

RAG'BATLAR VA SAMARADORLIKNING O'ZARO BOG'LIQLIGI

Jahongir Ulashev Xushmuradovich

Osiyo texnologiyalar universiteti magistranti

Annotatsiya. Mazkur maqolada bozor baholarining shakllanishida axborotning tutgan o'rni, bozor samaradorligining darajalari hamda simmetrik va assimetrik axborot turlari tahlil qilinadi. Bozor samaradorligining uch darajasi — past, o'rta va yuqori — o'zaro farqlari bilan izohlanadi. Shuningdek, korxonalarda rag'batlantirish va samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik, ularning ishlab chiqarishdagi ahamiyati ham yoritiladi. Rag'batlantirishning moliyaviy, ma'naviy va ijtimoiy shakllari, samaradorlikni oshirish yo'llari, xodimlarni motivatsiyalash mexanizmlari muhim jihatlar sifatida keltirilgan. Ishlab chiqarish jarayonida mehnatning ahamiyati, tovar va xizmatlar qiymati hamda ularning taqsimoti iqtisodiy tahlil orqali bayon etiladi.

Kalit so'zlar: milliy iqtisodiyot, sanoat ishlab chiqarish korxonalari, raqobatbardoshlik indeksi ko'rsatkichlari, tadbirkorlik qobiliyati, korxonona personal, kommunikatsiya samaradorligi.

Аннотация. В данной статье рассматривается роль информации в формировании рыночных цен, а также анализируются уровни эффективности рынка — низкий, средний и высокий — с точки зрения доступности информации участникам рынка. Особое внимание уделено взаимосвязи между мотивацией сотрудников и эффективностью их труда в предприятиях. Приведены формы стимулирования: материальные, моральные и социальные, а также пути повышения производительности. Отдельно рассматривается значение живого труда в производственном процессе и экономическая оценка создаваемых товаров и услуг. Также анализируется закон убывающей предельной полезности факторов производства.

Ключевые слова: национальная экономика, промышленные производственные предприятия, показатели индекса конкурентоспособности, предпринимательская способность, персонал предприятия, эффективность коммуникаций.

Annotation. This article explores the influence of information on market pricing and the classification of market efficiency into three levels: weak, semi-strong, and strong, based on how information is reflected in prices. It discusses the difference between symmetric and asymmetric information and its impact on participants' advantages. The paper also examines the relationship between employee motivation and productivity in enterprises, emphasizing financial, moral, and social incentives. Key methods for improving efficiency are described, including optimal use of resources and labor motivation. Finally, the economic role of labor in the production process and the distribution of value in goods and services is analyzed, referencing classical economic principles.

Key words: national economy, industrial production enterprises, competitiveness index indicators, entrepreneurial ability, enterprise personnel, communication efficiency.

KIRISH

Bozor bahosi ko'plab omillarga, shu jumladan asosiy omil sifatida ko'rib chiqiluvchi axborotga bog'liq. Shu tariqa, bozorning samaradorlik darajasi axborotni baholarga ta'sir

etish tezligiga bog‘liq holda o‘zgaradi. Bunda iqtisodiy samaradorlik emas, axborotning samarasi tushuniladi. Bozordagi axborotni olishda uning barcha ishtirokchilari birdek imkoniyata ega emas. Xalqaro amaliyotda simmetrik va assimetrik axborotlar mavjud:

- Birinchi holatda axborotdan barcha foydalanishi mumkin va bu hech qanday afzalliklarni bermaydi;

- Ikkinchi holatda axborotdan faqatgina bozorning muayayn ishtirokchilari foydalanishi mumkin va bu ularga ma’lum afzalliklarni beradi.

Bozor samaradorligining uch darajasi mavjud: past, o‘rta va yuqori. Samaradorlikning past darajasi aksiyalarning joriy bozor baholari o‘tgan davrlardagi bahojar dinamikasini to‘liq aks ettirilishini bildiradi. Samaradorlikning o‘rtacha darajasi aksiyalarning joriy bozor baholari faqat o‘tgan davrlardagi bahojar dinamikasinigina emas, balki barcha foydalanish imkoniyatiga ega bo‘lgan axborotlarni ham to‘liq aks ettirilishini bildiradi. Samaradorlikning yuqori darajasi aksiyalarning joriy bozor baholari o‘tgan davrlardagi bahojar dinamikasini, shuningdek, barchaga ma’lum va cheklangan axborotlamigina emas, ham aks ettiradi. Shunday qilib, axborotlardan barcha ishtirokchilar foydalanish imkoniyatiga ega bo‘lsa-da, hech biri ortiqcha daromad olish imkoniyatiga ega bo‘lmaydi.

Korxonalar xo‘jalik faoliyatining uzluksizligini ta’minlash, ularda ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatish samaradorligini oshirish va shu kabi iqtisodiy barqarorlik ko‘rsatkichlarning yuqori bo‘lishida korxonalarda faoliyat yuritayotgan ishchi xodimlar va xizmatchilar vazifalarining va ish jarayonlarining yuqori saviyada tashkil qilinganligi, ularning mexnatini moddiy va ma’naviy rag‘batlantirish tizimini yaratilishi alohida ahamiyatga ega. Korxonalar va ularning ishchi xodimlari o‘rtasida yuzaga keladigan moliyaviy munosabatlarni samarali tashkil qilinishi yuqoridagi maqsadlarga erishishda va mexnat resurslaridan oqilona foydalanishda dolzarb hisoblanadi.

Rag‘batlar va samaradorlik inson faoliyatining ajralmas qismidir. Har bir tashkilot yoki jamoada xodimlarning motivatsiyasi va samaradorligi o‘rtasidagi bog‘liqlikni tushunish muhimdir. Ushbu maqolada rag‘batlar va samaradorlik o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar, rag‘batlantirish usullari va samaradorlikni oshirish yo‘llari haqida gapiriladi.

Rag‘batlar tushunchasi

Rag‘bat, odatda, insonlarni ma’lum bir harakat yoki faoliyatga undash uchun ishlatiladigan vosita sifatida qaraladi. Bu moliyaviy, ma’naviy yoki psixologik bo‘lishi mumkin. Rag‘batlar quyidagi turlarga bo‘linadi:

1. *Moliyaviy rag‘batlar*: Ish haqi, bonuslar va boshqa moddiy ta’minotlar;
2. *Ma’naviy rag‘batlar*: Tan olinish, mukofotlar va maqtov;
3. *Ijtimoiy rag‘batlar*: Jamoa ichida ijobiy muhit, hamkorlik va aloqa.

Samaradorlik tushunchasi

Samaradorlik, odatda, maqsadga erishish darajasi sifatida aniqlanadi. Tashkilotlarda samaradorlikni oshirish uchun quyidagi jihatlar muhimdir:

- Resurslardan samarali foydalanish;
- Vaqtni boshqarish;
- Xodimlarning kuchli tomonlarini rivojlantirish.

Rag'batlar va samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik

Rag'batlar va samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik ko'plab tadqiqotlar orqali tasdiqlangan. Rag'batlar xodimlarning motivatsiyasini oshiradi, bu esa o'z navbatida ish samaradorligini yanada yuqori darajaga olib keladi. Misol uchun:

- *Yuqori rag'batlantirish:* Xodimlar o'z ishlariga qiziqadilar va ular o'z maqsadlariga erishishga intiladilar;

- *Kam rag'batlantirish:* Xodimlar o'zlarining ishlariga qiziqmay qolishlari mumkin va natijada samaradorlik pasayadi.

XULOSA

Ishlab chiqarish jarayonida barcha omillar harakatda bo'ladi, lekin ular ichida jonli mehnat, ya'ni ishchi kuchi faol bo'lib, u barcha ishlab chiqarish vositalarini harakatga keltiradi, ularga «jon kiritadi», asosiy kapital qiymatining yo'qolib ketmasligini ta'minlab, yangi yaratilgan tovar va xizmatlarga o'tkazadi. Va nihoyat, bu jarayonda yangi tovar va xizmatlar vujudga keladi. Yangi vujudga kelgan tovar va xizmatlar ikki xil xususiyatga – naflilik va qiymatga ega bo'lib, ikki tomonlama hisobga olinadi: natural-ashyoviy (naflilik) tomonidan va qiymat tomonidan. Natural-ashyoviy tomondan u uch qismga: ishlab chiqarish vositalari, iste'mol buyumlari va turli xizmatlarga bo'linadi. Qiymat tarafidan ham uch qismga: iste'mol qilingan ishlab chiqarish vositalari qiymati (s), zaruriy mahsulot qiymati (v) va qo'shimcha mahsulot qiymati (m)ga bo'linadi. Bundan 100 yil ilgari marjinalistlar tomonidan kashf qilingan va iqtisodiyotning universal qonuni deb atalgan qonun – «keyingi qo'shilgan omil (qo'shilgan kapital, qo'shilgan mehnat) unumdorligining pasayib borish qonuni» ko'r-ko'rona isrofgarchilikka, ortiqcha xarajatlarga yo'l qo'yilmasa, hozirgi zamon fan-texnika taraqqiyoti sharoitida amal qilmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi birinchi Prezidentining 2008 yil 24 apreldagi Baholovchi tashkilotlar faoliyatini yanada takomillashtirish va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati uchun ularning mas'uliyatini oshirish to'g'risida PQ-843-son qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 2003 yil 8 maydagi 210-sonli Baholash faoliyatini litsenziyalash to'g'risidagi Qarori.

3. O'zbekiston Respublikasining birinchi I.A.Karimov O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. T. «O'zbekiston» 1995 y.
4. Rakhmatov, O., & Rakhmatov, F. (2023). Experimental study of the process of drying melon slices in a chamber-convection dryer. In E3S Web of Conferences (Vol. 443, p. 02004). EDP Sciences.
5. Нуриев, К. К., Рахматов, О., Кадирова, Р. С., & Рахматов, О. О. (2015). Биоконверсия органических отходов растительного происхождения в условиях Узбекистана. In Проблемы рекультивации отходов быта, промышленного и сельскохозяйственного производства (pp. 468-470).
6. Рахматов, Ф. О., & Нуриев, К. К. (2022). Исследование плодов дыни как объекта технической переработки. Илмий мақолалар тўплами, 330.
7. Джураев, А. Ж., Нуриев, К. К., & Юсуфалиев, А. (2003). Разработка высокоресурсных лап для культиваторов. Тракторы и сельскохозяйственные машины, 2, 42-43.
8. Rakhmatov, F. O., Rakhmatov, O., Nuriev, K. K., & Nuriev, M. K. (2021, October). Combined dryer with high efficiency for drying high-moist agricultural products. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 868, No. 1, p. 012076). IOP Publishing.
9. Iskandarov, Z. S., Rakhmatov, O., Salomov, M. N., Akhmedov, S. K., & Rashidov, A. S. (2011). Double chamber solar and fuel drying unit for agricultural products. Applied Solar Energy, 47(1), 24.
10. Рахматов, О., Нуриев, К. К., & Тошбаева, Ш. К. (2014). Безотходная комплексная переработка плодов дыни. In техника и технологии: пути инновационного развития (pp. 222-226).

Internet saytlari:

1. <http://www.press-service.uz> (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti portali). www.gov.uz (O'zbekiston Respublikasi hukumatining rasmiy sayti). www.gki.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat mulk qo'mitasi).
2. www.rmm.uz (—Respublika mulk markazi YoAJning sayti).
3. www.sion.uz (Ko'chmas mulk agentligi).
4. www.wikipedia.ru (Ma'lumotlar qidiruv portali).
5. www.profocenska.ru (ЗАО —Профессиональные оценки и экспертизы).