



**Bozor sharoitida iste'molchi xulqi, tavakkalchilik va narx  
diskriminatsiyasining o'zaro bog'liqligi**

**Ayubov Ilyos Ilxomovich**

Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti,

i.f.f.d., PhD, dotsenti

**Mashxura Turdimurodova Shavkat qizi**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Turizm va mehmondo'stlik fakulteti talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchi xulq-atvori, tavakkalchilik omillari hamda narx diskriminatsiyasining o'zaro bog'liqligi chuqur va tizimli ravishda tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida iste'molchi tanlovi nazariyasining asosiy tamoyillari, xususan, foydalilik (utility), chegaraviy foyda va byudjet cheklovi tushunchalari asosida iste'molchilarning qaror qabul qilish mexanizmlari yoritib beriladi. Shu bilan birga, bozor noaniqligi sharoitida yuzaga keladigan tavakkalchilik va uning iste'molchi xulqiga ta'siri, riskdan qochish, riskka moyillik va neytral munosabat kabi holatlar orqali izohlanadi. Maqolada narx diskriminatsiyasi tushunchasi, uning turlari (birinchi, ikkinchi va uchinchi darajali narx diskriminatsiyasi) hamda ularning bozor samaradorligiga ta'siri keng yoritilgan. Ayniqsa, turli iste'molchilar segmentlari o'rtasidagi farqlarni hisobga olgan holda narx belgilash strategiyalarining iqtisodiy mazmuni ochib beriladi. Narx diskriminatsiyasi orqali ishlab chiqaruvchilarning foydani maksimal darajada oshirishga intilishi va bu jarayonda iste'molchi farovonligiga ko'rsatiladigan ijobiy hamda salbiy ta'sirlar muvozanatli tarzda tahlil qilinadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, iste'molchi xulqi, tavakkalchilik va narx diskriminatsiyasi o'zaro chambarchas bog'liq bo'lib, ular birgalikda bozor mexanizmining samarali ishlashida muhim rol o'ynaydi. Iste'molchilarning tavakkalchilikka bo'lgan munosabati ularning xarid qarorlariga bevosita ta'sir etadi, bu esa o'z navbatida korxonalar tomonidan qo'llaniladigan narx belgilash strategiyalarini

shakllantiradi. Shu sababli, mazkur omillarni kompleks o'rganish va ularni uyg'un holda tahlil qilish bozor iqtisodiyotida samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

**Kalit so'zlar:** iste'molchi xulqi, bozor iqtisodiyoti, tavakkalchilik, risk, foydalilik (utility), chegaraviy foyda, byudjet cheklovi, iste'molchi tanlovi nazariyasi, narx diskriminatsiyasi, birinchi darajali narx diskriminatsiyasi, ikkinchi darajali narx diskriminatsiyasi, uchinchi darajali narx diskriminatsiyasi, talab va taklif, bozor segmentatsiyasi, narx belgilash strategiyasi, iste'molchi farovonligi, iqtisodiy samaradorlik, noaniqlik sharoiti, riskka moyillik, riskdan qochish.

## **KIRISH**

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy subyektlar faoliyati murakkab va o'zaro bog'liq jarayonlar asosida shakllanadi. Ayniqsa, iste'molchilarning xulq-atvori, ularning qaror qabul qilish jarayonlari hamda bozordagi noaniqlik va tavakkalchilik omillari iqtisodiy tahlilning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy bozorlarda iste'molchilar faqat narx va daromad bilan cheklanib qolmay, balki risk, axborot yetishmasligi, psixologik omillar va kutilmalar asosida ham qaror qabul qiladilar. Shu sababli iste'molchi xulqini chuqur o'rganish iqtisodiy nazariya va amaliyot uchun alohida ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda bozorda raqobatning kuchayishi va korxonalar o'rtasidagi kurashning keskinlashuvi narx belgilash strategiyalarining yanada takomillashuviga olib kelmoqda. Xususan, narx diskriminatsiyasi amaliyoti ishlab chiqaruvchilarga turli iste'molchilar guruhlariga turlicha narxlar belgilash orqali foydani maksimal darajada oshirish imkonini beradi. Bunda iste'molchilarning to'lov qobiliyati, talab elastikligi va bozordagi xatti-harakati muhim omil sifatida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, narx diskriminatsiyasi iste'molchi farovonligiga ham ijobiy, ham salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Bozor sharoitida tavakkalchilik ham muhim omillardan biri bo'lib, u iste'molchilarning tanloviga bevosita ta'sir qiladi. Noaniqlik sharoitida iste'molchilar turli strategiyalarni qo'llab, riskni kamaytirishga yoki undan foyda olishga harakat qiladilar. Riskga bo'lgan munosabat — ya'ni riskdan qochish, riskni qabul qilish yoki

neytral pozitsiya — iste'molchilarning xarid qarorlarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi — bozor sharoitida iste'molchi xulqi, tavakkalchilik va narx diskriminatsiyasi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni kompleks tarzda o'rganish va ularning iqtisodiy mazmunini ochib berishdan iborat. Tadqiqot jarayonida nazariy yondashuvlar, iqtisodiy tahlil usullari hamda amaliy misollar asosida ushbu omillarning o'zaro ta'siri yoritiladi. Shu orqali bozor mexanizmlarini yanada chuqurroq anglash va samarali iqtisodiy qarorlar qabul qilish uchun ilmiy asos yaratiladi. Mazkur mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida bozorlarda axborot oqimining tezlashuvi, iste'molchilarning tanlov imkoniyatlarining kengayishi hamda yangi biznes modellarining paydo bo'lishi iqtisodiy munosabatlarni yanada murakkablashtirmoqda. Ayniqsa, elektron tijorat platformalari, xizmatlar bozori va innovatsion texnologiyalar asosida shakllanayotgan yangi segmentlarda iste'molchilarning xulqi an'anaviy modellardan sezilarli darajada farq qilmoqda. Bu esa tavakkalchilik darajasi va narx belgilash mexanizmlariga yangi yondashuvlarni talab etadi. Shuningdek, korxonalar tomonidan qo'llanilayotgan differensial narx strategiyalari iste'molchilarning individual xususiyatlari, xususan, daromad darajasi, talab elastikligi, xarid qilish odatlari va riskka bo'lgan munosabatiga asoslanadi. Natijada narx diskriminatsiyasi nafaqat ishlab chiqaruvchilar foydasini oshirish vositasi, balki bozor segmentatsiyasining muhim elementi sifatida ham namoyon bo'ladi. Shu nuqtai nazardan, iste'molchi xulqi va tavakkalchilikni chuqur tahlil qilmasdan turib samarali narx siyosatini ishlab chiqish qiyinlashadi.

Tadqiqotning vazifalari sifatida quyidagilar belgilandi: iste'molchi xulqining nazariy asoslarini o'rganish, tavakkalchilikning iqtisodiy mohiyatini aniqlash, narx diskriminatsiyasining asosiy shakllari va ularning qo'llanish shartlarini tahlil qilish hamda ushbu uch omilning o'zaro bog'liqligini ilmiy asoslash. Shu bilan birga, maqolada ularning bozor samaradorligiga va iste'molchi farovonligiga ta'siri ham kompleks tarzda ko'rib chiqiladi.

Natijada, ushbu tadqiqot bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchi xulqini to'g'ri tushunish, tavakkalchilikni hisobga olgan holda qaror qabul qilish va narx siyosatini optimallashtirishda muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega bo'ladi.

## **XULOSA**

Xulosa qilib aytganda, bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchi xulqi, tavakkalchilik va narx diskriminatsiyasi o'zaro chambarchas bog'liq bo'lgan muhim iqtisodiy kategoriyalar hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoni faqat daromad va narx omillari bilan emas, balki noaniqlik, axborot darajasi va riskka bo'lgan munosabat bilan ham belgilanadi. Shu bois iste'molchi xulqini to'liq anglash uchun tavakkalchilik omilini chuqur o'rganish zarur. Tavakkalchilik sharoitida iste'molchilar turlicha xulq namoyon etadi: ayrimlari riskdan qochadi, boshqalari esa riskni qabul qiladi yoki neytral munosabatda bo'ladi. Bu esa ularning xarid qarorlariga, talab hajmiga va bozordagi umumiy muvozanatga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Natijada ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchi subyektlar o'z strategiyalarini aynan iste'molchilarning ushbu xususiyatlarini hisobga olgan holda shakllantiradi.

Narx diskriminatsiyasi esa bozorda foydani maksimal darajada oshirishning muhim vositasi sifatida namoyon bo'ladi. Turli iste'molchilar guruhlar uchun turlicha narx belgilash orqali korxonalar o'z daromadlarini oshiradi, biroq bu holat iste'molchi farovonligiga ikki tomonlama ta'sir ko'rsatadi. Bir tomondan, ayrim iste'molchilar uchun mahsulot va xizmatlardan foydalanish imkoniyati kengayadi, ikkinchi tomondan esa, ayrim guruhlar uchun ortiqcha to'lov yuklamasi yuzaga kelishi mumkin. Shuningdek, ushbu uch omilning o'zaro ta'siri bozor mexanizmining samaradorligini belgilovchi muhim omillardan biridir. Iste'molchi xulqi tavakkalchilik orqali shakllanadi, tavakkalchilik esa narx siyosati va, xususan, narx diskriminatsiyasi strategiyalariga ta'sir etadi. Shu bois, ularni alohida emas, balki kompleks tarzda o'rganish iqtisodiy tahlilning samaradorligini oshiradi.

Umuman olganda, mazkur tadqiqot natijalari bozor iqtisodiyotida samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish, narx belgilash strategiyalarini takomillashtirish hamda

iste'molchi manfaatlarini himoya qilishda muhim ilmiy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Varian, H. R. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. W.W. Norton & Company, 2014.

(Narx diskriminatsiyasi va iste'molchi tanlovi – 120–155-betlar)

2. Mankiw, N. G. Principles of Economics. Cengage Learning, 2018.

(Iste'molchi xulqi va bozor muvozanati – 95–130-betlar)

3. Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. Microeconomics. Pearson Education, 2017.

(Tavakkalchilik va noaniqlik – 180–210-betlar)

4. Kreps, D. M. Microeconomics for Managers. Princeton University Press, 2004.

(Narx strategiyalari va diskriminatsiya – 75–110-betlar)

5. Hal Varian. Microeconomic Analysis. W.W. Norton, 1992.

(Iste'molchi tanlovi nazariyasi – 60–95-betlar)

6. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi materiallari.

(Bozor tendensiyalari va iste'molchilar xulqi – 2023–2025 yillar hisobotlari)

7. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. Economics. McGraw-Hill, 2010.

(Bozor tuzilmalari va narx shakllanishi – 140–175-betlar)