполагаемых путях развития психологического образования в стране // Развивающаяся психология – основа гуманизации образования: Материалы I Всероссийской научно-методической конференции. М., 1998.

45. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента. СПб.: Питер, 2004.

46. Ковалев А.Г. Психология личности. М., 1965.

47. Крупкина А.С. Поведенческие парадоксы теории ожидаемой полезности // Материалы Международной заочной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодые ученые о современном финансовом рынке РФ». Пермь, 28 апреля 2010 г.
48. Козелецкий Ю. Психологическая теория решений. М.: Прогресс, 1979.
49. Козелецкий Ю. Человек многомерный: (Психол. эссе). Киев: Лыбидь, 1991.
50. Коновалова И., Коновалов Б. Все на продажу // Вечерняя Москва. 1998.
51. Коуз Р. Институциональная структура производства. Нобелевская лекция 9 дек. 1991 г. // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.
52. Кукла А. Ментальные ловушки. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
53. Лайбенштейн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью» // Теория фирмы / под ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.
54. Левин А. Нестандартная экономика Д. Ариэли // Троицкий вариант. 2008.
55. Левитт С., Даббнер С. Суперфрикономика. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009.
56. Левитт С.Д., Даббнер С.Дж. Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: Вильямс, 2007.
57. Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1975.
58. Лерер Дж. Как мы принимаем решения. М.: Corrus, 2010.
59. Лефевр В.А. Конфликтующие структуры. М.: Институт психологии РАН, 2000.
60. Линксон Ч. Конфликт: семь шагов к миру. СПб., 1997.
61. Лукашов А.В. Поведенческие корпоративные финансы и дивидендная политика фирмы // Управление корпоративными финансами. 2004. № 3.
62. Льюис Р.Д. Деловые культуры в мировом бизнесе / пер. с англ. М.: Дело, 2001.

63. Любимов Л.Л. Выступление перед студентами и преподавателями факультета психологии ГУ ВШЭ. М., 17 сентября 2003 г.
64. Мадди С. Теории личности: Сравнительный анализ. СПб.: Речь, 2003.
65. Малюк А.А., Погожин Н.С., Толстой А.И. Обучение вопросам компьютерной без-опасности специалистов-профессионалов и персонала, связанного с противодействием компьютерным атакам: Доклад на Российско-американском семинаре по проблемам компьютерного терроризма. М., 18 марта 2003 г.
66. Маркузе Г. Одномерный человек / пер. с англ. М., 1994.
67. Матвеев К.Ю. Инновационно-инвестиционные ресурсы в модели нового качества экономического роста в России. Самара, 2008.
68. Махлуп Ф. Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.
69. Менегетти А. Образ и бессознательное. М.: Онтопсихология, 2004.
70. Мещеряков Б.Г., Некрасова А.В. Макиавеллизм, ложь и правда в повседневной жизни // Человек. 2005.
71. Моисеев Н.Н. Коэволюция природы и общества. Пути ноосферогенеза // Экология и жизнь. 1997.
72. Неверов А.Н. Капитал и диффузия субъектности. Саратов, 2009.
73. Неверов А.Н. Экономико-психологические механизмы общественного развития. Саратов, 2008.
74. Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. М., 1970.
75. Новиков А.М. Российское образование: парадоксы наследия, векторы развития. М.: Эгвес, 2000.
76. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997.
77. Ойкен В. Принципы экономической политики. М., 1995.
78. Павлов И.А. Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007.
79. Пайн Дж.Б., Гилмор Дж.Х. Экономика впечатлений. М.: Вильямс, 2005.

80. Петросян Л., Зенкевич Н. Теория игр и социально-экономическое поведение // Экономическая школа. 2002.
81. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005.
82. Питерс Т.Дж., Уотерман Р.Х. В поисках совершенства. М.: Вильямс, 2005.
83. Платонов К.К. Структура и развитие личности. М., 1986.
84. Поддьяков А.Н. Исследовательское поведение: стратегии познания, помощь, противодействие, конфликт. М.: МГУ, 2000.
85. Поддьяков А.Н. Ориентировочная и дезориентирующая основы деятельности: иерархии целей обучения в конфликтующих системах // Вопросы психологии. 2002.
86. Поддьяков А.Н. Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998.
87. Поддьяков А.Н. Противодействие обучению конкурента и тройное обучение в экономическом поведении // Психология. 2004.
88. Порунов А.Н. Кризис и страны БРИК: итоги января-февраля 2009 г. в зеркале статистики // Финансы и бизнес. 2009. № 3.
89. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003.
90. Рахаев Б. Модели оценки поведения потребителей // Маркетинг. 2004.
91. Россинская Г.М. Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник УГАТУ. 2009. Т. 12. № 3.
92. Рубинштейн С.Л. Избранные философско-психологические труды. Основы онтологии, логики и психологии. М.: Наука, 1997.
93. Рубинштейн А.Я. Рождение теории. Разговоры с известными экономистами. М., 2010.
94. Рубинштейн А.Я. Экономика общественных предпочтений. Структура и эволюция социального интереса. СПб.: Алетейя, 2008.
95. Рязанов В.Т. Проблема верификации в экономической теории // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004.
96. Саймон Г. Методологические основания экономики // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. 1989-1990. М.: Наука, 1991.

97. Саймон Г. Науки об искусственном / послесл. О.К. Тихомирова. М.: Мир, 1972.
98. Саймон Г. О применении теории следящих систем для изучения процессов регулирования производства // Процессы регулирования в моделях экономических систем. М.: Издательство иностранной литературы, 1961.
99. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993.
100. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.
101. Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.
102. Смит В. Экспериментальная экономика. М., 2008.
103. Столин В.В. Самосознание личности. М.: МГУ, 1983.
104. Таунсенд Р. Сломай систему! Лекарство от управленческой изжоги. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
105. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ., под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000.
106. Тобин Дж. Вызовы и возможности // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.
107. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб., 1996.
108. Устиян И. Мировой продовольственный кризис: серьезный вызов начала XXI в. // Экономист. 2008. № 10.
109. Федотова М., Плескачевский В., Рутгайзер В., Будицкий А. Поведенческая оценка: концепция поведенческих финансов и ее применение в оценке бизнеса // Вопросы экономики. 2009. № 5.
110. Фельдштейн Д.И. Приоритетные направления развития психологических исследований в области образования и самообразования современного человека // Вопросы психологии. 2003.
111. Фомина З.В. Человеческая духовность: Бытие и ценности. Саратов: СГУ, 1997.
112. Фридман А.А. Лекции по курсу микроэкономики продвинутого уровня. М.: ГУ ВШЭ, 2008.
113. Фридмен М. Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994.

114. Фридмен М., Сэвидж Л. Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993.
115. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. СПб.: Питер, 2003.
116. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер, 1999.
117. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М., 1996.
118. Чиркова Е.В. Анатомия финансового пузыря. М.: ООО «Кейс», 2010.
119. Шадриков В.Д. Деятельность и способности. М., 1994.
120. Шлиссер Э. Экономическая теория и эксперимент: И. Ньютон, М. Фридмен и В. Смит // Вопросы экономики. 2007.
121. Эрроу К. Общее экономическое равновесие: цель исследования, методология анализа, коллективный выбор. Нобелевская лекция 12 дек. 1972 г. // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.
122. Ямасита К., Спатаро С. Антиступор. М.: Эксмо, 2006.
123. Allen F., Gale D. Optimal Finance. 1998.
124. Allen B., Hellwig M. Bertrand – Edgeworth Oligopoly in Large Markets // Rev. Econ. Stud. 1986.
125. Ashiya M. Herd Behavior of Japanese Economists // J. of Econ. Behavior and Organization. 2001.
126. Bandura A. Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986.
127. Bandura A. Self-regulation of motivation and action through goal systems. In L.A. Pervin (Ed.), Goal concepts in personality and social psychology. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1988.
128. Bandura A. Human agency in social cognitive theory // American Psychologist. 1989. № 44. P 1175-1184.
129. Bandura A. Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. Development Psychology, 1989.
130. Banerjee A., Fudenberg D. Word-of-mouth Learning, Games and Economic Behavior. 2004.
131. Banerjee A.V. A simple Model of Herd Behavior // The Quarterly J. of Econ. 1992. Vol. CVII.
132. Becker G.S. A Note on Restaurant Pricing and Other Example on Social Influence on Price // J. of Polit. Econ. 1991. Vol. XCIX.

133. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. 1967.
134. Benartzi S., Thaler R. Myopic Loss Aversion and the Equity Premium Puzzle // Quarterly Journal of Economics. 1995.
135. Bernheim D., Whinston M. Multimarket Contract and Collusive Behavior. Dep. of Economics. Harvard Univ., 1986.
136. Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I. A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades // Journal of Political Economy. 1992. Vol. 100.
137. Bikhchandani, S., Hirshleifer D., Welch I. Learning From the Behavior of Other: Conformity, Fads, and Information Cascades // Journal of Economic Perspectives. 1998.
138. Blanchard O., Wolfers J. The Pole of Shocks and Institutions in the Rise of European Unemployment: The Aggregate Evidence // Economic Journal. 2000. Vol. 110.
139. Blount S. When Social Outcomes aren't Fair: The Effect of Causal Attributions on Preferences // Organizational Behavior and Decision Processes. 1995.
140. Bourdieu P. Esquisse d'une théorie de la pratique: précédée de trois études d'ethnologie kabyle. Genève: Droz, 1972.
141. Bourdieu P. Le Sens pratique. P.: Ed. De Minuit, 1980.
142. Bon G. The Crowd. N. Y.: Penguin Books, 1977.
143. Camerer C. Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction. Princeton: Princeton University Press, 2003.
144. Camerer C., Thaler R. Anomalies: Ultimatums, Dictators and Manners // The Journal of Economic Perspectives. 1995.
145. Clarke S. Trade Union and Non-payment of Wages in Russia. N.Y., 1997.
146. Cyert R.M., March J.G. A Behavioral Theory of the Firm. 2-nd ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ., 1992.
147. Demekas D.G. Labor Market Segmentation in a Two-Sector Model of an Open Economy // IMF Working Paper. 1990. № 37(4).
148. Diamond D.W., Dybvig P. Bank Runs, Deposit Insurance and Liquidity // J. of Polit. Econ. 1983. Vol. 91.
149. Fehr E., Schmidt K. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation // Camerer C., Loewenstein G., Rabin M. (eds.) Advances in Behavioral Economics. Princeton: Princeton University Press, 2003.

150. Garling T., Axhausen K., Brydsten M. Travel choice and the goal process utility distinction // *Applied Cognitive Psychology*. 1996.
151. Giddens A. *The Constitution of Society*. Pdity Press, 1984.
152. Gimpelson V., Lippoldt D. *Labor Restructuring in Russian Enterprises: A Case study*. P.: OECD, 1996.
153. Green E., Porter R. Non-cooperative Collusion Under Imperfect Price Information // *Econometrica*. 1984.
154. Guth W., Schmittberger R., Schwarze B. An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining // *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1982.
155. Hart O. Monopolistic Competition in a Large Economy with Differentiated commodities // *Rew. Econ. Stud.* 1979.
156. Heiner R. The Origin of Predictable Behavior // *American Economic Review*. 1983.
157. Hicks J. *Revision of Demand Theory*. Oxford: Clarendon Press, 1956.
158. Janis I.L. *Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Policy Decisions and Fiascoes*. Boston: Houghton, Mifflin, 1972.
159. Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. Fairness and the Assumptions of Economics // *The Journal of Business*. 1986.
160. Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market.
161. Kahneman D., Tversky A. Choices, Values and Frames // *American Psychologist*. 1984.
162. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Making under Risk // *Econometrics*. 1979. Vol. 47. № 2.
163. Katona G. *Psychological economics*. 1975.
164. Klemperer P. *How (Not) to Run Auctions: the European 3G Telecom Auctions*. Oxford, 2001.
165. Knack E., Keefer P. Docs Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // *The Quarterly Journal of Economics*. 1997.
166. Krampen G. *Differential psychologie der Kontrollüberzeugungen («Locus of control»)*. Gottingen, Toronto, Zurich: Hogrefe, 1982.
167. Kurbler D., Weizsacker G. Information Cascades in the Labor Market // *Journal of Economics*. 2003.
168. Layard R., Richter A. *How Much Unemployment is Needed for Restructuring: The Russian Experience*, *Economics of Transition*, 1995.

169. Liebenstein H. Bandwagon, Snoband, Veblen Effect in the Theory of Consumer Demand // Quarterly J. of Econ. 1950.
170. Leibenstein H. Beyond the Economic Men. Harvard University Press Cambridge (Mass.), 1976.
171. Mackay C. Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds. N. Y.: John Wiley & Sons, 1996.
172. March J.G. Decisions and Organizations. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
173. March J.G. ed. Handbook of Organizations. Chicago, IL: Rand McNally, 1965.
174. March J., Olsen J. Ambiguity and Choice in Organizations. Bergen, Norway: Universitets-forlaget, 1976.
175. Marshall A. Principles of Economics. L., 1961.
176. Mehra R., Prescott E. The Equity Premium: A Puzzle // Journal of Monetary Economics. 1985.
177. Mintzberg H. The Nature of Managerial Work. N. Y: Harper & Row, 1973.
178. Mishkin F. Asymmetric Information and Financial Crises: Historical Perspective // NBER. Working Papers. 1991. № 13 970.
179. Mullainathan S., Thaler R.H. Behavioral Economics // NBER. Working Paper. 2000. № 7948.
180. Myerson R. Optimal auction design // Mathematics of Operations Research. 1981. № 6.
181. Neumann J., Morgenstern O. Theory of Games and Economic Behaviour. Princeton University Press, 1944.
182. Ortega-Reichert A. Models for Competitive Billing under Uncertainty: Ph. D. thesis. Stanford Unit., 1967.
183. Rabin M. Incorporating Fairness into Game Theory and Economics // American Economic Review. 1993.
184. Reynaud P.-L. La psychologie économique. P., 1966.
185. Reynaud P.-L. Precis de psychologie économique. P., 1974.
186. Riley J., Samuelson W. Optimal auctions // American Economic Review. 1981. № 71.
187. Rotter J.B. The development and applications of social learning theory: Selected papers. N. Y.: Praeger, 1982.
188. Scharfstein D., Stein J. Herd Behavior and Investment // American Economic Review. 1990.

189. Scitovsky T. The Joyless Economy: An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction. 1976.
190. Shefrin H., Statman M. Behavioral Portfolio Theory // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. 2000. Vol. 35.
191. Shefrin H., Statman M. The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence // Journal of Finance. 1985.
192. Selten R. Bounded Rationality // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 1990.
193. Skinner B.F. The origins of cognitive thought // American Psychologist. 1989. № 44. P 13 – 18.
194. Smith V.L. Economics in the Laboratory // The Journal of Economic Perspectives. 1994. Winter.
195. Solow R. How Did Economics Get That Way and What Way Is It? // Daedalus. 1997.
196. Tarde G. Psychologie économique. Collection: Bibliothèque de philosophie contemporaine. Ancienne Librairie Germer Baillière et Cie. T. 1. 1902.
197. Thaler R. Anomalies: The Ultimatum Game // The Journal of Economic Perspectives. 1988.
198. Vickrey W. Counterspeculation, auctions and competitive sealed tenders // Journal of Finance. 1961. № 16.

MUNDARIJA

KIRISH.....	2
I BO'LIM. XULQ-ATBOR IQTISODIYOTINING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI.....	7
I BOB. XULQ-ATVORLI IQTISODIY NAZARIYANING GENEZISI.....	7
1.1. Xulq-atvor iqtisodiyotidagi tub farqlar	7
1.2. General dilemmasi	13
1.3. Xulq-atvor iqtisodiyoti g'oyasining dastlabki manbalari	18
1.4. Xulq-atvor iqtisodiyoti nazariyasining kashshoflari	23
1.5. Qaror qabul qilish jarayoni.....	30
1.6. Yu.Kozeleskiyning transgressiya nazariyasi.....	46
II BOB. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI NAZARIYASINING O'ZIGA XOS USLUBI	63
2.1. Iqtisodiy muammolarni jiddiy o'rganish uchun metodologiya masalalari.....	63
2.2. Noaniqlik sharoitida odamlarning xatti-harakati.....	72
2.3. Iqtisodiy nazariyada xulq-atvor.	77
2.4. An'anaviy iqtisodiy nazariyaning to'liq muvaffaqiyat bilan tasdiqlanganligi	80
III BOB. A. KAHNEMAN VA A. TVERSKIYNING ISTIQBOL NAZARIYASI.....	85
3.1. "Iqtisodiyot" va iqtisodiy nazariyada qaror qabul qilish nazariyasi.	85
3.2. Xavfni tanlash boshqa anomalialar (me'yordan chiqish) ga ham bog'liqligi....	90
3.3. Psixologik tadqiqotlarga asoslangan istiqbol nazariyasi.	92
3.4. Istiqbol va tanqid nazariyasi.	93
IV BOB. XULQ-ATVORDA O'YINLAR NAZARIYASI.....	98
4.1. Xulq-atvorda o'yinlar nazariyasi.	98
4.2. Xulq-atvorni bir guruhga o'tkazish jarayoni.....	101
4.3. Qarama-qarshi yondashuvlarning turlari.	108
4.4. Ko'pchilik bozorlarda raqobatni shartnoma orqali rag'batlantirilishi.....	111
4.5. Narxlarning pasayishi uning oshishiga qaraganda sekinroq bo'lishi.....	113
II BO'LIM XULQ-ATVOR IQTISODIYOTINI RIVOJLANISHINING ASOSIY YO'NALISHLARI	119
V BOB. SHAXSIY MULK ERKINLIGI TANLOV INSTITUTI SIFATIDA VA TEGISHLI MAJBURIYATLAR	119

5.1. Iqtisodiy institutlarning umumiy tavsifi.....	119
5.2. Mulkchilikning mohiyati.....	122
5.3. Xususiy korxonaning asosiy farqlovchi xususiyatlari.....	130
5.4. Korporativ mulk shakli.....	132
5.5. D. Kouz teoremasi.....	136
5.6. Mulk huquqlarini qayta taqsimlash.....	139
VI BOB. FIRMANING XULQ-ATVOR NAZARIYASI.....	145
6.1. G.Saymonning “chegaralangan rasionallik” tushunchasi.....	145
6.2. X. Leybenshteynning o’zgaruvchan ratsionallik konsepsiyasi.....	149
6.3. Firma a’zolari koalitsiyasi.....	152
6.4. O’zaro munosabatlarning barqarorligi. Majburiyatlarning bajarilishi. Har xil tanlovlar. Mahsulot xavfsizligi.....	154
6.5. Koleydoskop dunyosining moslashuvchanligi.....	155
6.6. Firma a’zolari o’rtasidagi aloqalar dinamikasi.....	158
VII BOB. INSON VA SHAXSIYAT TUSHUNCHALARI VA MODELLARINING EVOLYUSIYASI.....	164
7.1. Shaxsiyatning xulq-atvor nazariyasi.....	164
7.2. Iqtisodiy xulq-atvorning ehtiyojlar bilan ta’minlanganligi.....	168
7.3. Psixologiya fanida shaxsni o’rganishning asosiy yondashuvlari.....	171
7.4. B. Skinner va A. Bandura tomonidan shaxsiyatning xulq-atvor nazariyasi.....	175
7.5. J. Rotterning shaxsiyat modeli.....	179
7.6. Maishiy psixologiyada shaxs xulq-atvori nazariyasi.....	181
VIII BOB. ISTE’MOLCHI IQTISODIYOTI VA XULQ-ATVORI NAZARIYASI.....	192
8.1. Iste’molchi iqtisodiyoti va xulq-atvori nazariyasi.....	192
8.2. Iste’mol iqtisodiyoti.....	192
8.3. Iste’mol bozorining tashkiliy institutsionalizatsiyasi.....	197
8.4. Xulq-atvor iste’moli nazariyasi.....	202
8.5. Xulq-atvor iqtisodiyotida iste’mol nazariyasi.....	205
8.6. Iste’molchilar turlarining tasnifi.....	208
8.7. Shaxslarning iqtisodiy xulq-atvorining institutsional jihatlari.....	209
8.8. Iste’molchilarning xulq-atvori orqali amalga oshiriladigan iqtisodiy munosabatlar.....	213

8.9. Axborot kaskad nazariyasi.	220
8.10. Eksperimental dizayn.	228
IX BOB. ISTE'MOLCHINING XULQ-ATVORI: KUTILAYOTGAN FOYDA NAZARIYASI	242
9.1. Iste'molchilarning xatti-harakatlarida maksimal foyda.....	242
9.2. Kutilayotgan foydalilik nazariyasidagi xatti-harakatlar paradokslari.	245
9.3. Kutilayotgan foyda nazariyasi prinsiplariga asoslangan imkoniyatlar.	249
X BOB. MOLIVAVIY XULQ-ATVOR NAZARIYASI VA AUKSION NAZARIYASI.	287
10.1. Moliyaviy munosabatlar ishtirokchilarining rasional va irrasional xatti-harakatlari.	287
10.2. Auksionlar va auksion mexanizmlari.....	294
III BO'LIM. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTINING QO'LLANILADIGAN JIHATLARI.	304
XI BOB. JAMIYATDAGI IQTISODIY MANFAATLARNING QARAMA-QARSHILIKLARI.	304
11.1. Iqtisodiy manfaatlar va jamiyatdagi qarama-qarshiliklar haqidagi iqtisodiy nazariya.	304
11.2. Xulq-atvor ziddiyatlari.	309
XII BOB. DAVLATNING HAL QILIB BO'LMAYDIGAN NARSALARNI YENGISH INSTITUTI SIFATIDA O'ZINI TUTISHI.	320
12.1. Olimlarning davlat, uning xulq-atvori va davlat boshqaruvi haqidagi qarashlarining evolyusiyasi.	320
12.2. Iqtisodiy siyosatning keyingi rivojlanish bosqichi.	324
12.3. "Bozordagi muvaffaqiyatsizliklar" va davlatning, bozor iqtisodiyoti sharoitida o'zini tutishini belgilaydigan asosiy funksiyalari.	328
12.4. Jamoat tanlovi nazariyasida davlatning xatti-harakati.....	330
XIII BOB. MEHNAT BOZORIDA O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARINING XULQ-ATVORI.	337
13.1. Mehnat bozorida O'zbekiston Respublikasi hududlarining xulq-atvori.	337
13.2. O'zbekiston Respublikasi hududlarining mehnat bozorida xatti-harakatlari.	338
13.3. Bandlik tuzilmasini diversifikatsiya qilish yo'nalishlari.	345
XIV BOB. RESPUBLIKA IQTISODIYOTINING REAL SEKTORIGA INVESTISIYA KIRITISHDA TIJORAT BANKLARINING XULQ-ATVORI.	356

14.1. Respublika iqtisodiyotining real sektoriga investisiya kiritishda tijorat banklarining xulq-atvori.	356
14.2. Innovatsion investitsiyalarni davlat tomonidan tartibga solish.	357
14.3. Xulq-atvor imkoniyatlari va xavfni kamaytirish.	359
14.4. Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida.	361
14.5. Mulk huquqlari to'plamini taqsimlash to'g'risidagi qoida.	364
14.6. Iqtisodiy tanazzul sharoitida kreditlash operatsiyalari.	367
XV BOB. XULQ-ATVOR IQTISODIYOTIDA ERISHILGAN NAZARIY VA AMALIY NATIJALAR.	379
15.1. Xulq-atvor iqtisodiyotida erishilgan nazariy va amaliy natijalar.	379
15.2. Xulq-atvor iqtisodiyoti tamoyillari.	380
15.3. Iqtisodiy ratsionallikning yana bir muhim tarkibiy qismi.	383
15.4. Radikal antipsixologizm tendensiyasi.	386
15.5. Xulq-atvor iqtisodiyotining asosiy amaliy natijalari.	389
15.6. Hozirgi vaqtda eng rivojlangan sohalar.	392
GLOSSARIY	397
ADABIYOTLAR RO'YXATI	409

SH.S. OLTAYEV
**XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI VA DAVLAT
SIYOSATI**
O'QUV QO'LLANMA

Muharrir: Meliyev Z.

Musahhih: Bobodustov Z.N.

Sahifalovchi: J. SHodmonov

O'quv qo'llanma SamISI Kengashining 2022 yil 05 dekabrda 4-son majlisida muhokama qilingan, chop etishga va o'quv jarayonida foydalanishga tavsiya etgan.

«FAN BULOG'I» nashriyoti, Samarqand

ISBN: 978-9943-9577-0-1

Nashriyot lisenziyasi:

№ 4341-5160-642c-944b-ab74-5062-3969

Bosishga ruxsat etildi: 14.06.2023 y.

© «FAN BULOG'I» nashriyoti, Samarqand sh.

S.Buhoriy ko'chasi, 1-11 uy.

26.06.2023 yilda chop etildi.

Qog'oz bichimi A5, 60x84¹/₁₆, Ofset qog'ozi.

“Times New Roman” garniturasini.

Nashr bosma tabog'i 26,56

Buyurtma № 0053A/23. Adadi 100 nusxa

**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo'limida chop etildi.**

LICENSE № 025316, REESTR № X-119112.

Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko'chasi 60-uy.