



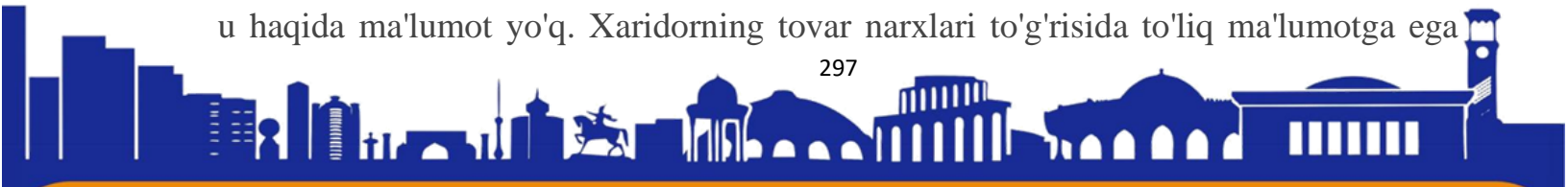
ISSN (E): 2181-4570

BOZORDAGI ASSIMETRIK AXBOROTLARNI YO'QOTISH YO'LLARI**Sharipova Zulayxo Abdirimovna****“Ma'mun-universiteti” NTM “Iqtisodiyot va
buxgaltera hisobi” kafedrasi katta o'qituvchisi****Omonboyeva Barnoxon****Ijtimoiy-gumanitar fanlar fakulteti****Iqtisodiyot yo'nalishi birinchi kurs talabasi****Telefon raqami:+998(91)-423-52-51**

Anotatsiya: To'liq bo'lmagan ma'lumotlar- bu keng qamrovli ma'lumotlarning etishmasligi, ayniqsa bir tomonning harakatlarini boshqa tomonlar nazorat qila olmaydigan hollarda. Axborotning to'liqsizligining turlaridan biri uning assimetriyasidir. **Axborot assimetriyasi-** bu bitim taraflari o'rtasida mahsulot haqidagi ma'lumotlarning notekis taqsimlanishi.

Kalit so'zlar: Axborot assimetriyasi, "limon" bozori modeli, narx raqobati, qimmatli qog'oz, standartlashtirilgan mahsulot, axborot quroli, salbiy tanlov.

Tadqiqot materiali va usullari: Asimmetrik ma'lumotlarning ikki turi mavjud bo'lib, ularning har biri ma'lum bir iqtisodiy muammoni keltirib chiqaradi. Ushbu turlardan biri sotuvchi tomonidan ham, xaridor tomonidan ham yashirin xususiyatlarning mavjudligi bilan tavsiflanadi. 1970 yilda J. Akerlof hozirgi vaqtda "limon" bozori deb ataladigan mashhur modelni taklif qildi. Ushbu model doirasida avtomobillar bilan ifodalanadigan foydalanilgan avtomobillar bozori ko'rib chiqiladi. Shuningdek, "o'rtacha past" deb ta'riflanishi mumkin bo'lgan sifat. Yaxshi mashinalarni sotuvchilar ularni ma'lum bir narxda sotishga tayyor, ammo bu narx yomon mashinalar narxidan yuqori. Yomon mashina sotuvchilari o'z mashinalarini yaxshi mashinalar uchun xohlaganidan pastroq narxda sotishni xohlashadi, lekin faqat ular tovarlarning sifati haqida bilishadi va xaridorlar bilishmaydi shunda ma'lumotlarning assimetriyasi aniq. Bozorda ba'zi o'rtacha narx belgilanadi. Bu yaxshi mashina egalariiga mos kelmaydi va ular bozorni tark etadilar. Faqat "limonlar" (Amerika jargoni) qoladi, ularning egalari uchun belgilangan narx kutilganidan oshadi. Va bu mashinalar sotib olinadi, garchi ularning sifati hatto sotuvchilarning narxiga mos kelmasa ham, ular bu haqda indamaydilar va xaridor yomon mashinani oshirilgan narxda sotib oladi, chunki u haqida ma'lumot yo'q. Xaridorning tovar narxlari to'g'risida to'liq ma'lumotga ega





emasligi, shuningdek uning sifati to'g'risida ma'lumotlarning yetishmasligi bozorda sotuvchilarning past konsentratsiyasi bo'lgan firmalarga tovarlarni olish imkonini beradi. Narx raqobati bozorda firmalar o'rtasida cheklangan bo'lsa, kuchliroq, yomon xaridorlar turli sotuvchilardan o'rnini bosuvchi tovarlar narxlari darajasidan xabardor. Har xil sotuvchilarning o'xshash tovarlari narxlari darajasi to'g'risida xaridorlarning hech bo'lmaganda bir qismi ma'lumotlarning yetishmasligi narxni oshirishga imkon beradi. Bozor munosabatlarning barcha ob'ektlari o'zlari duch keladigan hamma narsa haqida ma'lumotni tanlash, tahlil qilish va to'plash qobiliyatiga ega emas..

- Sifati faqat sotib olingandan keyin aniqlanishi mumkin bo'lgan mahsulotlar

Uzoq vaqt davomida sotib olingandan keyin ham sifatini aniqlash qiyin bo'lgan tovarlar (uy). Bunday holatlar mumkin: kredit bozori va sug'urta bozorida ma'lumotlarning assimetriyasi xizmat ko'rsatish sifati bilan emas, balki mijozning keyingi nazoratsiz harakatlari bilan bog'liq. Agar tovar bozorlarida ko'pincha sotuvchi to'liq ma'lumotga ega bo'lsa, lekin mijoz yo'q bo'lsa, bu yerda aksincha, sotuvchi o'z mijoz haqida to'liq ma'lumotga ega bo'lmasa, mijoz qoida tariqasida o'zini qanday tutishini biladi va sotuvchi esa mijozning kelajakdagi xatti-harakatlari haqida bilmaydi.

Moliyaviy bozorlarda axborot assimetriyasi tufayli yuzaga keladigan bir qancha asosiy muammolar mavjud:

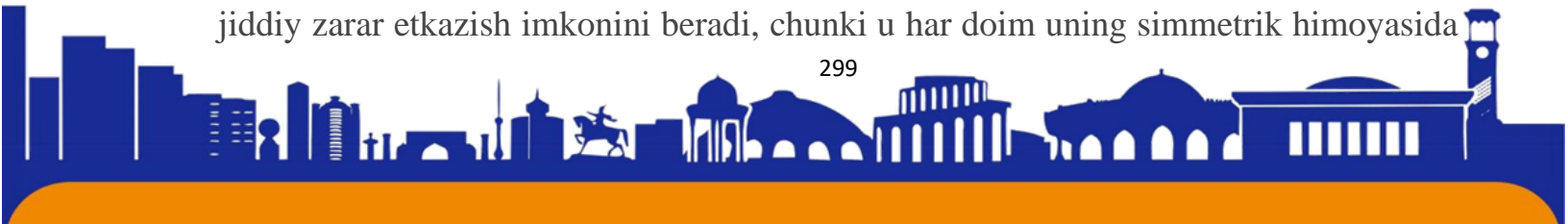
- salbiy tanlov muammosi;
- insofsizlik xavfi muammosi;
- davlat tekshiruv muammosi.

Masalan, ipoteka bilan ta'minlangan qimmatli qog'ozlarga nisbatan axborot assimetriyasi muammosi shundan dalolat beradiki, ularning emitenti (emissiya qiluvchi) taklif etilayotgan qimmatli qog'ozlarning sifati va ular ortidagi ipoteka kreditlari to'g'risida investorga qaraganda ko'proq ma'lumotga ega bo'ladi. Investorlarda ipoteka bilan ta'minlangan qimmatli qog'ozlar to'g'risida etarli ma'lumotga ega bo'lmasligi ularni qimmatli qog'ozlarni sotib olishda ikkilanishlariga yoki riskni qoplash kabi qimmatli qog'ozlar bo'yicha yuqori daromad olishni talab qilishga olib kelishi mumkin. Axborot assimetriyasi boshqa ko'plab bozorlarda ham mavjud. Mana





bir nechta misollar: chakana savdo do'konlari bunday do'kon mahsulotdagi nuqsonni tuzatadimi yoki uni qaytarib beradimi?, noyob markalar, tangalar, kitoblar va rasmlar sotuvchilari bu buyumlar aslmi yoki soxtami?. Diler ularning haqiqiyliги haqida sizdan ko'ra ko'proq biladi; tom yopishchilar, chilangarlar, elektrchilar (tom yopishchi o'z ishining sifatini tekshirish uchun uni ta'mirlash yoki ta'mirlashda haqiqatan ham tomga chiqasizmi?); restoranlar (oshpaz ishlatadigan mahsulotlarning yangiligini va uning sog'liqni saqlash qonunlariga muvofiqligini tekshirish uchun oshxonaga qanchalik tez-tez borasiz?) kabi savollar yuzaga keladi. Bularning barchasida sotuvchi mahsulot sifati haqida xaridorga qaraganda ko'proq narsani biladi. Sotuvchilar esa xaridorlarga sifatli ma'lumot bera olmaguncha, sifatsiz tovar va xizmatlar yuqori sifatli tovar va xizmatlarni siqib chiqaradi va bozor ishlamaydi. Shu sababli, ikkinchisining sotuvchilari iste'molchilarni ularning sifati haqiqatan ham yuqori ekanligiga ishontirishdan juda manfaatdor. Yuqoridagi misollarda bunga asosan obro' bilan erishiladi. Siz ushbu maxsus do'konda xarid qilasiz, chunki u mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatishi bilan mashhur; siz ushbu tom yopish ustasi va chilangarni yollaysiz, chunki ular obro'ga ega yaxshi ishchilar; siz ushbu maxsus restoranga borasiz, chunki u ishlatiladigan mahsulotlarning yangiligi bilan mashhur va siz bilgan hech kim unga tashrif buyurganingizdan keyin qusmagan. Ba'zida tadbirkorlar o'z obro'sini saqlab qolishga qodir emaslar. Masalan, avtomagistral yoki moteldagi mijozlarning aksariyati u erga faqat bir marta yoki vaqti-vaqti bilan sayohat paytida borishadi. Xo'sh, qanday qilib "limon" muammosi bo'lgan bu restoran va motellar bo'lishi mumkin? Yagona yo'l uning yechimlari standartlashtirishdir. O'z shahringizda yashab, siz McDonald'sda ovqatlanishni xohlamasligingiz mumkin. Biroq, magistral bo'ylab haydab, nonushta qilishni xohlasangiz, siz McDonald'sni tanlaysiz. Gap shundaki, McDonald's standartlashtirilgan mahsulotni taklif qiladi; bir xil ingredientlardan foydalaniladi va mamlakat bo'ylab har bir McDonald'sda bir xil taom beriladi. Balki Jo Dinner yaxshiroq narsani o'ylab topadi, lekin siz McDonald'sda nimani sotib olishingizni aniq bilasiz. Axborot assimetriyasi axborot va psixologik ta'sir va axborot qurollarining eng muhim xususiyatlaridan biridir. Axborot urushining asosiy tamoyillaridan biri bo'lgan axborot assimetriyasi har qanday davlatning axborot makonini shakllantirishga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Asimmetrik axborot ta'siri (qurol) tajovuz qurboni uchun sezilmaydi va unga simmetrik tartibni himoya qilish reaksiyasi yo'q. Asimmetriya eng kuchli raqibga jiddiy zarar etkazish imkonini beradi, chunki u har doim uning simmetrik himoyasida





zaif tomonlarni topadi. Axborot assimetriyasi hodisani uning turli jihatlaridan kelib chiqib ajratib ko'rsatish, yaratish imkoniyatiga asoslanadi. har xil turlari Yangiliklar. Axborot assimetriyasi axborot makonining noaniqligiga asoslanadi. Uning biron bir elementini blokirovka qilganda, har doim boshqasidan foydalanish imkoniyati mavjud bepul joy. Bunday o'tishlarning cheksizligi sof jismoniy makonda mumkin emas, lekin axborot makonida mumkin. Natijada, har qanday tashviqot harakati axborot-psixologik makonda assimetriya hosil qiladi, diqqatni ma'lum bir nuqtai nazardan makonning bir tomoniga qaratadi.

Xulosa: Axborot assimetriyasi ishchilarni yollash bosqichida namoyon bo'ladi. Ayni paytda ish beruvchi sotib olingan tovarlarning haqiqiy sifatini bilmaydi. Shu bilan birga, bir qator boshqa xususiyatlar (ma'lumot, yosh, jins, millat, ish tajribasi) mavjud bo'lib, ular ishchi kuchining sifati, xodimning imkoniyatlari va qobiliyatlari haqida signal ma'lumoti sifatida qaraladi. Ta'lim signallari eng muhimlaridan biridir. Axborot assimetriyasining yana bir jihati shundaki, ko'pgina firmalar ish haqi darajasini muvozanatga nisbatan ortiqcha baholaydilar, chunki ular tushunishadi: bir tomondan, yuqori ish haqi yuqori korporativ madaniyatni shakllantirish uchun yanada qizg'in mehnat va shart-sharoitlarni talab qiladi; boshqa tomondan, u ishdan bo'shatilgan taqdirda xodimlar uchun yuqori potentsial yo'qotishlarga olib keladi. Moliyaviy bozorlarni tahlil qilish asosida ma'lumotlar assimetriyasi tovarlar ishlab chiqarishdan ko'ra alohida xizmat ko'rsatish sohalari uchun ko'proq xosdir, degan xulosaga kelishimiz mumkin. Bu yerda iste'molchilar huquqlarini himoya qilish sotilgan tovarlar va xizmatlar sifati to'g'risidagi to'liq ma'lumotlarga asoslanishi kerak. Bu yerda iste'molchilar uyushmalari, ommaviy axborot vositalari, ijro etuvchi hokimiyat va firmalar nazorat funksiyasini bajarishi kerak. Axborot assimetriyasini boshqarish mumkin - axborot urushi tushunchalari va texnologiyalari axborot assimetriyasini boshqarish shakllaridir. Axborot quroli axborot assimetriyasini yaratadi va undan foydalanadi. Axborot assimetriyasini boshqarishga nisbatan axborot hujumi axborot assimetriyasini kuchaytirish, undan himoyalanih esa axborot assimetriyasini kamaytirish vositasidir.





ISSN (E): 2181-4570

Foydanilgan adabiyotlar:

1. <https://motherhouse.ru/uz/arenda-kvartir/asimmetrichnost-informacii-privodit-k-asimetriya-informacii-ponyatie/>
2. Ishmuxamedov A.E., Eshov M.P., Sunnatov M.N. «Bozor iqtisodiyoti va biznes asoslari» - O'quv qo'llanma - T.: TDIU, 2006 – 208 bet.
3. Экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 714 с — (Серия «Высшее образование»).
4. Ломакин В.К. Л74 Мировая экономика: Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 735 с.
5. https://files.data-economy.ru/Docs/White_Book.pdf
6. www.ziyonet.com

