

A.B. SHAKAROV, U.X. XOLBOYEV

MIKROIQTISODIYOT



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY VA O‘RTA
MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

A.B. SHAKAROV, U.X. XOLBOYEV

MIKROIQTISODIYOT

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta
maxsus ta’lim vazirligi tomonidan
darslik sifatida tavsiya etilgan*

**TOSHKENT
“IQTISOD-MOLIYA”
2021**

UO‘K: 330.101.542(075)

KBK: 65.012.1ya73

Taqrizchilar:

i.f.d., prof. B.Salimov;

i.f.d., prof. M.Muhammedov

Sh 19 Mikroiqtisodiyot: Darslik / A.B. Shakarov, U.X. Xolboyev;
– T.: “Iqtisod-Moliya”, 2020. – 228 b.

Darslikda iqtisodiyotning quyi pog‘onasi, ya’ni bozorda to‘g‘ridan to‘g‘ri harakat qiladigan subyektlarning iqtisodiy faoliyatining nazariy va amaliy tomonlari yoritilgan. Korxonalarning raqobatlashgan bozordagi harakati, monopol va oligopolik bozorlardagi harakati bilan bog‘liq nazariy va amaliy masalalar o‘rganilgan va grafiklar asosida tahlil qilingan hamda korxonalar foydasini maksimallashtirishga doir masalalarning iqtisodiy qo‘yilishi va ularning yechimi ko‘rsatib berilgan. Shuning bilan birga bozor tuzilmalari va ularning o‘ziga xos xususiyatlari, bozor iqtisodiyotiga davlatning ta’siri hamda uning oqibatlari bilan bog‘liq nazariy masalalar ham darslikda o‘z aksini topgan.

Darslik “Iqtisodiyot” ta’lim yo‘nalishining bakalavrlari uchun mo‘ljallangan.

Darslik bakalavriat yo‘nalishi 5230100 – iqtisodiyot yo‘nalishi talabalari uchun mo‘ljallangan.

“Iqtisodiyot nazariyasi” kafedrasining 2020-yil 16-yanvardagi 5-sonli majlisida muhokama qilingan

UO‘K: 330.101.542(075)

KBK: 65.012.1ya73

ISBN 978-9943-7321-3-1

© A.B. Shakarov,

U.X. Xolboyev, 2021

© “IQTISOD-MOLIYA”, 2021

O'zbekistonda iqtisodiyotni erkinlashtirish, modernizatsiya qilish va milliy iqtisodiyotning jahon xo'jaligiga oqilona va samarali integratsiyalashuvi bosqichida bozor qonuniyatlariga asoslangan milliy xo'jalik bosqichma-bosqich shakllanib bormoqda, uning tarkibi, xususan, tarmoq va hududiy tuzilishi takomillashtirilmoqda. Bozor transformatsiyasi jarayonlarida milliy iqtisodiyotning amal qilishi va rivojlanishida o'ziga xos tendensiya va qonuniyatlar yuzaga chiqmoqda.

Mamlakatimizda yoshlar tarbiyasiga, ularning yetarli darajada bilim, malaka va ko'nikmaga ega bo'lishida va malakali kadrlar bo'lib yetishishlarini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar ko'rilmogda, tegishli islohotlar olib borilmoqda.

"Nafaqat yoshlar, balki butun jamiyatimiz a'zolarining bilimi, saviyasini oshirish uchun avvalo ilm-ma'rifat, yuksak ma'naviyat kerak. Ilm yo'q joyda qoloqlik, jaholat va albatta, to'g'ri yo'ldan adashish bo'ladi.

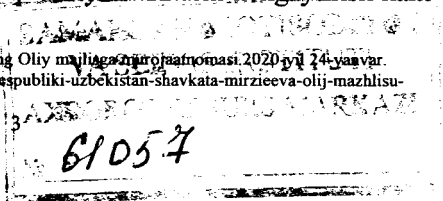
Sharq donishmandlari aytganidek, "Eng katta boylik – bu aql-zakovat va ilm, eng katta meros – bu yaxshi tarbiya, eng katta qashshoqlik – bu ilimsizlikdir!"

Shu sababli hammamiz uchun zamonaviy bilimlarni o'zlashtirish, chinakam ma'rifat va yuksak madaniyat egasi bo'lish uzluksiz hayotiy ehtiyojga aylanishi kerak.

Taraqqiyotga erishish uchun raqamli bilimlar va zamonaviy axborot texnologiyalarini egallashimiz zarur va shart. Bu bizga yuksalishning eng qisqa yo'lidan borish imkoniyatini beradi. Zero, bugun dunyoda barcha sohalarga axborot texnologiyalari chuqur kirib bormoqda¹.

Bunday sharoitda bozor mexanizmi amal qilishi, tadbirkorlik subyektlarining xatti-harakatlari, uy, korxona va davlat xo'jaligining faoliyati xususiyatlari, davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo'nalishlari, makroiqtisodiy vaziyat va uning barqarorligini ta'minlash muammolarini ilmiy-nazariy o'rganish, bu borada iqtisodiy tafakkurni kengaytirish ham-

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy majlisga murojaatnomasi 2020 yil 24-yanvar.
<https://www.pv.uz/oz/newspapers/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirzieva-olij-mazhlisu-2020>



da mukammallashtirish, talabalarda tegishli darajada amaliy ko'nikmalarni ham shakllantirishga erishish lozim. Shu bilan birga "Mikroiqtisodiyot" fani predmetini chuqur o'rganish, bozor iqtisodiyotining nazariy asoslari, qonuniyatlaridan xabardor bo'lish, nazariy yondashuvlarning amaliy jihatlarini ilg'ab olish, makroiqtisodiy jarayonlarning global va lokal masalalarini tushunish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi va ushbu fanni o'rganishning dolzarbligini ko'rsatadi. Shu ma'noda ushbu fanning obyekti kengayadi, predmeti toraymaydi.

Fanni o'qitishdan maqsad talabalarda bozor iqtisodiyotidagi asosiy jarayonlarni, quyi tizimdagi korxona, firma, tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatini muhim jihatlarini bo'yicha nazariy bilim, malaka va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat. Shundan kelib chiqqan holda *fanning vazifasi* sifatida talabalarga ishlab chiqarish, taqsimot, almashuv va iste'mol jarayonida iqtisodiy subyektlarning bozorga xos xatti-harakatlarini, ular orasidagi munosabatlarni o'rgatish belgilangan.

"Mikroiqtisodiyot" o'quv fanini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida bakalavr milliy iqtisodiyot amal qilishining mikro parametrlarini, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va uy xo'jaligi faoliyatining tamoyillarini, shart-sharoitlarini va omillarini bilib olishi, ma'ruza materiallarini o'zlashtirish va chuqur tahlil qila olish asosida milliy iqtisodiyotga oid nazariy materiallarga tayangan holda amaliy va ilmiy faoliyatni mustaqil tashkil etish, O'zbekistondagi islohotlar strategiyasining ustuvor yo'nalishlari, uning natijasi, milliy iqtisodiyotning asosiy, tub muammolari, korxonalar va uy xo'jaligi uchun maqsadga muvofiq faoliyat yo'nalishlarini tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi hamda milliy iqtisodiyotning amal qilishi, korxonalarning boshqarilishi va bozor islohotlarini chuqurlashtirish va bozor munosabatlarni takomillashtirish bilan bog'liq ilmiy va amaliy faoliyatni mustaqil tashkil etish malakalariga ega bo'lishi nazarda tutiladi.

1-bob. MIKROIQTISODIYOT FANINING MAZMUNI, MAQSADI VA VAZIFALARI. IQTISODIY BAZIS TUSHUNCHALARI

1.1. Mikroiqtisodiyot fanining predmeti, vazifalari va o'rganish usullari

Har bir inson jamiyatda yashayotgan ekan, u doimiy ravishda iqtisodiy jarayonlarga duch keladi, iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanadi.

Jamiyat va undagi har bir shaxsning asosiy maqsadi cheklangan resurslardan maqsadga muvofiq foydalanishni ta'minlaydigan yo'nalishlarni tanlash va yuqori natijalarga erishishdan iborat. Odatda kishilar o'z manfaati yo'lida, korxonalar – foyda miqdorini ko'paytirish yo'lida harakat qiladi, davlat bo'lsa ana shular faoliyatini yagona maqsad yo'lida jamiyatning farovonligini, kishilar turmush sharoitini yuksaltirishga qaratishi lozim. Turli davlatlarda bu maqsadga har xil darajada erishiladi.

Mikroiqtisodiyot fani – iqtisodiyotning hal qiluvchi dastlabki bo'g'ini bo'lgan firma, korxona va undan ham kichik bo'lgan korxonalar, mikrofirmalar, turli xil xalq xo'jaligi sohalaridagi xizmat ishlarini bajaruvchi xo'jalik va tashkilotlarda bozor qonunlari ta'sirida sodir bo'ladigan iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni, iqtisodiy qonunlar harakatini, ularni namoyon bo'lish shart-sharoitlarini, oqibatlarini o'rganib, tahlil qilib, xulosalar chiqaradi.

Mikroiqtisodiyot fanining predmeti – bozor iqtisodiyoti sharoitida aniq tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'mol hajmi, narxlarning shakllanishi, resurslarning tarmoqlararo qayta taqsimlanishi, iste'molchilarning tovar sotib olishi, ishlab chiqaruvchilarning esa uni ishlab chiqarishi, sotishi va shu kabi boshqa jarayonlarni o'rganish hisoblanadi.

Bu jarayonda – iste'molchilar, ishchilar, yer egalari, sarmoya qo'yuvchilar, fermerlar, ishlab chiqarish, turli korxonalar, xullas, iqtisodiyot sohasida faoliyat ko'rsatishda muhim ro'l o'ynaydigan har

qanday individual, ya'ni jismoniy shaxs yoki xo'jalik subyektlari ishtirok etadi. Tovarlarining nisbiy narxi, alohida bozorlar, maqsadga erishish uchun aniq turdagi resurslarning taqsimlanishi ularning diqqat markazida turadi. Mikroiqtisodiyot xaridorlar nima uchun shu tovarlarni xarid qilishga rozi bo'lganligini, bunga tovar bahosini, o'z daromadlar ta'sirini, korxonada qancha ishchi ishlashi kerakligini, aniq turdagi tovarlarga narx qanday qo'yilishini, qancha hajmda mahsulot ishlab chiqarish zarurligini, korxonalar faoliyatiga davlat siyosati va boshqa davlatlardagi sharoitlar qanday ta'sir etishini tushuntiradi.

Mikroiqtisodiyot fanining vazifalari quyidagilardan iborat:

- hozirgi davrdagi bozor iqtisodiyoti mexanizmi;
- resurslardan samarali foydalanish yo'llarini izlab topish;
- bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalar, korxonalar va uy xo'jaliklarining tutgan o'rni;
- raqobatlashuv va korxonalar samaradorligi;
- ishlab chiqarish va uni tashkil etish kabilarni o'rganish va ularni tahlil qilish.

Mikroiqtisodiyot fanining mohiyatini quyidagi masalalarni bilish, o'rganish yordamida yoritish mumkin:

- ✓ hozirgi davrdagi bozor iqtisodi mexanizmini o'rganish;
- ✓ umumiy muvozanat va iqtisodiy fikrlash;
- ✓ bozor xo'jaligi sharoitida firmalar, korxonalar, uy xo'jaligi va ularning tutgan o'rni, turlari, ahamiyati, vazifasi, samaradorligini ta'minlash;
- ✓ talab va ehtiyoj nazariyasi asoslarini bilish;
- ✓ bozor taklifi va talabi;
- ✓ talab va taklif o'zgaruvchanligi;
- ✓ raqobatlashuv va korxonalar samaradorligini oshirish;
- ✓ ishlab chiqarish va uni tashkil etish;
- ✓ ishlab chiqarish xarajatlari va foyda;
- ✓ resurslardan foydalanish samaradorligi. Ish haqi, baho.

Hozirgi kunda mikroiqtisodiyot fanining boshqa ijtimoiy-iqtisodiy fanlar bilan uzviy bog'liqligi yaqqol namoyon bo'lmoqda. Masalan, quyidagi fanlar bilan:

- ❖ iqtisodiyot nazariyasi;
- ❖ makroiqtisodiyot;
- ❖ makroiqtisodiy statistika;
- ❖ korxona iqtisodiyoti;
- ❖ qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti;
- ❖ kichik biznes va tadbirkorlik;
- ❖ tarmoqlar iqtisodiyoti;
- ❖ mehnatni tashkil etish;
- ❖ buxgalteriya hisobi;
- ❖ iqtisodiy tahlil;
- ❖ pul, kredit va bank;
- ❖ marketing;
- ❖ menejment;
- ❖ moliya;
- ❖ tabiiy ofatlar va inson mehnati muhofazasi;
- ❖ tabiatshunoslik;
- ❖ investitsion loyihalarning tahlili;
- ❖ loyihalarni moliyalashtirish va uni monitoringi;
- ❖ bank ishi;
- ❖ matematika va boshqalar.

Mikroiqtisodiyot fanining o‘rganish usullari va uslubi. Har qanday fanga o‘xshash iqtisodiyot ham o‘zi o‘rganadigan qonun va qonuniyatlarni aniqlash uchun ma’lum usullardan foydalanadi. Alohida iqtisodiy agentlarning iqtisodiy harakatini o‘rganishda quyidagi **usullar** qo‘llaniladi:

- ✚ analiz va sintez usuli;
- ✚ monografik usul;
- ✚ iqtisodiy-statistika usuli;
- ✚ hisoblash-konstruktiv usuli;
- ✚ tajribaviy usul;
- ✚ abstrakt mushohada usuli;
- ✚ matematik modellashtirish usuli;
- ✚ induksiya va deduksiya usuli;
- ✚ optimallashtirish usuli;

✦ muvozanatni aniqlash usuli.

Ishlab chiqarishning barcha muammolari ana shu usullar yordamida o'rganiladi.

Fanni o'rganish uslubi (metodologiyasi) **deganda, uni o'rganish faoliyatining shakllari, usullari va ularning bog'liqligi tushuniladi.** Ushbu fan bo'yicha masalani o'rta qo'yish, tadqiq mavzusini va ilmiy nazariyasini shakllantirish, shuningdek, aniqlangan natijani haqiqiyliigi, ya'ni o'rganilayotgan obyektga muvofiqligi jihatidan tekshirish metodologiyasini qo'llashning eng muhim tomoni hisoblanadi. Iqtisodiy hodisa va jarayonlarni o'rganish uslubi – tadqiqot yoki bilim, anglash yo'li, voqealik: amaliy yoki nazariy o'zlashtirish usullari yig'indisidir.

Demak iqtisodchilar tasodifiy kuzatishlar, fikrlash natijasida kelingan umumiy xulosalar, ma'lum ma'noga ega bo'lgan mushohadalar yoki intuitsiyalarga asoslanib, avval tekshirib sinab ko'rilmagan qoidalar, prinsiplarni yaratadilar yoki shakllantiradilar. Bunday fikrlash mahsuli gipoteza, deb yuritiladi. Masalan, ular kabinet, idora sharoitida fikrlashga asoslanib, iste'molchilar mahsulotlarni bahosi yuqori bo'lganda emas, bahosi past bo'lganda ko'p miqdorda xarid qilishlari maqsadga muvofiqdir, deb taxmin qilishlari mumkin.

Iqtisodiy jarayonlarni tahlil qilishda pozitiv va normativ yondashuvlardan foydalaniladi.

Pozitiv yondashuv – iqtisodiy subyekt qabul qilgan qarorni obyektiv tahlil qilish va oqibatlarini bashoratlashni ko'zda tutadi. Pozitiv yondashuv tadqiq qilinayotgan jarayonning sabab va oqibatlarini aniqlashga yordamlashadi.

Normativ yondashuv – qarama-qarshi tadqiq qilinayotgan jarayonga nisbatan subyektiv baho berish bilan shug'ullanadi. Tadqiq qilish natijasida amaliy taklif va tavsiyalar beradi.

Iqtisodchilar foydalanadigan tadqiq qilishning eng asosiy usullaridan biri iqtisodiy jarayonlarni modellashdir.

Iqtisodiy model – iqtisodiyotni kichik bir ko'rinishda yaqqol namoyon etuvchi bir ko'rinishi, shakli hisoblanadi. Iqtisodiy model – iqtisodiyot haqida hech qanday ma'lumotlar yo'qligida yoki olish

mumkin bo'lmagan holatlarda, iqtisodiyotni bashorat qilish, unga real
 baho berish imkoniyatini beradi.

Hozirgi kunda modellarning umumqabul qilingan tasnifi yo'q, lekin
 iqtisodiy model quyidagi talablarga javob berishi kerak:

1. Mazmunan boyligi;
2. Qabul qilingan qarorlarning haqiqiyligi;
3. Ular (qarorlar) asosida muhim bashoratlarni qabul qilish
 imkonining mavjudligi;
4. Axborot ta'minotining mavjudligi;
5. Tekshirish imkoniyatining mavjudligi.

Iqtisodiyotda modellarning 2 ko'rinishidan foydalaniladi:
 Optimallashtirilgan va muvozanatlashtirilgan.

Optimallashtirilgan modellar – alohida iqtisodiy agentlar (iste'-
 molchilar, ishlab chiqaruvchilar va boshqalar) faoliyatini tahlil qilishda,
 ya'ni, ishlab chiqarish, taqsimlash, iste'mol qilishning eng optimal
 variantini topishda foydalaniladi. Optimallashtirilgan modellarda
 chegaraviy ko'rsatkichlardan ya'ni chegaraviy foydalanganlik, chega-
 raviy mahsulot, chegaraviy daromad, chegaraviy xarajatlar. Mazkur
 tahlil **marjinalizm**, deb ham ataladi (ingliz tilidan "margin"- chegara).

Bozor muvozanati modeli – iqtisodiy agentlar o'rtasidagi muno-
 sabatlarni tahlil qilishda foydalaniladi. Talab va taklif o'rtasidagi
 muvozanat modeli bozorning mikroiqtisodiy tahlilining asosini tashkil
 etadi.

1.2. Bozor, uning iqtisodiy mohiyati va vazifalari.

Noyob ne'matlar tushunchasi

Bozor – bu sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi mahsulot
 sotish va sotib olish bo'yicha erkin munosabatlar tizimidir.

Bozor – bu sotuvchilar va xaridorlarni uchrashtiradigan joy, ular
 o'rtasida kelishilgan narx bo'yicha tovar almashuvi sodir bo'ladi.
 Bozorda sotishni amalga oshirish uchun ma'lum xarajatlar qilinadi va bu
 xarajatlar bozor to'g'risida axborot olish, shartnomalar tuzish,
 uchrashuvlar o'tkazish, sotib olinadigan tovar yoki xizmatning miqdoriy

va sifat xarakteristikalarini aniqlash va boshqa turdagi xarajatlar bilan bog‘liq. Bunday xarajatlar tranzaksion xarajatlar bo‘lgani uchun ham, bozorni **tranzaksiyalar majmuasi**, deb ham qarash mumkin. Bozorning o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, u daromadlarni samarali faoliyat ko‘rsatayotgan subyektlar hisobiga qayta taqsimlaydi, ya’ni zamonaviy texnologiyadan, cheklangan resurslardan samarali foydalanayotgan xo‘jalik subyektlari hisobiga taqsimlaydi.

Bozorlar o‘zining hududiy masshtabiga ko‘ra lokal, milliy va xalqaro bozorlarga bo‘linadi. Oldi-sotdi obyekti bo‘lib, iste‘mol tovarlari, resurslar, (mehnat, kapital, yer, tadbirkorlik qobiliyati, axborot) va xizmatlar hisoblanadi. Tovarlarni bozori bilan bir qatorda pul bozori (qimmatbaho qog‘ozlar bozori) ham mavjud. Bozordagi narxlar oldi-sotdi jarayonida yoki undan oldin shakllanishi mumkin.

Bozorning samarali faoliyat ko‘rsatishi tranzaksion xarajatlar bilan bog‘liq. Tranzaksion xarajatlar – bu tovar almashish sohasidagi xarajatlardir. **Bu tushuncha birinchi bo‘lib R.Kouz tomonidan kiritilgan.**

Tranzaksion xarajatlar o‘z ichiga quyidagi xarajatlarni oladi: axborot olish, o‘zaro kelishuv va uchrashuvlar bilan bog‘liq xarajatlar, tovarlar xususiyatlarini aniqlash bilan bog‘liq xarajatlar, mulk huquqini himoya qilish va boshqalar. **Har qanday jamiyatda noyob ne‘matlarni taqsimlash muammosi turadi.** Ne‘mat deganda, **biz tovarlar, xizmatlar va resurslarni tushunamiz.** Ne‘matlar noyobligi deganda – iqtisodiy subyektlardagi mavjud ne‘matlar zaxirasining shu ne‘matlarga ehtiyoj sezgan xaridorlarning talablarini yetarli darajada qondira olmasligi tushuniladi. Ne‘matlar noyobligi – bu biror tovar yoki resurs hajmining ma’lum vaqt oralig‘ida chegaralanganligidir. **Shuning uchun ham ne‘mat noyobligi, ne‘matning fizik nuqtayi nazardan chegaralanganligidan farq qilib, u nisbiydir, ya’ni ne‘matning hajmi hozirgi vaqtda unga bo‘lgan talabni qondirish uchun yetarli emas.**

Noyob ne‘matlarni ikki turga bo‘lish mumkin:

a) ishlab chiqarish resurslari;

b) ular asosida ishlab chiqariladigan iste‘mol ne‘matlar.

Ishlab chiqarish resurslarini takror ishlab chiqarilishi bo'yicha ham ikki turga bo'lish mumkin:

a) takror ishlab chiqariladigan ishlab chiqarish resurslari (bunga qishloq xo'jalik mahsulotlaridan paxta, don va boshqa mahsulotlarni misol sifatida keltirish mumkin, ular har yili takror ishlab chiqariladi. Xuddi shunday mehnat resurslari ham takror ishlab chiqariladi).

b) takror ishlab chiqarilmaydigan, fizik nuqtayi nazardan chegaralangan ishlab chiqarish resurslari (qazilma boyliklarni misol sifatida qarash mumkin: temir, ko'mir, oltin va hokazo).

Agar ne'mat noyob bo'ladigan bo'lsa, u holda cheklangan ne'matlarni qanday qilib iqtisodiy subyektlar o'rtasida ratsional taqsimlashni amalga oshirish muammosi – bu markaziy iqtisodiy muammo hisoblanadi. Bu muammoni yechish uchun har qanday jamiyat quyidagi uchta iqtisodiy savolga javob berishi kerak:

- **Nima ishlab chiqarish kerak?**
- **Qanday ishlab chiqarish kerak?**
- **Kimga ishlab chiqarish kerak?**

Yuqoridagi savollardan ikkitasi, ya'ni nima ishlab chiqarish? va qanday ishlab chiqarish? degan savollar – resurslardan mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniladigan va ishlab chiqariladigan mahsulot tarkibining juda ko'p alternativ variantlari mavjudligini taqozo qiladi.

Ma'lumki, har bir vaqt oralig'ida jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlari chegaralangan. Bunday chegaralanganlik jamiyatdagi mavjud resurslarning chegaralanganligi hamda bu resurslarni foydali ne'matlarga aylantiradigan texnologiya holati bilan, uning rivojlanganlik darajasi bilan belgilanadi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlarining chegaralanganligi, ishlab chiqarish variantlaridan birini tanlab qolganlaridan voz kechishni taqozo qiladi. Boshqa variantlardan voz kechish natijasida, biz ulardan olinishi mumkin bo'lgan foydadan voz kechamiz, ya'ni bu foydalanilmagan imkoniyatlar bo'lib, alternativ xarajatlarni tashkil etadi.

Bozor tizimida noyob ne'matlar muammosi quyidagi ikkita tamoyillar asosida yechiladi:

- **optimallashtirish tamoyili** – har bir faoliyatdan va resurslardan foydalanishdan maksimal foyda olish;

- **alternativ xarajatlar tamoyili** – noyob resurslardan foydalanish yo'nalishlarining barchasidan olinadigan foyda va xarajatlarni solishtirish orqali.

Iqtisodiy subyektlar ratsional harakat qilish tamoyiliga ko'ra o'z maqsadlariga erishishi uchun xo'jalik faoliyatida faol qatnashadilar, buning asosiy mohiyati shundan iboratki, iqtisodiy subyektlar berilgan resurslardan foydalanishdan olinadigan natijalarni optimallashtiradi yoki ma'lum natijalarni olish uchun xarajatlarni kamaytiradi.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

O'zbekistonlik tadbirkor Moskvaga sayohat qilgani bormoqchi. Moskvaga samolyot va poyezd reyslari har kuni mavjud. Moskvagacha bo'lgan masofani samolyot 4 soatda, poyezd esa 6 kunda bosib o'tadi. Agar tadbirkor samolyotda borishni ma'qul ko'rsa parvoz vaqti uning ish vaqtiga to'g'ri kelganligi bois, bir ish kunidan mahrum bo'ladi.

Poyezdda boradigan bo'lsa, tadbirkorning ish kuni dushanbadan jumagacha ekanligini inobatga olsak, u har bir ish kuni uchun 80 ming so'm pul mablag'ini olishdan mahrum bo'ladi. Agar, samolyot chiptasi 900 ming so'm, poyezd chiptasi esa 500 ming so'm bo'lsa, tadbirkor uchun maqbul variantni aniqlang.

Yechimi

Tadbirkor Moskvaga samolyotda borishni ixtiyor etsa, kamida 900 ming so'm pul mablag'i sarflaydi. Agar u poyezdni tanlasa 4 kunlik safari davomida ko'pi bilan 4 kun ishlashini inobatga olsak, poyezdda ketish unga ko'pi bilan $500 + 4 \times 80 = 820$ ming so'mga aylanadi. Tadbirkor

uchun maqbul variant poyezdda ketish.

Javob: poyezdda ketish.²

Nazorat savollari

1. Mikroiqtisodiyot fanining mohiyati nimada, bu fan nimani o'rganadi?
2. Mikroiqtisodiyot fanining boshqa fanlar bilan aloqadorligi nimada?
3. Fanni o'rganishda qanday usullardan foydalaniladi? Ularning mohiyati va o'zaro bog'liqligini tushuntiring.
4. Tranzaksiya majmuasi deganda nimani tushunasiz?
5. Iqtisodiy subyektlar iqtisodiy resurslar chegaralanganligi yoki noyobligini qanday tamoyillar yechadilar?

2.1. Iqtisodiy bazis tushunchalari

Iqtisodiy bazis tushunchalar deb, mikroiqtisodiy jarayonlarda qatnashadigan iqtisodiy tushunchalarga aytiladi.

Quyida asosiy iqtisodiy bazis tushunchalarni ko'rib chiqamiz:

Iqtisodiy ehtiyoj – shaxsni, korxonani yoki jamiyatni faoliyat ko'rsatishi va rivojlanishini ta'minlab turishga undovchi zaruriyat, iqtisodiy faoliyatga undaydigan ichki kuch tushuniladi.

Iqtisodiy ehtiyojni ikki turga bo'lish mumkin: **birlamchi ehtiyoj** (oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy), **ikkilamchi ehtiyoj** (dam olish, sayohat qilish, sport bilan shug'ullanish, o'qish va hokazo). Umuman olganda ehtiyoj real va noreal bo'lishi mumkin.

Real ehtiyoj deganda ushbu ehtiyojni qondirish uchun shaxsning daromadi yetarli bo'lishi taqozo qilinadi.

Noreal ehtiyoj bo'lganda, ehtiyojni qondirish uchun daromad yetarli bo'lmaydi.

Iqtisodiy ne'mat – bu ehtiyojni qondirish vositasi.

Ne'matlar cheklangan va cheklanmagan bo'lishi mumkin.

Cheklangan ne'matlarga tovarlar, xizmatlar va resurslar kiradi (avtomobil, kiyim-kechak, non, paxta tolasi va boshqalar). Cheklangan ne'matlar iqtisodiy ne'matlarni tashkil qiladi.

Cheklanmagan ne'matlarga misol tariqasida havo va suv kirishi mumkin.

Bir-birini o'rnini bosuvchi ne'matlar – bu bir xil ehtiyojni qondiruvchi ne'matlardir. Masalan, shaxsning go'sht mahsulotiga bo'lgan ehtiyojini mol go'shti, qo'y go'shti yoki parranda go'shti bilan qondirish mumkin. Odatda, bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlardan biri narxining oshishi, boshqasiga bo'ladigan talabni oshishiga olib keladi.

O'zaro bir-birini to'ldiruvchi ne'matlar – bu shaxsni yoki ishlab chiqarish ehtiyojini komplektlarda qondiradigan ne'matlar. To'ldiruvchi

ne'matlardan biriga talab oshsa, qolganlariga ham talab oshadi. Masalan yengil avtomobilga talab oshsa, benzinga, garajlarga ham talab oshadi.

Iqtisodiy resurslar (ishlab chiqarish omillari) – bu iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarishda qatnashadigan elementlari (tabiiy resurslar, mehnat, kapital, tadbirkorlar qobiliyati va axborot).

Tadbirkorlik qobiliyati deganda, o'ziga xos bo'lgan shunday inson resursi tushuniladiki, u o'zidan boshqa ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalana olish qobiliyatini mujassamlashtiradi.

Ishlab chiqarish imkoniyati – berilgan texnologik rivojlanishda va barcha mavjud resurslardan to'liq va samarali foydalangan holda jamiyatning iqtisodiy ne'matlar ishlab chiqarish qobiliyatidir. Korxona yoki ishlab chiqarishni ma'lum vaqt oralig'ida va ma'lum ishlab chiqarish sharoitida eng ko'p mahsulot ishlab chiqara olish imkoniyati – uning ishlab chiqarish quvvatidir.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari

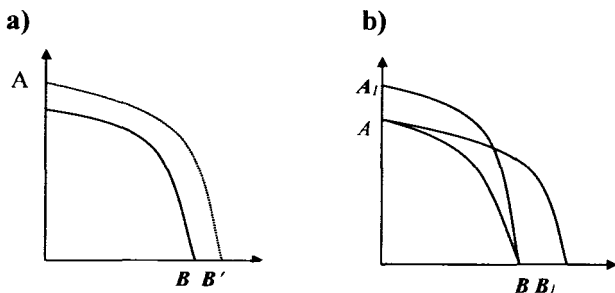
a) resurslarning cheklanganligi, kamyobligi;

b) iqtisodiyotning samaradorligi;

d) iqtisodiy tanlov;

e) alternativ xarajatlar to'g'risida ma'lumot beradi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i odatda qavariq ko'rinishda bo'ladi.



2.1-rasm. Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i mahsulotlarni ishlab chiqarishning har xil alternativ variantlari mavjudligini ko'rsatadi. Bu

ishlab chiqaruvchilarning mahsulot tarkibini tanlashi uchun muhim axborot hisoblanadi.

Ishlab chiqarish imkoniyati chegaralari ishlab chiqarish egri chizig'ini ifodalaydi.

Chekli transformatsiya koeffitsiyenti tovardan qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarish uchun ikkinchi tovarni qancha hajmda ishlab chiqarishdan voz kechishi kerakligini bildiradi.

Alternativ xarajatlar – resurslardan eng samarali foydalanishdan voz kechish natijasida yo'qotilgan imkoniyatlar bilan bog'liq xarajatlar. Alternativ xarajatlar – iqtisodiy tanlov natijasida eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan foydadan voz kechishni aks ettiruvchi xarajatlardir.

Alternativ xarajatlar yordamida noyob resurslardan foydalanish yo'nalishlari bo'yicha eng yaxshi (optimal) taqsimlash masalasi, ya'ni muayyan variant taqsimlanishdan olinadigan foyda va xarajatlarni boshqa variantlar bo'yicha olinadigan foyda va xarajatlar bilan solishtirish orqali yechiladi (ya'ni alternativ xarajatlarni bir-biri bilan solishtirish orqali). Masalan, agar institutda o'qishga qaror qilinsa kun bo'yi korxona yoki boshqa joyda ishlashning alternativ imkoniyatlari yo'qoladi.

Boshqa ne'matlarni kamaytirmagan holda jamiyat uchun bo'lgan birinchi ne'matlarni ishlab chiqarishni ta'minlash, resurslardan samarali foydalanish, demakdir.

Baho – tovarlarni pulga ayirboshlash normasidir.

Erkin bozor iqtisodiyotida baho faqat nimani qanday ishlab chiqarish zarurligini emas, balki kim uchun ishlab chiqarish zarurligini ham aniqlab beradi. Tovarlar (xizmatlar) baho miqdori, qiymati aniq turdagi alohida tovarlar uchun operatsiyalarni ifodalaydi.

Iqtisodiy agentlar – alohida shaxslar, uy xo'jaligi, korxona davlat, ijtimoiy tashkilotlardir.

Ratsional (foydali) harakat – resurslar cheklangan sharoitda eng kam sarf-xarajat qilib, foydani maksimal darajada oshirish uchun qilinadigan iqtisodiy harakatdir.

Ratsional harakat, ya'ni foydaga erishish uchun bo'ladigan harakat xarajatlarsiz bo'lmaydi. Shuning uchun xarajat bilan foyda, olingan natijalar taqqoslanadi.

Masalan, foydali harakat qilib ishchi ish haqi oladi, tadbirkorlar – foyda, iste'molchilar esa qoniqish hosil qiladi. Olgan foyda yoki zarariga qarab ularning yurish-turishlari ham o'zgaradi.

2.2. Tovarlar aylanmasi modeli va uning ahamiyati

Mikroiqtisodiyot iqtisodiy subyektlarni ikkiga bo'lib o'rganadi – iste'molchilar (uy xo'jaliklari) va ishlab chiqaruvchilar (firmalar). Iste'molchining maqsadi – mumkin darajada o'zining ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish bo'lsa, ishlab chiqaruvchilarning maqsadi – foydani yoki boshqa bir faoliyat ko'rsatkichlarini maksimallashtirishdan yoki minimallashtirishdan iboratdir.

Jamiyatda vujudga keladigan yana bir muammo – bu iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar faoliyatini muvofiqlashtirishdir. Buni quyidagicha izohlash mumkin:

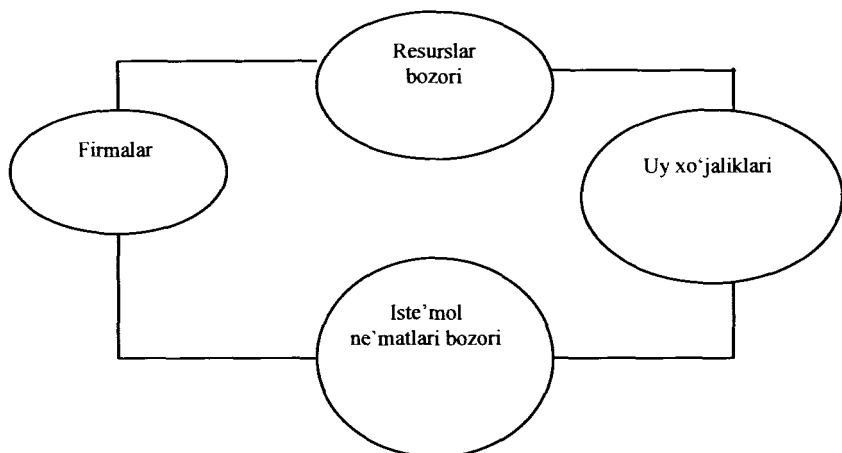
- 1) ishlab chiqaruvchilar faoliyatini (kim qaysi mahsulotdan qancha ishlab chiqaradi) muvofiqlashtirish;
- 2) iste'molchilar faoliyatini (kim, qaysi mahsulotdan, qancha iste'mol qiladi) muvofiqlashtirish;
- 3) ishlab chiqarish va iste'mol qilish bo'yicha qabul qilingan qarorlarni muvofiqlashtirish.

Bu muammo tovarlar aylanmasi modeli orqali tahlil qilinadi. Modeldan foydalanishning afzalligi shundan iboratki, u muammoning ikkinchi darajali tomonlarini e'tiborga olmaydi. Modelda ikki turdagi o'zgaruvchilar ishlatiladi: ekzogen va endogen. Ekzogen o'zgaruvchilar tashqi o'zgaruvchilar bo'lib, ular oldindan beriladi va modelga kiritiladi. Endogen o'zgaruvchilar model ichida, hisob-kitoblar asosida shakllanadi. Tovarlar aylanmasida iqtisodiyot ikki sektorga bo'linadi: uy xo'jaliklari va firmalar. Uy xo'jaliklari o'z resurslarini (ishchi kuchi, kapital va yerni) firmalarga sotib daromad oladilar va bu daromadlarini firmalardan tovarlar va xizmatlar olishga ishlatadilar. Firmalar

68057

o'zlarining tovar va xizmatlarini sotib undan tushgan daromadni uy xo'jaliklaridan resurslarni sotib olishga ishlatadilar.

Ko'rinib turibdiki, haqiqatdan ham nima iste'mol qilish kerak, demak nima ishlab chiqarish kerak, degan masalani uy xo'jaliklari hal qiladi. Uy xo'jaliklarining bunday qarori, firmalarning ishlab chiqarish rejalarini tuzish uchun asos bo'lishi kerak. Firmalar, o'z navbatida, noyob resurslardan foydalanish qarorlarini bir-biri bilan muvofiqlashtirishi lozim. Nihoyat, uy xo'jaliklari iste'mol qilish uchun rejalashtirgan ne'matlarni olishlari kerak, ya'ni ular iste'mol qilish bo'yicha qarorlarini bir-biri bilan moslashtirishi kerak bo'ladi.



2.2-rasm. Muvofiqlashtirishning bozor mexanizmi

Bozor tizimida muvofiqlashtirish masalalarini ikkita bozor hal qiladi: ishlab chiqarish resurslari bozori va iste'mol ne'matlari bozori.

Talab va taklif modeli tadbirkorlar sektori bilan uy xo'jaliklari sektori o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni tushuntirishga xizmat qiladi. Agar bu ikki sektor tovarlar bozorida oldi-sotdi bo'yicha o'zaro munosabatda bo'lsa, talab va taklif modeli tovar narxini va sotiladigan tovar hajmini aniqlaydi. Agar ular resurslar bozorida oldi-sotdi bo'yicha o'zaro munosabatda bo'lsalar, model sotiladigan resurslar narxini va miqdorini aniqlaydi.

Har bir bozor o'zining ikkita qaror qabul qiluvchi subyektiga ega: sotuvchilar va xaridorlar. Bozorda qabul qilinadiganlarning muvofiqligi har bir ne'matning muvozanat narxi va muvozanat miqdori bilan ta'minlanadi. Narx talab va taklif munosabatlari natijasi sifatida, uy xo'jaliklari va firmalar tomonidan qabul qilinadigan qarorlarni muvofiqlashtirish uchun muhim axborot bo'lib hisoblanadi. Bunday axborot bir vaqtning o'zida jamiyatdagi noyob ne'matlarni taqsimlash muammosini yechish uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Masalan, non narxining oshishi – xaridorlar uchun nonni iste'mol qilishni cheklash to'g'risida signal bo'lsa, firmalar uchun nonni ishlab chiqarishni oshirish va non bozoridagi muvozanatni tiklash to'g'risida muhim axborot bo'lib xizmat qiladi.

Narxlar noyob resurslarni ratsional taqsimlashni ta'minlaydi, ne'matlarni ratsional iste'mol qilishga, xarajatlarni kamaytirishga undaydi. Narx yer, kapital va resurslar egalarining daromadini aniqlaydi. Bozor tizimida muvofiqlashtirish masalasini bozor hal qiladi. Muvofiqlashtirish masalasi bilan bog'liq xarajatlarga tranzsaksion xarajatlar deyiladi.

Bozor muvofiqlashtirishdan tashqari ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar qarorlarini vaqt bo'yicha tartiblashtiradi. Bu kelajakdagi ne'matlar (fyuchers) bozorining vujudga kelishi bilan bog'liqdir. Kelajakdagi ne'matlarning oldi-sotdisi, ularning narxlari to'g'risida tasavvurga ega bo'lishga, ularning kelajakda nisbatan noyoblighi to'g'risida axborot beradi. Iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar bunday narx axborotlariga ko'ra, o'zlarining joriy xo'jalik rejalarini qayta ko'rib chiqadilar va o'zlarining iqtisodiy harakatlarini tartibga soladilar.

Nazorat savollari

1. «Ishlab chiqarish imkoniyatlari»ni qanday tushunasiz? Chizmalar yordamida tushuntiring.
2. Noyob resurslarni taqsimlashning asosiy tamoyillari qanday?

3. Tovarlar va xizmatlar aylanmasi modelining ahamiyati nimada?
4. Ratsional harakat nima?
5. Iqtisodiy resurslar ularning tarkibi va o'zaro aloqadorligini tushuntiring?
6. Nima uchun iqtisodiy basis tushunchalar deymiz.

3.1. Talab va taklifning bozordagi ahamiyati

Talab va taklifni iqtisodiy nuqtayi nazardan tahlil qilish, juda ko'p va keng muammolarni hal qilishda universal vosita bo'lib xizmat qiladi. Bunday muammolarga quyidagilar kirishi mumkin: jahondagi iqtisodiy sharoitlar o'zgarishining mahsulot ishlab chiqarishga va uning samaradorligiga ta'siri; narxlarni nazorat qilish bo'yicha davlat tomonidan ko'riladigan chora-tadbirlarni baholash; iqtisodiy rag'batlantirish va minimal ish haqini belgilash; soliqlarning, subsidiyalarning, importga qo'yiladigan boj to'lovlarning, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar faoliyatining chegaralashlarning umumiy iqtisodiyotga ta'siri va h.k.

Talab – bu nafaqat istak, balki bozordagi narx bo'yicha uni olish imkoniyatini bildiradi. Talab – tovar yoki xizmatga bo'lgan to'lov qobiliyatli ehtiyojdir.

Talab individual va bozor talabiga bo'linadi. Individual talab alohida shaxsning talabi, ularning jami, bozor talabini keltirib chiqaradi.

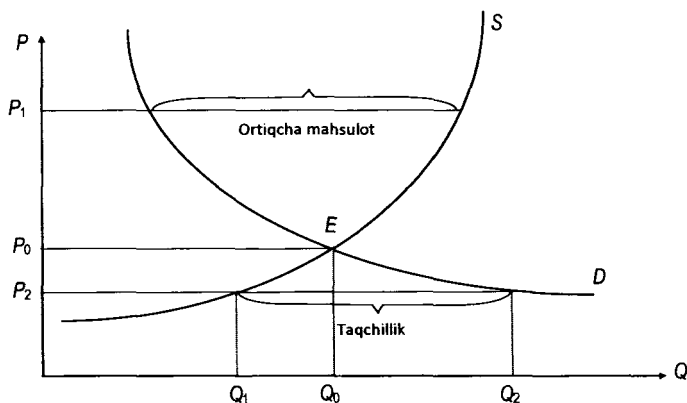
Bozor talabini amaliy tahlil qilish, bashoratlar uchun turli usullardan foydalaniladi. Aksariyat hollarda quyidagilardan foydalaniladi.

Talab va taklif orqali bozor mexanizmini o'rganish, ularning grafiklarini tahlil qilishdan boshlanadi. Ma'lumki, davlatning aralashuvisiz, talab va taklif muvozanat holatga keladi va unga asosan tovarning bozor narxi o'rnatiladi hamda muvozanatni ta'minlaydigan mahsulotning umumiy hajmi o'rnatiladi. Lekin, qanday qilib, narx va mahsulot hajmi talab va taklifning ba'zi bir xarakteristikalarini bilan bog'langan? Qanday qilib ular vaqt bo'yicha o'zgaradi va qanday qilib ularga umumiy iqtisodiy faollik, ish haqi xarajatlari ta'sir qiladi? Nima uchun talab va taklif bozorlar (raqobatlashgan, monopol, oligopol va boshqa) bo'yicha farq qiladi? Nima uchun ba'zi bir bozorlarda tovarlar tanqis? kabi savollarga javob berish uchun talab va taklifning grafigini qarashdan boshlaymiz (3.1-rasm).

Ordinata o'qi bo'yicha bir birlik mahsulotning narxi P ko'rsatilgan (sumda). Absissa o'qi bo'yicha berilgan vaqt oralig'ida talab qilingan va taklif qilingan mahsulot hajmi Q ko'rsatilgan.

Taklif chizig'i S (supply) qancha miqdorda va qanaqa ishlab chiqarish narxida tovarning bozorda sotilishi mumkinligini ko'rsatadi. Taklif chizig'i qancha yuqoriga ko'tarilsa, shuncha narx yuqori bo'ladi va shunga ko'p firmalar mahsulot ishlab chiqarib, sotish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Yuqori narx, mavjud firmalarni ishlab chiqarishni kengaytirishga da'vat etadi, bozorga Yangi firmalarni o'z mahsuloti bilan kirib kelishini ta'minlaydi, ular ishlab chiqargan yuqori xarajatli rentabel bo'lmagan mahsulotlari yuqori narxda rentabel bo'ladi. Bunday holda, firmalar ishlab chiqarishning kengayishi qisqa vaqt oralig'ida intensiv bo'lsa, uzoq muddatda esa ekstensiv amalga oshiriladi.

Talab chizig'i D (Demand) iste'molchilarning berilgan narxlarda qancha miqdorda mahsulot sotib olish mumkinligini bildiradi. Talab chizig'ining pastga ketishi, iste'molchilarning narx qancha past bo'lsa, ular shuncha ko'p mahsulot sotib olishini anglatadi.



3.1-rasm. Talab va taklif chiziqlari

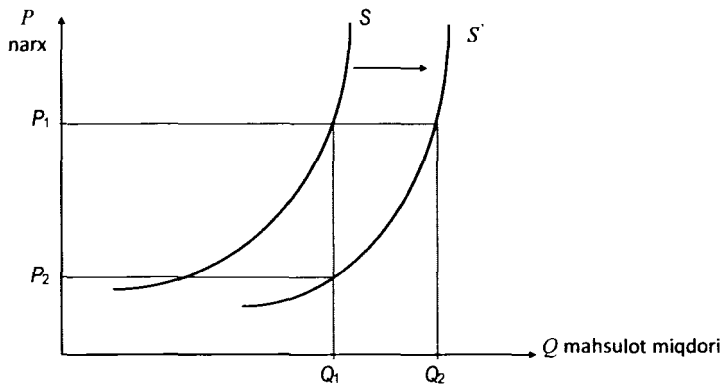
Past narxlar, xaridorlarga yanada ko'proq miqdorda tovarlar sotib olishiga hamda ilgari sotib ola olmayotgan iste'molchilarga esa hozir u tovarni sotib olishga imkon yaratadi.

Bu ikki egri chiziq talab va taklifning muvozanat nuqtasida kesishadi. Muvozanat bozor tizimining shunday holatini bildiradiki, bu holatda talab va taklif bir-biriga teng bo'ladi. Muvozanat nuqta muvozanat narxni va muvozanat mahsulot miqdorini bildiradi. P_0 narx muvozanat narx bo'lganda, taklif qilinadigan va talab qilinadigan tovar miqdori bir-biriga teng bo'ladi (Q_0). Bu nuqtada tovar tanqisligi ham, ortiqcha tovar ham bo'lmaydi. Bozor sharoitlarini o'zgarishi talab va taklif muvozanatini buzilishiga olib keladi, lekin bozorda, o'z o'zidan avtomatik ravishda, muvozanatni tiklash tendensiyasi mavjud.

Biz talab va taklif chizig'ini chizganimizda, bozor erkin raqobatlashgan, deb faraz qilamiz.

3.2. Talab va taklifning o'zgarishi va unga ta'sir etuvchi omillar

Talab va taklif chiziqlari, raqobatlashgan ishlab chiqaruvchilarga berilgan narxlarda qancha miqdorda mahsulot sotishi mumkinligini va iste'molchilarga esa berilgan narxlarda qancha miqdorda mahsulot sotib olishini ko'rsatib beradi. Ammo shuni ham unutmaslik kerakki, talab bilan taklif narxdan tashqari boshqa sharoitlarga ham bog'liqdir. Masalan, ishlab chiqaruvchining qancha miqdorda mahsulot sotishi uning narxidan tashqari ishlab chiqarish xarajatlariga (ish haqi, xom ashyo narxi) ham bog'liqdir. Tovarga bo'lgan talab esa iste'molchining byudjetiga (daromadiga) va boshqa omillarga bog'liqdir. Shu sababli biz talab va taklif egri chiziqlarining, ish haqi stavkasi, kapital xarajatlar va daromadlar o'zgarganda qanday o'zgarishini qarab chiqamiz. Taklif chizig'i -s dan boshlaymiz. 3.2-rasmdan ko'rinib turibdiki, narx P_1 bo'lganda, ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot miqdori Q_1 ga teng. Endi faraz qilaylik, xom ashyo narxi kamaydi, demak, bir birlik mahsulot xarajati kamayadi. Bu taklifga qanday ta'sir qilishi mumkin?



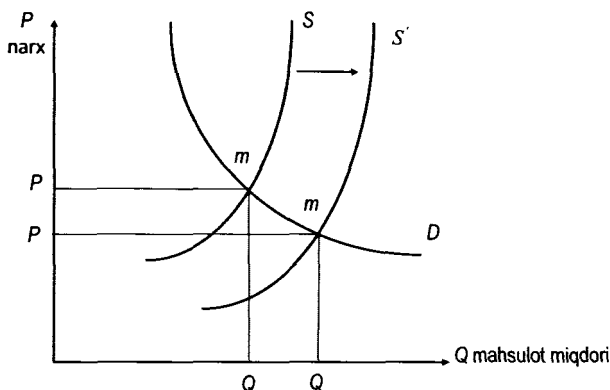
3.2-rasm. Taklif egri chiziq-lari

Xom ashyo narxining kamayishi, mahsulotga bo'lgan xarajatning kamayishiga olib keladi, xarajatning kamayishi esa, ishlab chiqarish samarasini oshiradi va ko'proq foyda olishga olib keladi. Bu o'z navbatida ishlab chiqarishni rivojlantirishni rag'batlantiradi va ilgari rentabel bo'lmagan firmalar uchun bozorga o'z tovarlari bilan kirib kelishga imkoniyat yaratadi. Demak, agar bozorda tovar narxi o'zgarmasa, ya'ni P_1 saqlanib qolsa, ilgaridagiga nisbatan, bozordagi mahsulot taklifi oshadi, natijada taklif egri chizig'i o'nga siljiydi. P_1 narxga Q_1 birlik emas Q_2 ($Q_2 > Q_1$) mahsulot miqdori to'g'ri keladi.

Mahsulot ishlab chiqarishning oshishi, bu yerda narxga bog'liq emas, shu sababli taklif egri chizig'i S butunlay o'ngga, S' ga siljiydi (3.2-rasm). Taklif egri chizig'ining bunday o'zgarishiga, ya'ni narxga bog'liq bo'lmagan holdagi o'zgarishiga *taklif o'zgarishi* deyiladi. O'zgarmas taklif egri chizig'idagi biror nuqtadan pastga yoki yuqoriga qarab harakat qilishga *taklif miqdorining o'zgarishi* deyiladi.

Xom ashyo narxi pasayishining taklif egri chizig'iga boshqacha ta'sirini, ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori Q_1 o'zgarmaganda kuzatish mumkin. Haqiqatdan ham, Q_1 o'zgarmaganda, uni ishlab ishlab chiqarish uchun ketgan xarajat kamayadi (xom ashyo narxi pasaygani uchun), demak, tovar narxi ham kamayadi, ya'ni uning narxi P_1 dan P_2 ga o'zgaradi. Bu o'zgarish *ishlab chiqarilgan tovar miqdoriga bog'liq*

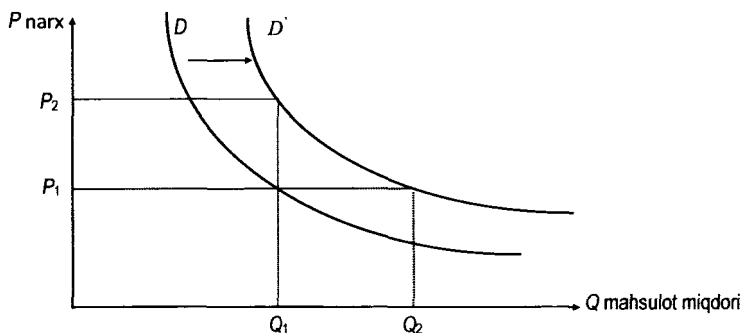
~~amir~~. Natijada, taklif egri chizig'i o'ngga siljiydi. Umuman olganda, ~~amir~~ ashyo narxi o'zgarishining taklif chizig'iga ta'sirini o'rganishda, ~~amir~~da keltirilgan ikki hol ham xususiy hollardan bo'lib, eng chetki ~~amir~~larni anglatadi. Haqiqatda esa, xom ashyo xarajatlari kamayganda ~~amir~~ ham, tovar miqdori ham o'zgarishi mumkin. Bu o'zgarishlar Yangi taklif egri chizig'ining talab chizig'i bilan muvozanatga kelishi bilan bog'liqdir (3.3-rasm). Taklif chizig'i S dan S' ga siljigan, muvozanat ~~amir~~ga m_1 dan m_3 ga tushgan, umumiy ishlab chiqarish hajmi Q_1 dan Q_3 gacha oshgan. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari qancha kam bo'lsa, shuncha mahsulot narxini pasaytirishga va mahsulotni ko'proq sotishga olib keladi. O'z-o'zidan ravshanki, fan-texnika taraqqiyoti asosida boshqarishni takomillashtirish natijasida ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, iqtisodiy o'sishning muhim harakatlantiruvchi kuchidir.



3.3-rasm. Taklif o'zgargandagi yangi muvozanat holat

Endi, iste'molchilar daromadini oshishining talabga ta'sirini o'rganish uchun, quyidagi 3.4-rasmni qaraymiz. Ma'lumki, iste'molchilar daromadi yuqori bo'lsa, ular tovarlarni sotib olish uchun ko'proq pul ajratadi. Agar bozor narxi P_1 o'zgarmas bo'lganda iste'mol qilinadigan mahsulot miqdori, masalan Q_1 dan Q_2 ga o'sishini kuzatish mumkin. Bu siljish bozor narxi qanday bo'lishidan qat'iy nazar amalga

oshadi, shuning uchun talab chizig'ini o'ngga qarab siljiydi. Rasmda bu siljish D dan D' ga siljishi kabi akslantiriladi.



3.4-rasm. Talab egri chiziqlari

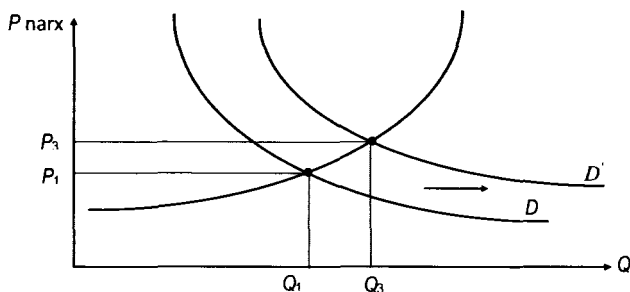
Ikkinchi tomondan, iste'molchining real daromadi oshsa, u Q_1 miqdordagi tovarni yuqoriroq narxda, masalan, P_2 narxda ham sotib oladi, ya'ni daromadi oshmaganda Q_1 tovarni P_1 narxda sotib olsa, real daromadi oshsa, u shu miqdordagi (Q_1) tovarni P_2 narxda sotib oladi. Bu holatda ham talab chizig'ini o'ngga siljiydi.

Umuman olganda, daromad oshganda narx ham, sotib olinadigan tovar miqdori ham o'zgarmay qolmaydi. Yangi narx va Yangi tovar miqdori natijada talab va taklifning muvozanatligiga olib keladi (3.5-rasm).

Rasmdan ko'rinib turibdiki, iste'molchilar yuqori P_3 narxni to'lashi mumkin, firmalar esa, daromadi oshgani uchun ko'proq, ya'ni Q_3 miqdorda mahsulot ishlab chiqarishadi.

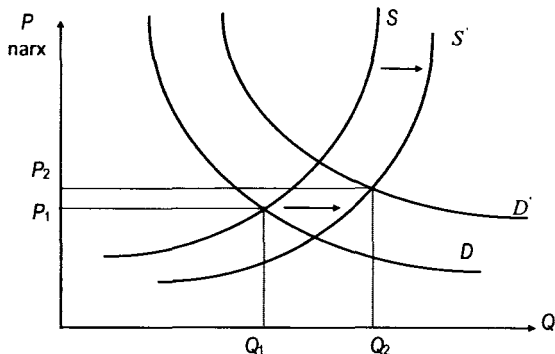
Talabga bir-birini o'rnini bosadigan tovarlar narxlarining o'zgarishi ham ta'sir qiladi. Masalan, mis bilan alyuminiy bir-biri o'rnini bosadigan tovarlar hisoblanadi, nima uchun deganda, ishlab chiqarishda ulardan biri ikkinchisini almashtirishi mumkin. Agar alyuminiy narxi oshsa, misga bo'lgan talab oshadi. Boshqa tomondan benzin avtomobilga nisbatan to'ldiruvchi tovar bo'ladi, ya'ni ular birgalikda ishlatiladi. Demak, benzin narxining kamayishi yoki oshishi avtomobilga bo'lgan talabni oshiradi yoki kamaytiradi. Shu sababli,

bir-birining o'rnini bosadigan tovarlardan birining narxini oshishi yoki ko'ldiruvchi tovarlardan birining narxini kamayishi ham talab chizig'ini o'ngga siljishga olib keladi.



3.5-rasm. Taklif o'zgargandagi yangi muvozanat

Ko'pgina bozorlarda bir vaqtning o'zida ham talab, ham taklif egri chiziqlari o'zgarib turadi. Iqtisodiy o'sish yuqori bo'lganda iste'molchilar daromadi yuqori bo'ladi, aks holda daromadlar ham kamayadi. Ba'zi bir tovarlarga bo'lgan talab ham vaqt bo'yicha o'zgaradi, masalan, mavsumlar bo'yicha tovarlarga talab; bir-birini o'rnini bosadigan tovarlardan birining narxini o'zgarishi; did va modaning o'zgarishiga qarab talabning o'zgarishi. Xuddi shunday, vaqt bo'yicha ish haqi, xom ashyo narxi, kapital mablag' qo'yishlar ham o'zgaradi, natijada bu o'zgarishlar taklifga jiddiy ta'sir qiladi.



3.6-rasm. Taklif va talabdagi o'zgarish natijasidagi Yangi muvozanat grafigi

Taklif va talab egri chiziqlari bunday o'zgarishlar oqibatini tahlil qilishga yordam beradi. 3.6-rasmda ham talab, ham taklif chiziqlarining o'ngga siljishlari keltirilgan. Bu siljishlar, narxni P_1 dan P_2 ga oshishiga va tovar ishlab chiqarishni esa, Q_1 dan Q_2 ga oshishiga olib keladi. Talab va taklifdagi o'zgarishlarning miqdori va yo'nalishlarini oldindan aytib berish uchun, talab bilan taklifning narxdan va boshqa parametrlardan bog'langanligini miqdoriy jihatdan ifodalamoq kerak.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

“Nozima” savdo do'konida radiopriyomniklar narxi 15 400 so'm bo'lib belgilangan va savdo do'konining yonida xuddi shunday tovarlar bilan savdo qiluvchi do'kon mavjudligi tufayli u 1 oyda 15 ta radiopriyomnik sotar edi.

Raqobatga chiday olmagan qo'shni do'kon o'z do'konini yopib, boshqa joyga ko'chirdi. “Nozima” savdo do'koni yana yolg'iz savdo qilishga o'tdi va mahsulot narxini 600 so'mga ko'paytirib, taklif miqdorini 15 tadan 22 tagacha ko'paytirdi.

1) “Nozima” savdo do'konining taklif chizig'ini chizing.

2) “Nozima” savdo do'koni soliqlar oshishi tufayli o'z tovar taklifi miqdorini 15 tadan 17 taga kamaytirib, radiopriyomniklar narxini 15600 so'mga tushirsa, taklif chizig'i va muvozanat miqdori qanday o'zgaradi?

Yechish

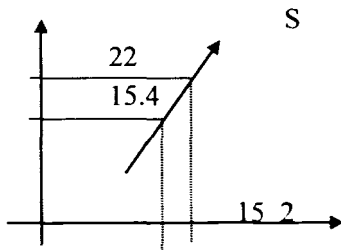
$$P_1 = 15\,400$$

$$P_2 = 16\,000$$

$$Q_1 = 15$$

$$Q_2 = 22$$

S - taklif chizig'i



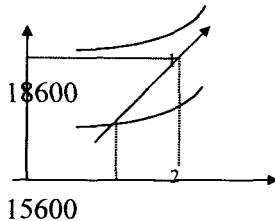
2) Miqdor 22 tadan 17 ga kamaydi, narx 15 600 so'mga tushdi.

$$22 \cdot 16\,000 = 352\,000$$

$$17 \cdot 15\,600 = 265\,200$$

$$352\,000 - 265\,200 = 86\,800$$

S_2 taklif chizig'i chapga siljiydi
va daromad ham kamayadi.



Yodda tuting. Grafik asosida formula yozish mumkin.
Masalan, yuqorida berilgan 1-grafikka quyidagi matematik
formulani yozish mumkin:

$$(X_0 - X_1)/(X_2 - X_1) = (Y_0 - Y_1)/(Y_2 - Y_1); Q_1 = 15; P_1 = 15\,400;$$

$$Q_2 = 22; P_2 = 16\,000. (Q - 15)/(22 - 15) = (P - 15\,400)/(16\,000 - 15\,400)$$

$$(Q - 15)/7 = (P - 15\,400)/600$$

$$600Q - 15\,600 = 7P - 7 \cdot 15\,400$$

$$600Q = 7P - 107\,800 + 9\,000$$

$$600Q = 7P - 98\,800 \quad Q_s = (7P - 98\,800)/600$$

$$\text{Tekshiramiz: } Q_s = (7 \cdot 15\,400 - 98\,800)/600 = 15$$

Demak,

$$1\text{-holat: } P_0 = 15\,400; Q_0 = 15; TR = 231\,000$$

$$2\text{-holat: } P_1 = 16\,000; Q_1 = 22; TR = 352\,000$$

$$3\text{-holat: } P_2 = 15\,600; Q_2 = 17; TR = 2\,652\,000$$

Asosiy tushunchalar

Talab – bu nafaqat istak va ehtiyoj, balki bozordagi narx bo'yicha
uni olish imkoniyatini bildiradi. Talab – tovar yoki xizmatga bo'lgan
to'lov qobiliyatli ehtiyojdir.

Talab hajmi (Q_d) – xaridorlar joriy vaqtda, joriy joyda, joriy narx-
larda xaridorlar sotib olishga tayyor bo'lgan tovar va xizmatlar hajmi.
Talab hajmiga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Masalan: iste'-
molchilarning xohish-istaklari, ularning daromadlari hajmi, mazkur
tovarning bozordagi narxi, potensial xaridorlar soni va boshqalar.

Talab narxi (P_d) – joriy vaqtda aniq tovar va xizmatlar uchun
xaridorlar tomonidan to'lanadigan maksimal narx.

Talab hajmi va talab narxi o'rtasidagi teskari bog'liqlik **talab**
qonuni deyiladi.

Taklif – joriy vaqtda bozorda mavjud va sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar yig'indisidir.

Talab hajmi Q_s – joriy vaqtda bozorda sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) tomonidan joriy narxlarda sotishga tayyor tovar va xizmatlar hajmi, soni. Ularning hajmi doimiy ravishda ishlab chiqarish va sotish hajmi bilan bir xil bo'lavermaydi.

Taklif hajmi va narxi o'rtasidagi to'g'ridan to'g'ri bog'liqlik **taklif qonuni** deyiladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Talab va taklif chiziqlari tushunchasi.
2. Talab va taklifga ta'sir etuvchi omillarni ta'riflang.
3. Talab va taklif funksiyalarini grafikda hosil qilib ko'rsating.
4. Qaysi ishlab chiqarish omillar talab darajasiga to'g'ri bog'langan.
5. Qaysi omillar taklifga to'g'ri bog'langan.

4-bob. BOZOR MUVOZANATI, MAKSIMAL VA MINIMAL NARXLAR

4.1. Bozor muvozanati

Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasini va u o'rganadigan iqtisodiy jarayonlarning miqdoriy munosabatlarini o'rganish uchun matematik instrumentdan kengroq foydalanishni taqozo qiladi. Hozirgi vaqtda iqtisodchilar iqtisodiy jarayonlarni o'rganishda model tushunchasidan keng foydalanmoqdalar.

Model deganda, iqtisodiy jarayonning sxemasi, loyihasi, matematik formulalar bilan ifodalanishi tushuniladi. Bu yerda kengroq ishlatiladigan modellardan biri iqtisodiy-matematik modellardir. Iqtisodiy matematik modellar, iqtisodiy jarayonlarning miqdoriy munosabatlarini funksiya, tenglama, tengsizliklar orqali ifodalaydi.

Funksiya – bu matematik tushuncha bo'lib, bog'liq o'zgaruvchi bilan erkin o'zgaruvchilar o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlikni ifodalaydi.

Agar funksiya bitta bog'liq o'zgaruvchi bilan, bitta erkin o'zgaruvchi o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalasa, unga bir o'zgaruvchili funksiya deyiladi va u quyidagicha yoziladi:

$$y = f(x).$$

Agar funksiyada erkin o'zgaruvchilar soni n -ta ($n > 1$) bo'lsa, $x_1, x_2, \dots, x_n$, u holda n o'zgaruvchili funksiyaning olamiz:

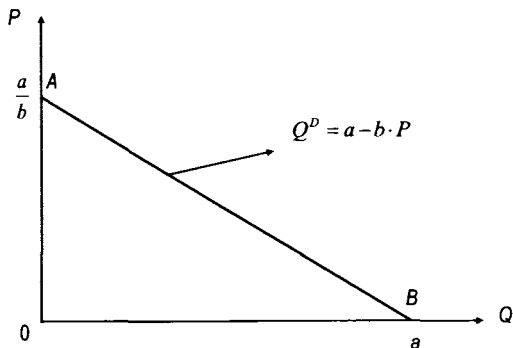
$$y = f(x_1, x_2, \dots, x_n).$$

Bir o'zgaruvchili funksiya misol sifatida narxga bog'liq bo'lgan talab funksiyasini qarashimiz mumkin:

$$Q^D = f(P)$$

bu yerda: Q^D - talab miqdori; P - bir birlik mahsulot narxi.

Chiziqli talab funksiyasining grafigi quyidagi tartibda aniqlanadi. Narx $P = 0$ bo'lganda, talab $Q^D = a$ bo'ladi. Narx $P = \frac{a}{b}$ ga teng bo'lganda, talab $Q^D = 0$ bo'ladi.



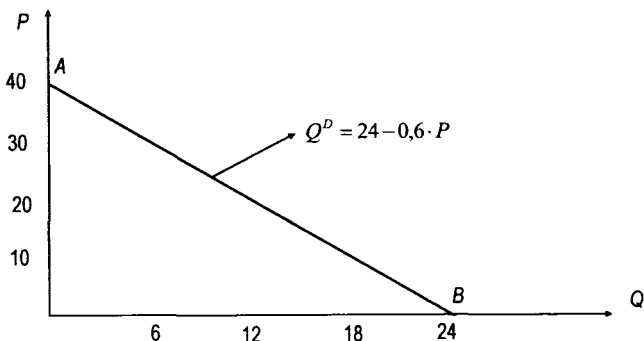
4.1-rasm. Chiziqli talab grafigi

Olingan qiymatlar grafikda ifodalanib, talab chizig'i grafigini olamiz: talab funksiyasi chiziqli bo'lgani uchun, narx P noldan $\frac{a}{b}$ gacha o'zgarganda, talab Q^D ning qiymati AB to'g'ri chizig'i ustida yotadi (4.1-rasm).

Endi yuqorida keltirilgan talab funksiyasi grafigini chizamiz (4.2-rasm).

$P=0$ bo'lganda, talab qiymati $Q^D = 24$ ga teng (grafikda u B nuqta bilan belgilangan). Tovar narxi $P=40$ ga teng bo'lganda, talab miqdori $Q^D = 0$ ga teng bo'ladi (grafikda bu A nuqta).

A nuqta bilan B nuqtani tutashtiruvchi to'g'ri chiziq berilgan funksiya uchun **talab chizig'ini** beradi.



4.2-rasm. Talab funksiyasining grafigi

Ko'p o'zgaruvchi talab funksiyasi, talab miqdorini unga ta'sir qiluvchi bir necha omillar asosida aniqlaydi.

Taklifning taklif chizig'i bo'yicha o'zgarishiga, *taklif miqdorining o'zgarishi* deyiladi. Taklif miqdorining o'zgarishi, ya'ni taklifning taklif chizig'i bo'yicha o'zgarishi, faqat narx ta'siri ostida bo'ladi. Narxdan boshqa taklifga ta'sir qiluvchi omillar taklif chizig'ini unga pastga yoki chapga-yuqoriga siljitadi. Taklif chizig'ining o'ngga yoki chapga siljishiga *taklifning o'zgarishi* deyiladi.

Taklif miqdori narxdan tashqari boshqa omillarga ham bog'liqdir:

- ishlab chiqarish texnologiyasi, (texnologiya darajasining o'sishi, taklif chizig'ini o'ngga siljitadi, nima uchun deganda, Yangi texnologiya ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi va ishlab chiqaruvchi berilgan narxda ko'proq mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'ladi);

- resurslar narxi (resurslar narxi oshganda, ishlab chiqarish xarajatlari oshadi, natijada berilgan narxda ishlab chiqaruvchi kamroq mahsulot ishlab chiqarib, taklif qiladi, natijada taklif chizig'i chapga siljiydi, resurslar narxi kamayganda, yuqoridagi holatning aksi bo'ladi, ya'ni taklif oshadi, natijada taklif chizig'i o'ngga siljiydi);

- ushbu mahsulotni ishlab chiqaruvchilar soni oshganda (ishlab chiqaruvchilar sonining oshishi, umumiy taklif chizig'ini o'nga siljitadi);

- Soliqlar va dotatsiyalar (Soliqning ortishi natijasida, taklif qilinadigan mahsulot miqdori kamayadi, shu sababli taklif chizig'i chapga siljiydi; dotatsiya berilganda yuqoridagining aksi bo'ladi, ya'ni taklif chizig'i o'ngga siljiydi).

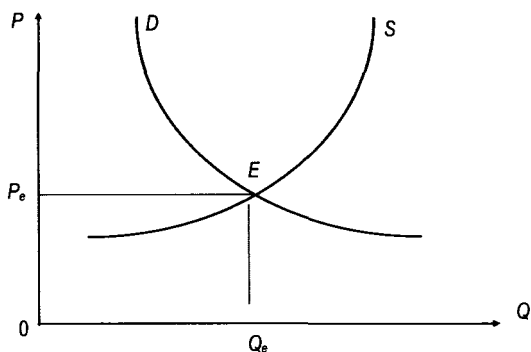
Ko'p omilli taklif funksiyasi quyidagi ko'rinishda bo'ladi:

$$Q^s = \varphi(P, T, P_p, C, D, N, B)$$

bu yerda Q^s - taklif miqdori; P - tovar narxi; T - texnologiya darajasi; P_p - resurslar narxi; C - Soliq stavkasi; D - dotatsiya miqdori; N - ishlab chiqaruvchilar soni; B - boshqa omillar.

Talab va taklif qonunlari. Taklif qonuniga ko'ra, narxdan boshqa omillarning ta'siri o'zgarmasa narxning (P) o'sishi bilan, taklifning (Q^s) miqdori o'sadi, taklif funksiyasi o'suvchidir.

Muvozanat narx P_e (4.3-rasm) deb, shunday narxga aytiladiki, u bozorda taklif qilinadigan ne'mat miqdori Q^s ni unga bo'lgan bozordagi talab miqdori Q^D ga tenglashtirsa.



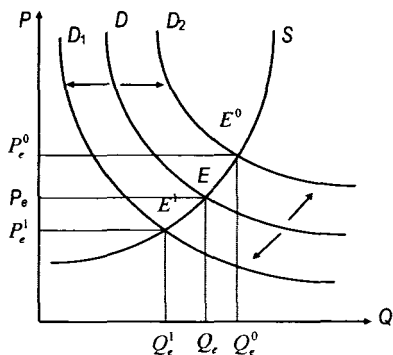
4.3-rasm. Muvozanat narx va muvozanat ishlab chiqarish

4.3-rasmdan ko'rinib turibdiki, bozor muvozanati yagona. Talab va taklif chiziqlari yagona muvozanat E nuqtada kesishadi. P_e va Q_e nuqtalar, muvozanat nuqta E ning koordinatalari hisoblanadi.

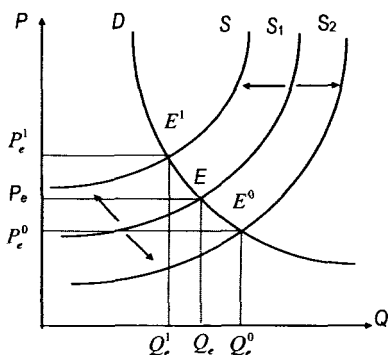
Bozordagi talab va taklifning o'zgarishi, bozor muvozanatini o'zgarishiga olib keladi. Masalan, bozordagi talab oshsa, (talab chizig'i o'ngga siljiganda) muvozanat narx P_e va muvozanat tovar hajmi Q_e o'sadi. Agar bozor talabi kamaysa (talab chizig'i chapga siljisa), P_e va Q_e lar ham kamayadi. Bozor taklifi oshsa (taklif chizig'i o'ngga siljisa), muvozanat narx P_e kamayadi, muvozanat tovar hajmi Q_e o'sadi. Agar bozor taklifi kamaysa (taklif chizig'i S chapga siljisa), muvozanat narx P_e o'sadi, muvozanat tovar hajmi Q_e kamayadi (4.4, 4.5-rasmlar).

Agar taklif va talab chiziqlari bir vaqtning o'zida siljishsa, muvozanat narx P_e va muvozanat miqdor Q_e larning o'zgarishi har xil bo'lishi mumkin.

Yuqorida keltirilgan bozor modeli statik bo'lib, u ma'lum vaqt oralig'ini oladi (masalan, u bir oyga, bir yilga teng bo'lishi mumkin). Bunday bozor modelida o'zgaruvchilar vaqtga bog'liq emas.



4.4-rasm. Talab chizig'ining siljishi



4.5-rasm. Taklif chizig'ining siljishi

Modelda talab, taklif va narxlarning bog'liqliklarini vaqt o'zgarishi bilan bog'lasak, model dinamik modelga aylanadi. Faraz qilaylik, ma'lum vaqt oralig'ida (masalan, bu oraliq bir oy bo'lsin) bir birlik tovarning bozor narxi $P(t)$ bo'lsin (ya'ni, tovar narxi bir oy ichida o'zgarmaydi). Tovarning bozor narxi $P(t)$ muvozanat narxga teng bo'lishi ham, teng bo'lmasligi ham mumkin.

Agar biz T vaqt oralig'ini qarasak, u holda $t=1,2,\dots,T$ qiymatlarni qabul qiladi. $P(1), P(2), \dots, P(T)$ – narx trayektoriyasini yoki dinamik model trayektoriyasini beradi.

Bitta mahsulot uchun bozorning dinamik modelini qaraymiz.

Modelda talab chizig'ini D va taklif chizig'i S vaqt o'zgarishi bilan o'zgarmaydi, deb faraz qilaylik. Talab funksiyasi $Q^D(t)$ va taklif funksiyasi $Q^S(t)$ narx $P(t)$ ga bog'liq. Bu yerda $P(t)$ t - oraliqdagi narx, $P(t-1)$ - oldingi $P(t-1)$ - oraliqdagi narx. Talab funksiyasi:

$$Q^D(t) = a_0 - a_1 \cdot P(t)$$

bu yerda a_0, a_1 - o'zgarmas parametrlar.

Taklif funksiyasi:

$$Q^s(t) = b_0 + b_1 \cdot P(t-1)$$

bu yerda b_0, b_1 - o'zgarmas parametrlar.

Muvozanat narx quyidagi qaytariladigan bosqichlar bo'yicha aniqlanadi:

1. Talab va taklif chiziqlari grafigi chiziladi (u gorizonttal o'q bo'yicha narx P qo'yiladi, vertikal o'q bo'yicha taklif va talab qilingan mahsulot miqdori Q);

2. Boshlang'ich vaqt oralig'i $t=1$ bo'yicha taklif miqdori $Q^s(t)$, boshlang'ich narx $P(1)$ ga ko'ra aniqlanadi, (boshlang'ich narx $P(1)$) oldindan sotuvchi tomonidan beriladi;

3. $t=2$ oraliq uchun narx $P(2)$ muvozanatlik shartidan aniqlanadi.

$$Q^D(2) = Q^S(2)$$

$$a_0 - a_1 \cdot P(2) = b_0 + b_1 \cdot P(1)$$

Narx $P(1)$ ma'lum bo'lgani uchun, yuqoridagi tenglikdan $P(2)$ aniqlanadi; $t=2$ uchun $P(2)$ aniqlanganidan keyin yuqoridagi ikkinchi va uchinchi bosqichlar takrorlanib, $P(3)$ aniqlanadi va hokazo.

Hisob-kitoblarning to'xtash sharti $P(t) = P(t-1)$ bo'lib, bu shart barjarilsa, muvozanat narx $P_e = P(t) = P(t-1)$ ko'rinishida aniqlanadi.

Takribiy baholash: Agar $\lim_{t \rightarrow \infty} |P(t) - P(t-1)| < \varepsilon$ bo'lsa, $P(t) = P_e$ deb qarash mumkin.

Umuman olganda bozorning dinamik modelida bozor narxi $P(t)$ ning o'zgarishi uch xil variantga olib kelishi mumkin:

1. Vaqt o'tishi bilan bozor narxi $P(t)$ ning muvozanat narxdan chetlanishi kamayib boradi;

2. Bozor narxi muvozanat narxdan uzoqlashib boradi;

3. Bozor narxi muvozanat narx atrofida tebranib turadi va bozor muvozanatiga hech vaqt erishilmaydi.

Muvozanatlashgan baho deb – talab hajmi taklif hajmiga mos kelgandagi baho tushuniladi. Bozorda muvozanatlashgan bahoda

sotiladigan Q miqdordagi tovarga muvozanatlashgan miqdordagi tovar deyiladi. E koordinatasidagi $QE=Q=QD$ bo'ladi.

Bunda QE – taklif hajmi, QD – talab hajmi.

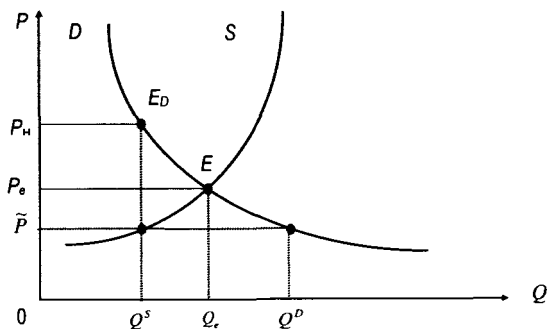
Muvozanatlashgan holatida bozor balanslashgan bo'lib, sotuvchida ham, xaridorda ham uni buzish uchun harakat bo'lmaydi. Bozor balanslashmagan holatda bozordagi holatni o'zgartirish xohishi paydo bo'ladi. Faraz qiling, haqiqiy bozor bahosi muvozanat bahodan katta bo'lsin, ya'ni $R > R_e$. Bunday bahoda talab hajmi QD ga, taklif hajmi QS ga teng. Bu holatda ishlab chiqaruvchilar tovar narxini birmuncha kamaytirishni lozim topadilar.

Haqiqiy bahoning muvozanatlashgan bahodan past bo'lgan holatiga qaralsa, unda talab hajmi (QD) taklif hajmi (QS)dan yuqori. Ayrim xaridorlar tovarni yuqori narxda xarid qilishni munosib topadi. Natijada talabning ortiqchaligi (ya'ni $QD > QS$) tovarning bahosi (R)ning oshishiga ta'sir qiladi. Bunday jarayon narx bir joyga borib to'xtamaguncha, ya'ni talab hajmi bilan taklif hajmi teng kelguncha davom etaveradi. Muvozanat holatida har qanday chetga chiqish bozorni dashtabki holatiga qaytaruvchi ko'rsatkichlarni harakatga keltiradi.

4.2. Tovarining maksimal va minimal bahosi

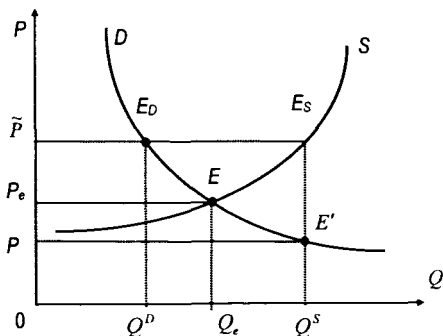
Ba'zi vaqtlarda bozor narxi davlat tomonidan o'rnatiladi. **Narx maksimal deyiladi**, agar o'rnatilgan narx $\tilde{P}$ muvozanat narxdan kichik bo'lsa $\tilde{P} < P_e$ (P_e - muvozanat narx) va narxni maksimal narx $\tilde{P}$ dan yuqori belgilash taqiqlansa. Maksimal narx ba'zi bir mahsulotlarga aholini ushbu mahsulot bilan ma'lum darajada ta'minlash maqsadida davlat tomonidan o'rnatiladi. Talab va taklif nazariyasiga ko'ra, maksimal narxning o'rnatilishi mahsulot tanqisligiga olib keladi.

Tovar tanqisligini davlat o'z zaxirasidan mahsulotni bozorga chiqarish yo'li bilan yechadi, ya'ni o'z zaxirasidagi $Q^D - Q^S$ miqdorda mahsulot chiqarib talab va taklifni tenglashtiradi.



4.6-rasm. Narx maksimal bo'lganda mahsulot tanqisligi

Agar sotuvchilarga tovarni maksimal narx $\tilde{P}$ dan yuqori narxda sotishga ruxsat bo'lmasa, taklif Q^s miqdor bilan chegaralangani uchun, norasmiy bozor (xufyona bozor) vujudga keladi (rasmda bu E_D nuqta orqali ifodalangan va bu bozorda tovar norasmiy bozor narxi P_u da sotiladi; P_u muvozanat narxdan ancha yuqori bo'lishi mumkin).



4.7-rasm. Narx minimal bo'lganda mahsulot ortiqchaligi

Mahsulotning narxi $\tilde{P}$ **minimal narx deyiladi**, agar minimal narx muvozanat narxdan katta bo'lsa, $\tilde{P} > P_e$ (P_e -muvozanat narx) va narx $\tilde{P}$ ni pasaytirish mumkin bo'lmasa.

Bunday minimal narx davlat tomonidan, ushbu mahsulotni ishlab chiqaruvchilarni himoya qilish uchun o'rnatiladi. Minimal narxning o'rnatilishi, ortiqcha mahsulotning vujudga kelishiga olib keladi yoki mahsulotlar sotilmasdan omborlarda to'planib qolishiga olib keladi. Bu vaziyat 4.7-rasmdagi grafikda keltirilgan, ortiqcha mahsulot hajmi $Q^s - Q^o$ ga teng. Grafikdagi E' nuqta ortiqcha mahsulotni norasmiy ravishda muvozanat narxdan past narxda (P_* narxda) sotilishi mumkin bo'lgan vaziyatni ko'rsatadi. Shunday qilib, talab va taklif modeli orqali bozor narxlarini o'zgartirishning oqibatlarini chuqur tahlil qilish mumkin.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Qanday mahsulotlarga nisbatan maksimal narx qo'llaniladi.
2. Qanday mahsulotlarga nisbatan minimal narx qo'llaniladi.
3. Bozor muvozanati nimani ifodalaydi.
4. Minimal va maksimal narxlar o'rnatilishining qanday oqibatlarga olib kelishini ta'riflab bering.
5. Bozorning dinamik modelini ta'riflab bering.

5.1. Elastiklik tushunchasi, narxga bog'liq talab elastikligi

Ma'lumki, tovarga bo'lgan talab, uning narxiga, iste'molchi daromadiga va boshqa tovarlar narxiga bog'liqdir. Xuddi shunday, taklif tovar narxiga va tovarni ishlab chiqarish xarajatiga bog'liq.

Masalan, limonning narxi oshsa, unga talab kamayadi. Lekin, biz shu tovarga talabni yoki taklifni miqdoriy jihatdan o'sishi yoki kamayishini bilmoqchimiz. Agar limon narxi 15 %ga oshsa, unga bo'lgan talab qanchaga o'zgaradi? Yoki daromad 10 %ga oshgandagi talab qanchaga o'zgaradi? Bunday savolga javob berish uchun, elastiklik tushunchasidan foydalanamiz.

Elastiklik – bir o'zgaruvchining boshqa bir o'zgaruvchi ta'siri ostida o'zgarishini o'lchaydigan o'lchov; aniqroq qilib aytganda, biror o'zgaruvchining bir foizga o'zgarishi natijasida boshqa bir o'zgaruvchining ma'lum foiz miqdorga o'zgarishini ko'rsatadigan sonidir.

Bunga eng muhim misollardan biri bo'lib, **narxga bog'liq bo'lgan talab elastikligi**dir. Bu elastiklik tovar narxining bir foizga o'zgarishi, unga bo'lgan talabning necha foizga o'zgarishini ko'rsatadi.

Bu ko'rsatkichni to'liqroq ko'rib chiqamiz. Narxga bog'liq talab elastikligini quyidagicha yozamiz:

$$E_p^D = \frac{(\Delta Q\%)}{(\Delta P\%)}, \quad (1)$$

bu yerda $\Delta Q\%$ - Q ning foiz bo'yicha o'zgarishi; $\Delta P\%$ - P ning foiz o'zgarishi.

Shuni eslatish lozimki, foizdagi o'zgarish, o'zgaruvchining absolyut o'zgarishi, ya'ni o'zgaruvchining oldingi darajasiga nisbatidir, ya'ni:

$$\Delta Q\% = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100\%; \quad \Delta P\% = \frac{\Delta P}{P} \cdot 100\%.$$

Demak,

$$E_p = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100\%}{\frac{\Delta P}{P} \cdot 100\%} = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P}. \quad (2)$$

Agar talab uzluksiz funksiya sifatida, ya'ni $Q^D = f(P)$ ko'rinishida berilgan bo'lsa, uning elastiklik koeffitsiyenti quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} = f'(P) \cdot \frac{P}{Q}.$$

Narxga bog'liq talab elastikligi manfiydir, ya'ni $E_p < 0$. Tovar narxi oshganda, unga talab kamayadi, shuning uchun $\frac{\Delta Q}{\Delta P} < 0$. (2) tenglamadan kelib chiqadiki, narxga bog'liq talab elastikligi, narxning tovar miqdoriga nisbatining $\left(\frac{P}{Q}\right)$ birlik narxga to'g'ri keladigan tovar birligi o'zgarishiga $\left(\frac{\Delta Q}{\Delta P}\right)$ ko'paytirishdan hosil bo'ladigan miqdorga teng. Lekin, talab egri chizig'i bo'yicha yurganda $\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ o'zgarishi yoki o'zgarmasligi mumkin, narx va tovar miqdori esa har doim o'zgarib boradi. Demak, narxga bog'liq talab elastikligi talab chizig'ining alohida nuqtasida o'lchanadi va egri chiziq bo'yicha siljiganimizda, u o'zgarib boradi.

5.2. Nuqtaviy, yoysimon va kesishgan talab elastikligi

Real statistik ma'lumotlarga ko'ra, nuqtaviy va yoysimon elastiklik koeffitsiyentlarini aniqlash mumkin, **nuqtaviy elastiklik**:

$$E_D = \frac{\frac{Q_2^D - Q_1^D}{Q_1^D}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}};$$

Narx bo'yicha talab elastikligini aniqlashda R_1 va R_2 narxlardan va talab qilinadigan tovar miqdorlari Q_1 va Q_2 dan qaysi birlarini boshlang'ich qiymat sifatida olish ma'lum qiyinchilik tug'diradi.

Bir xil narx va talab miqdori oraliqlarida talabni narxga ko'ra elastiklik koeffitsiyentining har xil qiymatlarini olamiz. Ushbu qulaysizlikni yo'qotish maqsadida yoysimon elastiklik formulasidan foydalanishga o'tilgan. Yuqoridagi misolda keltirilgan ma'lumotlar bo'yicha talabning elastiklik koeffitsiyentini **yoysimon elastiklik** formulasi yordamida ikkala xol uchun ham aniqlaymiz:

Birinchi xol:

$$E_D = \frac{\frac{2000 - 4000}{4000 + 2000}}{2} \div \frac{\frac{1000 - 900}{900 + 1000}}{2} = -6,33.$$

Ikkinchi xol:

$$E_D = \frac{\frac{4000 - 2000}{2000 + 4000}}{2} \div \frac{\frac{900 - 1000}{1000 + 900}}{2} = -6,33.$$

Yoysimon elastiklik formulasi ikkala xol uchun ham bir xil natijani beradi. Shuning uchun ham amalda yoysimon elastiklik formulasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Taklifni narxga ko'ra elastikligi deganda tovar narxini bir foizga o'zgarishi taklif miqdorini necha foizga o'zgarishini bildiradi. Aniqroq qilib aytadigan bo'lsak, tovar narxini bir foizga ortishi (kamayishi) tovar taklifi miqdorini necha foizga ortishi (kamayishini) bildiradi va u quyidagicha aniqlanadi:

Taklif funksiya ko'rinishida berilgan bo'lsa, ya'ni $Q_s = \varphi(P)$

$$E_s^P = \frac{\frac{\Delta Q_s}{Q_s}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_s}$$

E_s^P – taklif elastikligi koeffitsiyenti; R – tovar narxi; Q_s – taklif miqdori.

Taklif miqdori va tovar narxi statistik ma'lumotlar ko'rinishida bo'lsa,

$$E_s = \frac{\frac{Q_2^s - Q_1^s}{Q_1^s}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}.$$

Bu yerda Q_1, P_1 – taklifni va narxni boshlang‘ich qiymatlari; Q_2, P_2 – taklifni va narxni o‘zgargan qiymatlari;

yoysimon elastiklik

$$E_D = \frac{\left(\frac{Q_2^D - Q_1^D}{(Q_1^D + Q_2^D)/2} \right)}{\left(\frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2} \right)}.$$

Bu yerda Q_1^D va P_1 talabning va tovar narxining boshlang‘ich qiymatlari, Q_2^D va P_2 – talabning va tovar narxining o‘zgargan qiymatlari.

Yoysimon elastiklik hisoblanganda, Q^D va P larning bazis ko‘rsatkichlari sifatida, ularning boshlang‘ich va o‘zgargan qiymatlarining o‘rtacha qiymatlari olinadi.

Elastiklik koeffitsiyenti qiymatiga qarab talabni elastik, noelastik va birlik elastiklikka ega bo‘lgan talablarga ajratish mumkin.

Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffitsiyenti $|E_D| > 1$ bo‘lsa, **talab elastik deyiladi.**

Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffitsiyenti $|E_D| < 1$ bo‘lsa, **talab noelastik deyiladi.**

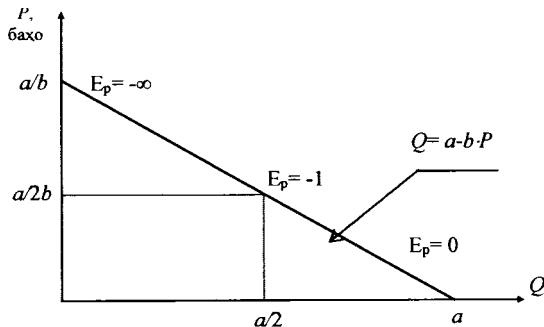
Agar talabning narx bo‘yicha elastiklik koeffitsiyenti $|E_D| = 1$ bo‘lsa, **talab birlik elastiklikka ega deyiladi.**

Misol tariqasida chiziqli talab funksiyasini qaraylik:

$$Q = a - b \cdot P.$$

Bu chiziqli funksiya uchun $\frac{\Delta Q}{\Delta P} = -b$ bo‘lib, u o‘zgarmasdir. Lekin bu chiziq o‘zgarmas elastiklik koeffitsiyentiga ega emas. 5.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, agar biz chiziq bo‘yicha pastga qarab yursak $\frac{P}{Q}$ miqdor kamayib boradi, natijada elastiklik miqdori ham kamayadi.

Chiziqli talab funksiyasining elastiklik koeffitsiyenti quyidagiga teng: $E_P = -b \cdot \frac{P}{Q}.$



5.1-rasm. Talab chizig'i

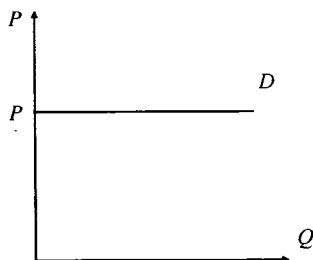
Talab chizig'i narx o'qi bilan kesishganda $Q \rightarrow 0$ va $E_p = -\infty$ bo'ladi;

$Q = \frac{a}{2}$; $P = \frac{a}{2b}$ da $E_p = -b \cdot \left(\frac{(a/2b)}{(a/2)} \right) = -1$. Talab chizig'i tovar miqdori o'qi

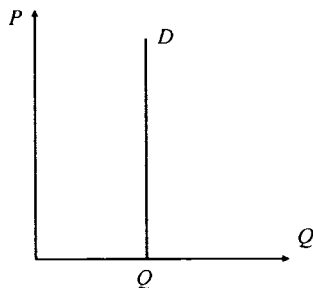
bilan kesishganda $P = 0$ va $E_p = 0$.

$\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ – chiziqning tangens burchak yotiqqligini beradi. Shu sababli, talab chizig'i qancha tik bo'lsa, talab elastikligi shuncha kichik bo'ladi.

Quyidagi 5.2-5.3-rasmlarda elastiklikning o'ziga xos alohida ko'rinishlari keltirilgan.



5.2-rasm. Elastikligi cheksiz bo'lgan talab funksiyasi



5.3-rasm. Elastik bo'lmagan talab funksiyasi

5.2-rasmda elastikligi cheksiz bo'lgan talab chizig'i keltirilgan. Bu holda yagona narx P bo'lib, iste'molchilar shu narxda mahsulot sotib

olishadi. Narxni har qanday kichik oshishi, talabni nolga tushiradi va narxning P^* darajadan har qanday kamayishi, talabni cheksiz oshib ketishiga olib keladi.

5.3-rasmdagi talab chizig'i mutlaqo elastik emas. Iste'molchilar narxdan qat'iy nazar belgilangan miqdorda Q^* tovar sotib olishadi.

Talab elastikligi narxdan tashqari, daromadga ham bog'liqdir. Ko'pgina tovarlarga talab, iste'molchilar daromadi oshganda oshadi. Daromad bo'yicha elastiklik, bu daromad R (*Revenue*)ni bir foizga o'zgarishi talab qilingan tovar Q ni necha foizga o'zgarishini bildiradi:

$$E_R^D = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta R}{R}} = \frac{R}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta R}. \quad (3)$$

Tovarlar daromadga bog'liq talab elastikligiga ko'ra quyidagilarga bo'linadi: **normal tovarlar**, agar $E_R > 0$ bo'lsa; **yuqori kategoriyali tovarlar**, agar $E_R > 1$ bo'lsa; **quyi kategoriyali tovarlar**, agar $E_R < 0$ bo'lsa.

Agar $0 < E_R \leq 0,5$ bo'lsa, bunday tovarlar birlamchi ehtiyojni qondiruvchi tovarlar hisoblanadi.

Kesishgan talab elastikligi. Bitta tovarga bo'lgan talabga boshqa bir tovarning narxi ta'sir ko'rsatadi. Bunday bog'liqlikdagi talab o'zgarishiga **narxga bog'liq kesishgan talab elastikligi deyiladi.** **Kesishgan talab elastikligi** – bu boshqa tovarlar narxi bir foizga o'zgarganda, talab qilinadigan tovarga talabning necha foizga o'zgarishini bildiradi:

$$E_{Q_1/Q_2} = \frac{\frac{\Delta Q_1}{Q_1}}{\frac{\Delta P_2}{P_2}} = \frac{P_2}{Q_1} \cdot \frac{\Delta Q_1}{\Delta P_2}, \quad (4)$$

bu yerda Q_1 - birinchi tovar miqdori;

P_2 - ikkinchi tovar narxi.

Statistik ma'lumotlar uchun:

$$E_{Q_1/Q_2} = \frac{\frac{Q_1^2 - Q_1^1}{2}}{\frac{Q_1^1 - Q_1^2}{2}} \div \frac{\frac{P_2^2 - P_2^1}{2}}{\frac{P_2^1 + P_2^2}{2}}.$$

Q_1^1 , Q_2^1 - birinchi tovarga bo'lgan talabning boshlang'ich va o'zgargan qiymatlari.

P_2^1 , P_2^2 - ikkinchi tovarning boshlang'ich va o'zgargan narxlari.

Narxi P_* bo'yicha kesishgan elastikligi E_{Q/P_*} quyidagicha:

$$E_{Q/P_*} = \frac{\Delta Q_n / Q_n}{\Delta P_* / P_*} = \frac{P_*}{Q_n} \cdot \frac{\Delta Q_n}{\Delta P_*}.$$

Ba'zi bir tovarlar, **to'ldiruvchi** tovarlar hisoblanadi va ular birgalikda ishlatiladi, shu sababli birortasining narxini o'sishi, ikkinchi tovar iste'molini kamaytiradi. Bunga misol tariqasida benzin bilan avtomobil motori yog'ini olish mumkin. Agar benzin narxi oshsa, benzin iste'moli kamayadi, nima uchun deganda, avtomobil haydovchilar mashinada kamroq yura boshlaydi. Ammo, motor moyiga ham talab kamayadi (Motor moyiga talab egri chizig'i chap tomonga siljiydi). Shunday qilib, motor moyining benzina nisbatan elastikligi manfiydir. Yana bir eslatib o'tamiz, bozor talabining asosiy determinantlari, ya'ni talab chizig'i holatini o'zgartiruvchi yoki talabdagi o'zgarishni keltirib chiqaruvchi determinantlar quyidagilar: iste'molchining didi va afzal ko'rishi; bozordagi iste'molchilar soni; iste'molchilar daromadi; bir-birini o'rnini bosuvchi, to'ldiruvchi tovarlar; kelajakda bo'ladigan narx va daromadlarga nisbatan iste'molchining kutishi.

5.3. Taklif elastikligi

Taklifning narx bo'yicha elastikligi – bu narxning bir foiz o'zgarishiga javoban, taklif qilinadigan tovarning miqdorini foiz bo'yicha o'zgarishini bildiradi. Bunday elastiklikning qiymati musbat

bo'ladi, nima uchun deganda, ishlab chiqaruvchilar uchun yuqori narx, ularni ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga rag'batlantiradi.

$$E_p^T = \frac{\Delta Q^S / Q^S}{\Delta P / P} = \frac{P}{Q^S} \cdot \frac{\Delta Q^S}{\Delta P},$$

bu yerda Q^S - tovar taklifi; P - tovar narxi.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra taklif elastikligi quyidagicha hisoblanadi:

$$E_s^P = \frac{Q_2^S - Q_1^S}{Q_1^S} \div \frac{P_2 - P_1}{P_1}.$$

Bu yerda ham, taklif elastikligi ishlab chiqarishga ta'sir qiluvchi omillar bo'yicha qaralishi mumkin: foiz stavkasi; ish haqi; xom ashyo, yarimfabrikatlar narxi. Masalan, ko'pgina sanoat mahsulotlari uchun xom ashyo, yarim fabrikatlar narxiga nisbatan taklif elastikligi manfiydir. Xom ashyo narxining oshishi firmalar xarajatlarining oshishini bildiradi, shu sababli boshqa shart-sharoitlar o'zgarmaganda taklif qilinadigan mahsulot miqdori kamayadi.

Taklif chizig'i holatini siljishiga olib keladigan determinantlar quyidagilar: resurslar narxi; ishlab chiqarish texnologiyasi; Soliq va dotatsiyalar; boshqa tovarlar narxi; narx o'zgarishini kutish; bozordagi sotuvchilar soni.

Shunday qilib, agar talab elastik bo'lmasa, narxning o'sishi daromadni o'sishiga, kamayishi, daromadni kamayishiga olib keladi va bunday holda sotuvchilar faqat narxni oshirish orqali daromadni oshirishi mumkin. Talab elastik bo'lganda, daromadning o'zgarishi narxning o'zgarishiga teskari bo'ladi va sotuvchilar bu holda narxni pasaytirish orqali daromadni oshirishlari mumkin. Talab elastik bo'lganda, narxning pasayish sur'atidan talabni oshish sur'ati yuqori bo'ladi, natijada daromad oshadi. Talab elastik bo'lmaganda ($E_D < 1$) narxning pasayish sur'ati, talabning o'sish sur'atidan yuqori bo'ladi, bu o'z navbatida daromadni pasayishiga olib keladi.

Xuddi shunday, byudjet daromadini oshirish maqsadida, davlat korxonalari mahsulotlarining narxi oshirilsa, agar ushbu mahsulotlarga

talab elastik bo'lsa, davlat byudjetiga tushadigan mablag' kamayishi mumkin. Temir yo'l transporti chiptalari narxi oshirilsa, chiptalarga bo'lgan talabni kamaytiradi. Temir yo'l chiptalariga bo'lgan talab elastik bo'lsa, davlat byudjetiga tushadigan tushum kamayadi.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Kitobning narxi 50 %ga o'sgan holda, unga talab 30 %ga oshsa, elastiklik koeffitsiyentini toping.³

$$E_d = \Delta Q / \Delta P = 30 / 50 = 0.6$$

$$E < 0.6$$

Javob: elastiklik emas.

2-masala

Agar narx 10 %ga kamaysa, foyda esa 5.5 %ga pasaysa, talabga nisbatan chegaralanmagan taklifda talabning egiluvchanligini toping.

$$E_d = \Delta Q / Q \div \Delta P / P$$

$$S = 1 - \% / 100\% \text{ foizni kamayganda songa aylantirish}$$

$$\text{formulasi } 1 - 10\% / 100\% = 1 - 0.1 = 0.9 \text{ narx } 0.1 \text{ ga o'zgarib}$$

$$0.9 \text{ bo'lib qoldi.}$$

$$1 - 5.5\% / 100\% = 1 - 0.055 = 0.945 \text{ foyda } 0.055 \text{ ga o'zgarib, } 0.945 \text{ ni tashkil etdi.}$$

$$\text{Foyda dinamikasi } 0.9 * b(Q + \Delta Q)$$

$$= 0.945 * P * Q \quad 0.9 * P * ($$

$$Q + \Delta Q) = 0.945 * P * Q$$

$$Q + \Delta Q = 0.945 / 0.9 * Q$$

$$Q + \Delta Q = 1.05 * Q \div Q \text{ natijani } Q \text{ ga bo'lib yuboramiz.}$$

$$0.9Q + 0.9\Delta Q = 0.945 \div Q$$

$$0.9 + 0.9\Delta Q / Q = 0.945$$

$$0.9\Delta Q / Q = 0.045$$

$$\Delta Q / Q = 0.045 / 0.9 = 0.05$$

$$E_d = \Delta Q / Q \div \Delta P / P = 0.05 / 0.1 = 0.5$$

³Bakiyeva I.A., Fayziyev Sh.Sh., Mirzayev M. ~~Ushbu kitobning barcha huquqlari~~ T. 2018.

3-masala

Agar narx 10 %ga kamayib, foyda 8 %ga ortgan bo'lsa, talab **elastikligini** aniqlasa bo'ladimi?

S= $1-10\%/100\%=1-0.1=0.9$ narx **S**= $1-8\%/100\%=1+0.08=1.08$ foyda

Foyda dinamikasi: $(P-\Delta P)*(Q+\Delta Q) = 1.08*P*Q$ Tenglamadan sotish

ni o'sishi ΔQ ni topish mumkin.

$$0.9*P*(Q+\Delta Q)=1.08*P*Q \quad 0.9*P*(Q+\Delta Q)=1.08*P*Q$$

$$Q+\Delta Q=1.2Q \quad 0.9Q+0.9\Delta Q=1.08Q/\div Q$$

$$\Delta Q=Q-1.2Q \quad 0.9+0.9\Delta Q/Q=1.08$$

$$\Delta Q=0.2Q \quad \Delta Q/Q=(1.08-0.9)/0.9=0.18/0.9=0.2$$

$$\Delta Q/Q=0.2$$

$$Ed=\Delta Q/Q \div \Delta P/P=0.2/0.1=2$$

Javob: 2

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Elastiklik haqida tushuncha berib o'ting.
2. Talab elastikligi nima? Unga ta'sir etuvchi omillar.
3. Taklif elastikligi nima? Unga ta'sir etuvchi omillar.
4. Soliq yukini tushuntirib bering.

6.1. Iste'molchi tanlovi nazariyasi, nafililik funksiyasi

Iste'molchi tanlovi. Bozor talabining shakllanishi asosida shaxsiy (individual) talab yotadi, ya'ni alohida iste'molchining talabi, har bir shaxs o'zining fiziologik ehtiyojlarini qondirish uchun qandaydir mahsulotdan, qanchadir sotib olishi kerak, sotib olish uchun ma'lum miqdorda mablag'i bo'lishi kerak. Biroq, iste'molchining mablag'i chegaralangan. Iste'molchi har doim tanlov oldida turadi: qaysi mahsulotdan qancha olishi kerak? Iste'molchining qaror qabul qilishi, mavjud imkoniyat doirasida maksimal darajada o'z ehtiyojini qondirishga, turmush farovonligi darajasini oshirishga harakat qiladi. Ehtiyojlarni qondirish darajasi yoki turmush farovonligi darajasi **nafililik deyiladi**.

Ne'matning nafililigi – ne'matning inson ehtiyojini qondira olish xususiyatidir. Iste'mol nazariyasida ne'mat – bu iste'molchining ehtiyojini qondira oladigan har qanday iste'mol obyektidir.

Ko'p xollarda ne'matlar yakka tartibda emas, balki majmua tartibda yoki "korzina" bilan iste'mol qilinadi.

Iste'mol nazariyasida iste'molchilar ma'lum didga, xohishga ega va ular bu xohish va didlarini qanoatlantirishda byudjetlari (daromadlari) bilan chegaralangan. Bunday holatda ular ne'matlar majmualaridan, maksimal naf keltiradigan majmuani tanlashga harakat qiladi.

Iste'mol nazariyasida iste'molchining daromadi chegaralangan; iste'molchilar tomonidan sotib olinadigan ne'mat narxi uning miqdoriga bog'liq emas; iste'molchilar nafligini to'liq biladi, iste'molchi maksimal naf beruvchi ne'matlar majmuasini tanlaydi, deb faraz qilinadi.

Iste'mol nazariyasi quyidagi postulatlariga asoslanadi:

1. Iste'molchilar barcha ne'matlarni klassifikatsiya qiladi va bir-biri bilan solishtira oladi. Boshqacha aytganda, iste'molchi ikkita A va B ne'matlar majmualaridan A majmuani B ga nisbatan ko'proq xohlashi yoki B majmuani A ga nisbatan ko'proq xohlashi yoki

ikkalasini ham naflik darajasi bir xil deb, qarashi mumkin: agar A majmua B majmuaga nisbatan nafliroq bo'lsa, $A > B$. B majmua A ga nisbatan nafliroq bo'lsa, $B > A$. Ikkalasi ham bir xil darajadagi nafga ega bo'lsa $A = B$.

Shuni ta'kidlash kerakki, bu tanlash majmualar qiymatiga bog'liq emas. Iste'molchi apelsinni mandaringa nisbatan ko'proq xohlashi mumkin, lekin mandarin arzonroq bo'lgani uchun, iste'molchi mandarinni sotib oladi.

2. Iste'molchi xohishi tranzitivdir. Agar iste'molchi A majmuani B ga nisbatan ko'proq xohlasa va B majmuani C majmuadan ko'ra ko'proq xohlasa, unda u A majmuani C majmuaga nisbatan ko'proq xohlagan bo'ladi, ya'ni:

$$A > B; \quad B > C; \Rightarrow A > C.$$

3. To'yinmaslik omili. Iste'molchi har doim har bir ne'matning kamroq qismidan ko'ra, ko'proq qismini olishni xohlaydi (bu shart hayotda har doim ham bajarilavermaydi).

Nafililik funksiyasi. Avstriya iqtisodchilar maktabi namoyandalari K.Menger, E.Byom-Baverk, F.Vizerlar birinchilar qatorida talab bilan narx, tovar zaxirasi va uning miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni o'rnatishga uringanlar. Ularning asoslashicha, chegaralangan resurslar sharoitida, ularning hajmi narxga ta'sir qiluvchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Ular ketma-ket iste'mol qilinadigan, biror-bir ne'matning nafi kamayish xususiyatiga ega ekanligi to'g'risidagi qonuniyatni aniqlashdi. Masalan, chanqagan inson bir stakan mineral suvni zo'r xohish bilan ichadi, ikkinchi stakan suv unga birinchi ichgan stakan suviday naf bermaydi, uchinchi – ikkinchisiga nisbatan kamroq naf beradi va hokazo. Bu oxirgi stakan suv beradigan naf nolga teng bo'lguncha davom etadi. Bu yerda umumiy (yig'indi) naf oshib boradi, lekin har bir keyingi stakan suvdan oladigan xususiy naf kamayib boradi, natijada umumiy nafililikning kamayishi kuzatiladi.

Iste'molchi harakatini aniqroq tahlil qilish uchun naflik funksiyasidan foydalanamiz. **Nafililik funksiyasi** – iste'molchining iste'mol qiladigan ne'matlar hajmi bilan, u ushbu ne'matlarni iste'mol qilish natijasida oladigan nafililik darajasini ifodalaydi.

Bizda qancha ko'p ne'mat bo'lsa, qo'shimcha bir birlik ne'mat qimmat, biz uchun shuncha past bo'ladi. Demak, ne'matning narxi, uning umumiy nafiligiga emas, balki Chekli nafiligi bilan belgilanadi. Demak, naflilik funksiyasi, naflilik darajasini iste'mol qilingan ne'matlar hajmiga bog'liqligini ifodalaydi:

$$U = f(x_1, x_2, \dots, x_n),$$

bu yerda U - nafilik darajasi;

$x_1, x_2, \dots, x_n - 1, 2, \dots, n$ - ne'matlar hajmi.

Naflilik funksiyasi orqali nafaqat umumiy naflilikni ifodalash mumkin, balki ketma-ket ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida oladigan qo'shimcha o'sgan naf miqdorini ifodalovchi, Chekli nafni ham aniqlash mumkin.

Chekli naflilik – bu naflilik funksiyasidan biror bir ne'mat o'zgaruvchisi bo'yicha olingan xususiy hosiladir.

$$MU_i = \frac{\partial U}{\partial X_i},$$

bu yerda $X_i - i$ -ne'mat miqdori;

$MU_i - i$ -ne'mat bo'yicha Chekli naflilik.

Chekli naflilik (MU) – bu biror ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida (boshqa ne'matlar iste'moli o'zgarmaganda) iste'molchi tomonidan olinadigan qo'shimcha naf.

Odatda, biror-bir ne'matni iste'mol qilish oshganda (boshqa ne'matlar iste'moli hajmi o'zgarmaganda), umumiy naflilik o'sadi. Demak Chekli naflilik musbat.

$$MU > 0.$$

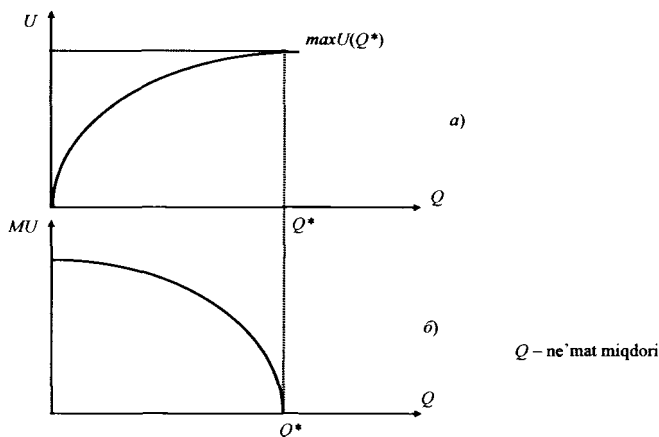
Lekin, shu bilan birga, biror-bir ne'matdan har bir birlik qo'shimcha iste'mol (boshqa ne'matlar iste'molga hajmi o'zgarmaganda) oldingisiga nisbatan kamroq naf beradi va ne'matning bu xususiyatiga **Chekli naflilikning kamayish qonuni** deyiladi.

Matematik tilda bu naflilik funksiyasining ikkinchi tartibli hosilasi noldan kichik degani:

$$(MU)' = \frac{\partial^2 U}{\partial X^2} < 0.$$

Talabni aniqlashning asosida Chekli nafilligining kamayish qonuni yotadi. Ma'lumki, iste'molchi uchun ne'matning Chekli nafilligi kamayib boradi va ishlab chiqaruvchilar qo'shimcha birlik mahsulot sotishlari uchun ne'mat narxini pasaytirishlari kerak bo'ladi.

Umumiy naflilik bilan Chekli naflilikning o'zgarishi quyidagi rasmda keltirilgan (6.1-rasm).



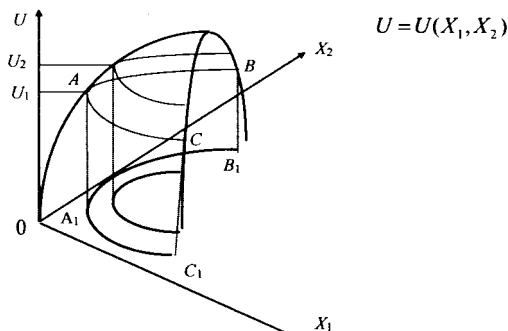
6.1-rasm. Umumiy naflilik va Chekli naflilikning o'zgarishi

6.1-rasmdan ko'rinib turibdiki, ne'mat miqdori Q ning oshishiga, umumiy naflilik U ning oshishi to'g'ri keladi (*a*-rasm). Ne'mat miqdori Q oshganda umumiy naf oshgani bilan, Chekli naf (MU - har bir qo'shimcha birlik ne'matning nafi) kamayib boradi (*b*-rasm). Maksimal naflilik Q^* nuqtaga erishilganda, bu nuqtada Chekli naflilik (MU) nolga teng bo'ladi.

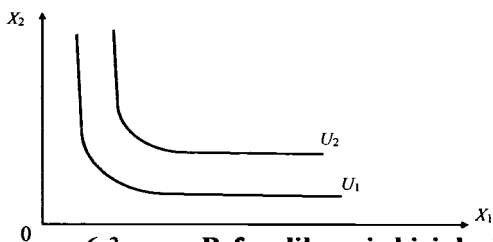
Iste'molchining eng yaxshi iste'mol ne'matlar majmuini tanlashini, ne'matlar turi ikkita bo'lgan xol uchun qaraymiz. Umuman olganda bu tahlilni keskin darajada cheklamaydi. Haqiqatdan ham iste'molchi tanlovini berilgan ne'mat bilan boshqa qolgan barcha ne'matlar o'rtasida qarasak ham bo'ladi. Ikkita ne'mat uchun naflilik funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega (6.2-rasm).

Rasmda keltirilgan naflilik funksiyasi $U = U(X_1, X_2)$ ning grafigida funksiyaning U_1 va U_2 qiymatlariga to'g'ri keluvchi chiziqlar keltirilgan. Masalan, ABC chizig'i naflilik funksiyasining U_1 qiymatiga mos keladi va shu ABC chiziqning har bir nuqtasiga mos keluvchi X_1 va X_2 ne'matlar miqdori kombinatsiyalari bir xil darajadagi naflilik U_1 ni ta'minlaydi.

Grafikdagi ABC chiziqning $X_1 O X_2$ tekislikdagi proyeksiyasi $A_1 B_1 C_1$ egri chiziq naflilik funksiyasining U_1 qiymatiga to'g'ri keluvchi befarq egri chizig'i deyiladi. Naflilik funksiyasining U_1 va U_2 qiymatlariga mos keluvchi befarq chiziqlar quyidagi ko'rinishga ega (6.3-rasm).



6.2-rasm. Ikki o'zgaruvchili naflilik funksiyasi grafigi



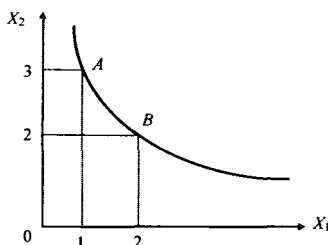
6.3-rasm. Befarqlik egri chiziqlari

6.2. Befarqlik egri chizig'i. Byudjet chizig'i

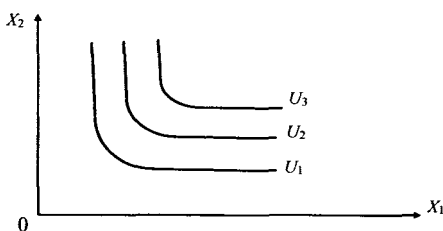
Befarqlik egri chizig'i – bu iste'molchi uchun bir xil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyalarini ifodalaydi. Faraz qilaylik, X_1 - koka-kola, X_2 - fanta ichimligi.

6.4-rasmdagi grafikda bitta koka-kola bilan uchta fanta ichimligi (A nuqta) beradigan naf, 2 ta kola bilan 2 ta fanta ichimligi (B nuqta) beradigan nafga teng. Demak, Befarqlik egri chizig'i bir xil naf beradigan gamma va fanta ichimliklari kombinatsiyalari nuqtalaridan iborat. Befarqlik egri chiziqlar majmuasi Befarqlik egri chiziqlari kartasini beradi (6.5-rasm).

Befarqlik egri chiziqlari bir-biri bilan kesishmaydi. Befarqlik egri chiziqlari qanchalik o'ngda va tepada joylashgan bo'lsa, unga to'g'ri keladigan naflilik shuncha yuqori bo'ladi: Masalan, 6.5-rasmdagi Befarqlik egri chiziqlarini joylashuviga ko'ra $U_3 > U_2 > U_1$ deb yozish mumkin.

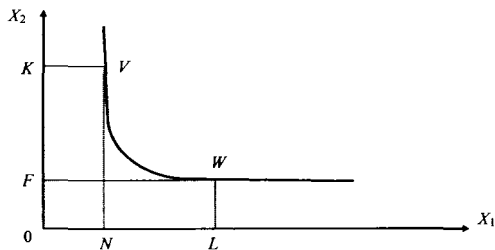


6.4-rasm. Koka-kola va fanta ichimligi uchun Befarqlik egri chizig'i



6.5-rasm. Befarqlik egri chiziqlari kartasi

Ne'matlarning bir-birini o'rnini bosishi. Ne'matlarning bir-birini o'rnini bosish zonasi deb – bir ne'mat bilan ikkinchi ne'matni samarali almashtirish mumkin bo'lgan oraliqqa aytiladi (6.6-rasm).

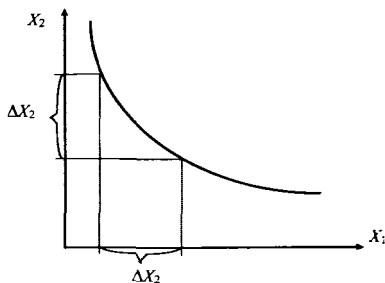


6.6-rasm. Almashtirish zonasi

Rasmdagi ON ga teng bo'lgan X_1 ne'matning miqdori iste'molchi uchun shunday zaruriy minimal miqdor hisoblanadiki, u ushbu miqdordagi ne'matning o'rniga X_2 ne'matdan qancha ko'p taklif qilinmasin voz kecha olmaydi. Xuddi shunday OF miqdorga teng bo'lgan X_2 ne'matning miqdori ham iste'molchi uchun zaruriy minimal miqdor hisoblanadi. X_1 va X_2 ne'matlarning o'zaro almashish sohasi bo'lib VW oraliq hisoblanadi. Bu oraliqda, bu ikki ne'mat bir-biri bilan almashtirish mazmuniga ega.

Chekli almashtirish normasi. Befarqlik egri chizig'ining pastga tomon yotiqligi X_2 ne'matni X_1 ne'mat bilan Chekli almashtirish normasini ifodalaydi. Chekli almashtirish normasi odatda MRS_{X_1, X_2} bilan belgilanadi.

Chekli almashtirish normasi MRS_{X_1, X_2} ning miqdori gorizontal o'q bo'yicha ifodalangan X_1 ne'matning bir birligi uchun, vertikal o'q bo'yicha ifodalangan X_2 ne'matning qancha miqdoridan voz kechish mumkinligini ko'rsatadi.



6.7-rasm. Chekli almashtirish normasi

Befarqlik egri chizig'i koordinata boshiga nisbatan botiq bo'lgani uchun, MRS bir ne'mat bilan boshqa ne'matni almashtirish oshib borgan sari kamayib boradi. 6.7-rasmda x_2 o'qi bo'yicha ajratilgan Δx_2 ni x_1 o'qi bo'yicha ajratilgan Δx_1 ga nisbatan Chekli almashtirish normasini beradi:

$$MRS_{x_1, x_2} = \frac{-\Delta x_2}{\Delta x_1};$$

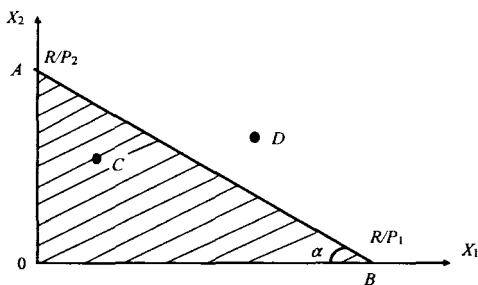
MRS_{x_1, x_2} - x_1 bilan x_2 ni Chekli almashtirish normasi.

MRS Befarqlik egri chizig'ining har qanday nuqtasida, shu nuqtadan o'tgan chiziqning tangens burchagi yotiqqligining absolyut qiymatiga teng. Befarqlik egri chizig'ining tangens burchagi yotiqqligi manfiy bo'lgani uchun MRS_{x_1, x_2} manfiy bo'ladi. Lekin, MRS musbat bo'lib, u burchak yotiqqligining absolyut qiymati bo'yicha olinadi.

Agar funksiya uzluksiz bo'lsa:

$$MRS_{x_1, x_2} = -\frac{dx_2}{dx_1}.$$

Masalan, $\Delta x_1 = 1$ kitobga va $\Delta x_2 = 3$ ta jurnalga teng bo'lsa, $MRS_{x_1, x_2} = -3$ bo'ladi va iste'molchi bitta kitob uchun uchta jurnalni berishga tayyor. Ko'rsatish mumkinki, bu yerda 3 ta jurnalдан olinadigan naf bitta kitobdan olinadigan nafga teng.



6.8-rasm. Iste'molchining tanlov sohasi

Befarqlik egri chiziqlari bir ne'mat bilan ikkinchi ne'matni almashtirish mumkinligini ko'rsatadi, xolos. Lekin, ular iste'molchi uchun qaysi tovarlar majmuasi ko'proq nafliroqligini ko'rsata olmaydi.

Bunday masalani byudjet chizig'i yordamida yechish mumkin. Byudjet chegarasi tovarlar narxiga va iste'molchining daromadiga asoslanadi va u mavjud pul mablag'larida qanday iste'mol tovarlar majmuasini sotib olish mumkinligini ko'rsatadi. Byudjet chegarasini ikkita ne'mat misolida ko'radigan bo'lsak, agar iste'molchi daromadi R bo'lsa, X_1 va X_2 lar birinchi va ikkinchi ne'matlar miqdori, P_1 va P_2 lar mos ravishda, birinchi va ikkinchi ne'matlarning narxlari bo'lsa, byudjet chegarasi berilgan daromad R hamda P_1 va P_2 narxlarda iste'molchi tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan, birinchi va ikkinchi ne'matlarning barcha kombinatsiyalarini ifodalaydi.

Byudjet chegarasini quyidagicha yozish mumkin:

$$P_1X_1 + P_2X_2 \leq R,$$

va bu tengsizlik tovarlarga sarflanadigan xarajatlar yig'indisi, iste'molchi daromadidan oshmasligini bildiradi. X_1 va X_2 larning manfiy bo'lmaslik ($X_1 \geq 0$ va $X_2 \geq 0$) shartini kiritsak, u holda biz iste'molchining tovarlarni sotib olishi mumkin bo'lgan sohasini (6.8-rasmda shtrixlangan qism) aniqlagan bo'lamiz:

Byudjet chegarasi tenglamasi $P_1X_1 + P_2X_2 = R$ grafikda AB chizig'ini beradi, bu chiziqqa **byudjet chizig'i** deyiladi.

Byudjet chizig'i quyidagi tartibda aniqlanadi va tenglamasini quyidagicha yozamiz:

$$X_2 = \frac{R}{P_2} - \frac{P_1}{P_2} \cdot X_1,$$

bu yerda $-\frac{P_1}{P_2}$ - byudjet chizig'ining burchak koeffitsiyenti, u byudjet chizig'ining X_1 o'qiga nisbatan yotiqqligini ifodalovchi kattalik (grafikda $\text{tg}\alpha = -\frac{P_1}{P_2}$). Byudjet chegarasi tenglamasida $X_1 = 0$ bo'lganda, $X_2 = \frac{R}{P_2}$ bo'ladi va bu holda barcha daromad X_2 ne'matga sarflanadi (grafikda A nuqta bo'lib, uning koordinatalari $\left(X_1 = 0; X_2 = \frac{R}{P_2}\right)$ va u $\frac{R}{P_2}$ miqdorda sotib olinadi).

Endi $x_2 = 0$ desak, $x_1 = \frac{R}{P_1}$, bu holda barcha daromad x_1 ne'matni sotib olishga sarflanadi va u $\frac{R}{P_1}$ miqdorda sotib olinadi (grafikda B nuqta). Demak, byudjet chizig'i koordinatalar o'qini $x_1 = \frac{R}{P_1}$ va $x_2 = \frac{R}{P_2}$ nuqtalarda kesib o'tadi. Byudjet chizig'idagi nuqtalarda daromad to'liq sarflanadi. Shtrixlangan sohadagi nuqtalarda (masalan, C nuqtada) daromad to'liq sarflanmaydi. Agar tanlov nuqtasi byudjet chizig'idan o'ng tomonda yotsa (D nuqta) daromad ushbu nuqtaga to'g'ri keladigan ne'matlar kombinatsiyasini sotib olishga yetmaydi. Byudjet chizig'ining manfiy yotiqqligi, absolyut qiymati bo'yicha tovarlar nisbati $\frac{P_1}{P_2}$ ga teng (bu kattalik $tg\alpha$ bo'lib, $tg\alpha = -\frac{R/P_2}{R/P_1}$ yoki $tg\alpha = -\frac{P_1}{P_2}$).

Natijada byudjet chizig'i o'ngga-yuqoriga siljiydi. Xuddi shunday narxlarning o'sishi, real daromadni kamaytiradi – byudjet chizig'i pastga-chapga siljiydi.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Iste'molchilarning nafilili funksiyasi quyidagicha:

$$U = 2x \cdot y$$

x – apelsin iste'mol hajmi y – banan iste'mol hajmi

1 kg apelsin narxi 2 dollar, 1 kg banan narxi 5 dollar. Iste'molchi ushbu mahsulotni iste'mol qilish uchun 1 haftada 20 dollar sarflaydi. Ma'lumki, banan narxi oshgani uchun uning narxi 3 dollarga tushdi, apelsin narxi o'zgarmay qoldi?

1. Banan narxi tushgunga qadar, iste'molchi qancha miqdorda banan va apelsin iste'mol qilgan?

2. Iste'molchi banan narxi tushgunga qadar oshgan nafililigini banan narxi tushgandan keyin ham ta'minlashi uchun u qancha mablag' sarflashi kerak bo'ladi va qancha miqdorda banan va apelsin iste'mol qilishi kerak?

3. Daromad samarali va ayirboshlash samarasining miqdoriy qiymati aniqlansin.

Yechish

$$U=2x*y \rightarrow \max 2x+5y=20$$

$$1) x=20/2=10 \quad y=20/5=4$$

Demak, iste'molchi 1 haftada 5 kg apelsin 2 kg banan iste'mol qilgan va $U=2*5*2=20$ birlik nafililik bor.

2) banan narxi 3 dollarga tushdi. Keyin iste'molchi oldingi 20 birlik nafililik olish uchun qancha mablag' sarflashini quyidagicha aniqlaymiz:

$$U=2*x*2=20 \quad 2*x+3*u=TC$$

TC-oldingi nafililik ta'minlash uchun zarur bo'lgan mablag', ushbu masalani quyidagi yechimlarini olamiz:

$$x=c/4 \quad y=c/6 \quad U=2*c/4*c/6=20$$

$$2*c^2=20*24 \quad c^2=480/2=240$$

S ning kvadratini yo'qotish uchun 240 ni ildizga olamiz. $c^2=\sqrt{240} \quad c^2=15,5$
 $A=15,5/2*2=3,9 \quad B=15,5/2*=2,58$

Iste'molchi oldingi 20 biologik nafililikni ta'minlash uchun 15,5 dollar sarflashi kerak bo'ladi hamda 3,9 kg ga yaqin apelsin va 2,58 kg ga yaqin banan iste'mol qilish kerak.

3) Banan narxi 3 dollarga tushgandan keyin iste'molchi qancha miqdorda banan va apelsin iste'mol qilishini aniqlaymiz:

$$U=2x*y$$

$$2x+3y=20 \quad x=20/2=10 \quad y=20/3=6,67$$

Demak almashtirish samarasi ΔA quyidagicha aniqlanadi $\Delta V=2,58-2=0,58 \quad \Delta A=3,9-5=-1,1$

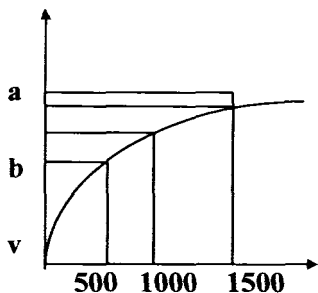
Iste'molchi 1,1 kg apelsindan voz kechib, qo'shimcha 0,58 kg banan iste'mol qiladi. Daromad samarasi: $\Delta D=3,33-2,58=0,75$

Umumiy samara: $\Delta A+\Delta D=0,58+0,75=1,33$ kg

2-masala

F shaxs nafililik funksiyasi (U_a)ni maksimallashtirmoqchi. Uning oylik maoshi 100 so'm. U karta o'ynasa, bir xil ehtimollik

bilan daromadi 1500 so'mga oshishi yoki 50 so'mga kamayishi mumkin. Uning naflilik grafik funksiyasi quyidagicha keltirilgan:



a) A shaxs karta o'ynaydimi? b)

Tavakkalchilikka munosabati qanday?

c) Tavakkalchilikni yo'qotish uchun u qancha so'mdan voz kechishi lozim?

Yechish

A shaxs daromadining naflilikini hisoblaymiz. $U(500)=4$; $U(1500)=7$

Kutiladigan daromad naflilik $EU(R) = 0.5 \cdot 4 + 0.5 \cdot 7 = 5.5$ ga teng. Naflilik grafigiga ko'ra, 5.5 to'g'ri keladigan daromad 900 so'mga teng. A shaxs kutiladigan daromadi: $EU(R) = 0.5 \cdot 500 + 0.5 \cdot 1500 = 1000$ so'm.

1000 so'm naflilik $U(1000)=6$. Shunday qilib, $E[U(1000)] = U(1000)$ kafolatlangan. Daromad naflilik $U(1000)$, karta o'ynash natijasida kutiladigan daromad naflilik $E[U(1000)]$ katta bo'lgani uchun u karta o'yinida qatnashmagani ma'qul.

1) Naflilik grafigining yuqori qavariqligi shuni ko'rsatadiki, tavakkalchilik bilan bog'liq har qanday daromadning naflilik kafolatlangan, daromad naflilikidan kichik. Shuning uchun ham A shaxs tavakkalchilikka moyil emas.

2) A shaxsning tavakkalchiliksiz daromadi quyidagicha aniqlanadi:

$$R(\text{tavakkalchiliksiz}) = \max R - S = 1500 - S$$

S – tavakkalchiliksiz to'lov A shaxs 900 so'mdan kam bo'lmagan daromad olsagina 5.5 dan kam bo'lmagan naflik oladi.

Demak, yozish mumkinki $1500 - S \geq 900$, bunda $600 \geq S$.

Yutuqni ta'minlash uchun A shaxs 600 so'm to'lash kerak bo'ladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Iste'molchining tanlovini bozor sharoitida qaysi omillar belgilaydi?
2. Chekli naflikning mazmunini izohlang.
3. Chekli naflikning kamayishi qonunini hayotga tatbiq etish mumkinmi?
4. Befarqlik egri chiziqlarining shakli va joylashuvi nima bilan aniqlanadi? Befarqlik egri chiziqlari nima uchun kesishmaydi?
5. Iste'molchining tanloviga tovar narxini va iste'molchi daromadini qanday ta'sir qilishini izohlab bering.
6. Byudjet chegarasi va iste'molchining tanlov sohasi qanday aniqlanadi?

7- bob. DAROMAD SAMARASI VA ALMASHTIRISH SAMARASI

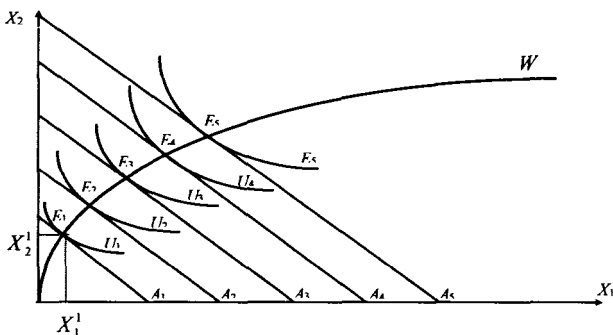
7.1. “Daromad-iste’mol” va “narx-iste’mol” chiziqlari

Real daromadning o'sishi natijasida byudjet chizig'i $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$ holatlarga ketma-ket siljiydi (7.1-rasm).

Daromadlarning o'zgarishiga mos ravishda iste'molchining Yangi holatdagi muvozanat nuqtalari o'rnatiladi: $E_1, E_2, E_3, \dots, E_n$. Ushbu muvozanat nuqtalarini tutashtiruvchi chiziqni amerikalik olim Dj.Xiks “daromad-iste’mol” chizig'i, deb atadi va bu chiziq ilmiy adabiyotlarda “**turmush darajasi**” chizig'i, deb ham ataladi.

Agar “daromad-iste’mol” chizig'i koordinata boshidan 45° burchak ostidagi to'g'ri chiziqdan iborat bo'lsa, daromadning o'sishi, iste'molchining iste'mol qiladigan ne'matlari bir xil proporsiyada o'sadi. Agar iste'molchi ne'matlarni har xil proporsiyada xarid qilsa, W chizig'ining yotiqqligi o'zgaradi. 7.1-rasmدا tovarlar sotib olish boshida tez sur'atda o'sadi, keyinchalik X_1 tovarni sotib olish, X_2 tovarga nisbatan oshib boradi.

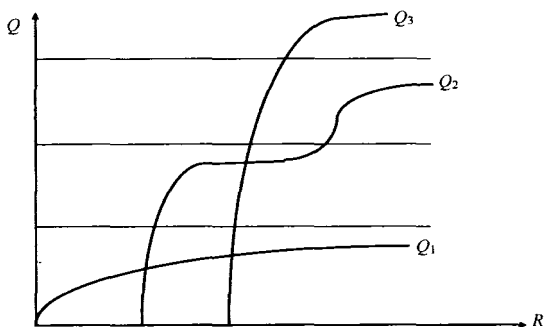
Nemis olimi Ernst Engel (1821-1896) birinchi bo'lib daromad o'zgarishining iste'mol tarkibiga ta'sirini tadqiq qilgan. Tovarlarni tarkibining daromadga nisbatan o'zgarishini ifodalovchi chiziqlar **Engel egri chiziqlari** deyiladi (7.2-rasm).



7.1-rasm. “Daromad-iste’mol” chizig'i

Gorizonttal o'q bo'yicha iste'molchi daromadi R , ordinata o'qi bo'yicha – sotib olinadigan tovarlar miqdori Q belgilangan.

Iste'molchi ehtiyoji birinchi navbatda oziq-ovqat mahsulotlari bilan to'yinadi (Q_1 - oziq-ovqat mahsulotlari), keyin standart sifatli sanoat mahsulotlari (Q_2) bilan va nihoyat, oliy sifatli tovarlar va xizmatlar (Q_3) bilan.



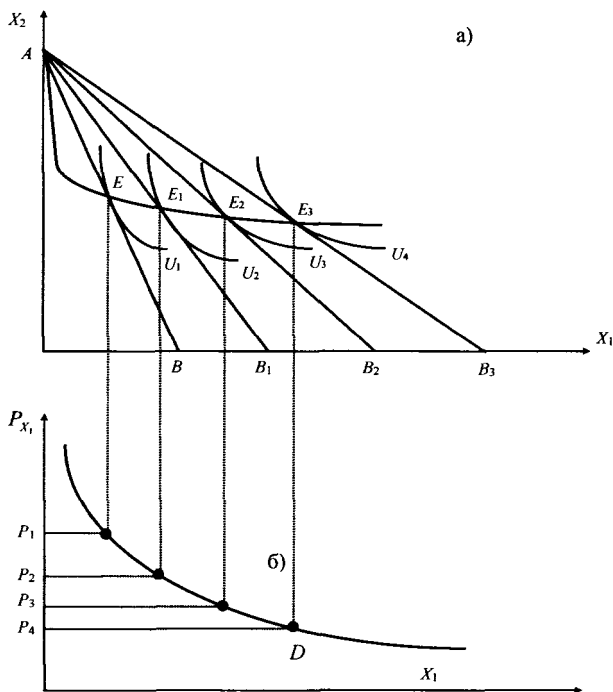
7.2-rasm. Engel egri chiziqlari

Bulardan tashqari, oliy sifatli tovarlar va xizmatlarga o'tganda ham, standart sifatli sanoat mahsulotlariga talabning Yangi sakrash qonuniyati kuzatilgan.

“Narx-iste'mol” chizig'i. Yuqoridagi “daromad-iste'mol” chizig'iga qaralganda, ne'matlar narxi o'zgarmaydi, deb qabul qilingan edi.

Endi daromadni o'zgarmas, deb qaraymiz va ne'matlardan bittasini, masalan, X_1 ne'matning narxini o'zgaruvchan, deb qaraymiz. Faraz qilaylik, X_1 ne'matning narxi P ketma-ket kamayib bormoqda, ya'ni $P > P_1 > P_2 > P_3$ va hokazo. Grafikda narxning bunday o'zgarishi, byudjet chizig'ining AB holatdan AB_1 , AB_2 va AB_3 holatlarga siljitadi.

Agar biz optimal majmua nuqtalarini (Befarqlik egri chiziqlari bilan byudjet chiziqlari kesishgan nuqtalarni) chiziq bilan birlashtirsak, bu chiziq “Narx-iste'mol” chizig'i bo'ladi (a rasmdagi ν chizig'i). “Narx-iste'mol” chizig'iga ko'ra, talab chizig'ini aniqlash mumkin (b) rasm.

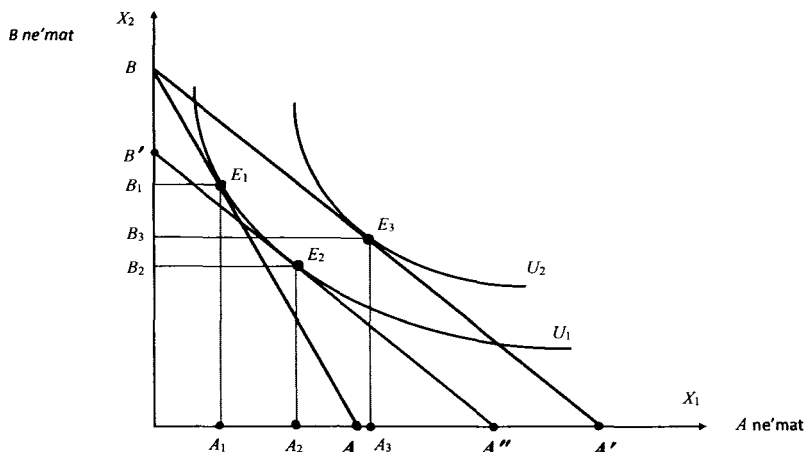


7.3-rasm. “Narx-iste’mol” (a) va talab chizig’i (b)

7.2. Daromad va almashtirish samarasi

“Daromad-iste’mol” chizig’ini tahlil qilganimizda, daromad o’zgarishini (narxlar o’zgarganda) iste’molga ta’sirini o’rgangan edik, endi esa “Narx-iste’mol” chizig’i orqali narxlarning o’zgarishini bir ne’mat bilan boshqa bir ne’matni nisbiy almashtirishga ta’siri o’rganiladi. Endi biz x_1 ne’matga bo’lgan talabni o’zgarishining qancha qismi narx bilan bog’liq va qancha qismi daromad bilan bog’liqligini ko’rib chiqamiz (7.4-rasm). Narxning har qanday ijobiy o’zgarishi, birinchidan: real daromadni oshiradi, natijada Befarqlik egri chizig’i siljiydi va iste’molchi sotib olishi mumkin bo’lgan ne’matlar tarkibini o’zgartiradi; ikkinchidan – narxlar nisbatini o’zgartiradi va bir ne’mat (B) bilan boshqa ne’mat (A) almashtiriladi.

Ne'matlar majmuasiga (A va B ne'matlar) bo'lgan talab o'zgarishining qancha qismi real daromad ta'siri va qancha qismi narxning pasayishi bilan bog'liq ekanligini aniqlamoqchimiz. 7.4-rasmda byudjet chizig'ining boshlang'ich holati BA va A ne'mat narxi pasaygandan keyingi holati BA' keltirilgan.



7.4-rasm. Normal tovarlar uchun daromad samarasi

Boshlang'ich byudjet chizig'ida U_1 Befarqlik egri chizig'iga mos keluvchi optimal majmua E_1 nuqta bilan ifodalangan.

Nuqtada iste'molchi B ne'matdan B_1 miqdorda, A ne'matdan A_1 miqdorda sotib oladi. A ne'matning narxi tushgandan keyin, yangi optimal hajmga BA' byudjet chizig'i bilan U_2 Befarqlik egri chiziqlari kesishgan E_3 nuqtaga o'tadi. E_3 nuqtada iste'molchi B_3 miqdorda B ne'matdan va A_3 miqdorda A tovardan sotib oladi.

Demak, A ne'mat narxining pasayishi iste'molchining real daromadini, uning tovar sotib olish imkoniyatini oshiradi, ya'ni uning o'z ehtiyojini qondirish darajasini oshiradi. Bu yerda A ne'matni iste'mol qilish hajmining umumiy o'zgarishi (uning narxi tushishi hisobidan) rasmda A_1A_3 bilan belgilangan. Iste'molchi boshida $0A_1$ miqdorda A ne'matdan sotib oladi, narx o'zgargandan keyin sotib

olish hajmi $0A_3$ ga o'zgaradi. B tovarni sotib olish hajmi $0B_1$ dan $0B_3$ ga qisqardi.

A ne'mat iste'molining umumiy o'zgarishi A_1A_3 ga umumiy samara deyiladi. Endi umumiy samarani daromad samarasiga va almashtirish samarasiga qanday ajralishini ko'ramiz.

Daromad samarasini aniqlash uchun BA' byudjet chizig'iga parallel qilib $B'A''$ byudjet chizig'ini U_1 Befarqlik egri chizig'iga urinadigan qilib o'tkazamiz va bu urilgan nuqtani E_2 deb belgilaymiz. E_2 nuqtaga mos keluvchi optimal majmuadagi A ne'mat miqdori A_2 ga teng va u A_1A_3 umumiy samarani ikki qismga ajratadi: A_1A_2 va A_2A_3 . A_2A_3 o'zgarishga ***daromad samarasi*** deyiladi va A_1A_2 o'zgarishga – ***almashtirish samarasi*** deyiladi.

Daromad samarasi – bu ne'mat narxi o'zgarishi (almashish samarasi hisobga olinmaganda) natijasida real daromad o'zgarishining iste'molchi talabiga ta'siridir. Daromad samarasi – bu iste'molchining sotib olish imkoniyatini oshganligini ko'rsatadi va u bir byudjet chizig'idan boshqa byudjet chizig'iga iste'molchining optimal tovarlar majmuasi o'tishini akslantiradi.

Almashish samarasi – bu naflilik darajasi o'zgarmaganda, tovarlar narxi o'zgarishi munosabati bilan iste'mol tovarlar talabi tarkibining o'zgarishidir. Almashish samarasi A ne'mat narxini o'zgarishi natijasida B ne'matni qo'shimcha A ne'mat bilan almashtirilishini ifodalaydi. Bu almashtirish Befarqlik egri chizig'i U_1 bo'yicha bo'ladi.

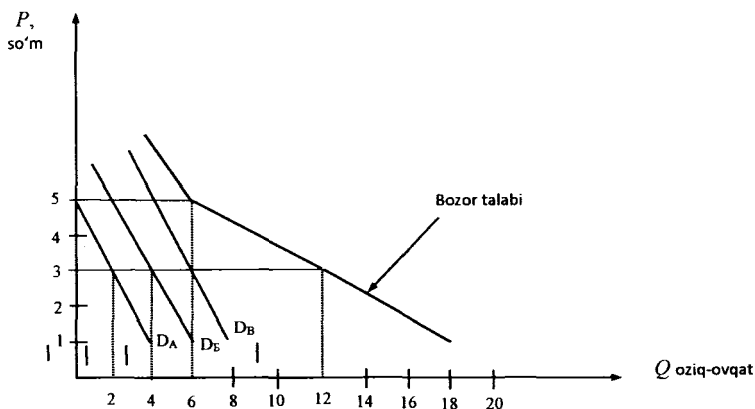
Bozor sharoitida daromad samarasi va almashtirish samarasini ajratilishi, tovarlarga narx belgilashdagi qonuniyatlarni yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Biz daromad va almashtirish samaralarini normal tovarlar uchun ko'rib chiqdik. Past kategoriyali tovarlar uchun daromad va almashtirish samaralari o'z xususiyatlariga ega.

Bozor talabi. Bozor talabi alohida bozordagi iste'molchilarning individual talablari yig'indisi bilan aniqlanadi. Bozor talabi chizig'i esa ma'lum bozordagi iste'molchilarning individual talablari chiziqlarini qo'shish orqali olinishi mumkin.

Quyidagi 7.5-rasmda ushbu iste'molchilarning talab chiziqlari va bozor talab chizig'i keltirilgan. Bozor talabi chizig'i har bir iste'molchining berilgan narxlardagi talablarini qo'shish orqali hosil qilingan.

Bozor talabi chizig'ining har bir nuqtasi berilgan narxda uchta iste'molchi uchun qancha oziq-ovqat birligi kerakligini ko'rsatadi. Masalan, narx 3 so'm bo'lganda, bozor talabi 12 birlik bo'lib, u A, B va V iste'molchilarning narx 3 so'm bo'lgandagi talablari yig'indisiga teng ($2+4+6=12$).

Iste'molchilarning individual talablari chiziqlari to'g'ri chiziqlardan iborat bo'lgani bilan bozor talab chizig'i ham to'g'ri chiziqdan iborat bo'lishi shart emas. Nima uchun deganda, yuqori narxlarda ba'zi bir iste'molchilar tovarni sotib olmasligi ham mumkin yoki ular har xil miqdorda sotib olishi mumkin.



7.5-rasm. Iste'molchilar talab chiziqlari va bozor talabi chizig'i

Yana shuni ta'kidlash lozimki, iste'molchilar talablariga ta'sir qiluvchi barcha omillar bozor talabiga ham ta'sir qiladi. Masalan, iste'molchilar sonining oshib borishi bozor talab chizig'ini o'ngga, tepaga siljitadi yoki bo'lmasa, iste'molchilar daromadlarini ortishi, ularning oziq-ovqatga bo'lgan talabini oshiradi. Bu o'z navbatida bozor talab chizig'ini o'ngga-tepaga siljishiga olib keladi.

Umuman olganda, bozor talabini aniqlashda har xil demografik guruhlariga qarashli iste'molchilar talablarini yig'ishga, har xil hududlarda yashovchi iste'molchilar talablarini yig'ishga to'g'ri keladi. Masalan, muzqaymoqqa bo'lgan bozor talabi o'rganilganda yosh bolalar talabi, o'smirlar talabi, ayollar talabi, nafaqaxo'rlar talabi to'g'risidagi axborotlarni olishga va ularni jamlashga to'g'ri keladi. Xuddi shu masalani hududlar bo'yicha aniqlash ham mumkin.

Bozor talabi chizig'ini va shu bilan birga individual talab chizig'ini ifodalashda tovarlarning narx bo'yicha elastiklik koeffitsiyentidan foydalanish mumkin. Biz yuqorida ko'rgan edikki, agar talab narx bo'yicha elastik bo'lsa, narxning pasayishi iste'molchini tovardan ko'proq sotib olishga undaydi. Natijada iste'molchining tovar sotib olishga sarfi o'sadi, narx oshganda iste'molchi sarfi kamayadi.

Agar talab elastik bo'lmasa, narx oshganda iste'molchi sarfi ham oshadi, narx pasayganda kamayadi. Bordi-yu talab birlik elastiklikka ega bo'lsa, narx oshganda ham, oshmaganda ham iste'molchining tovar sotib olishdagi sarfi o'zgarmaydi.

Nazorat uchun savollar

1. Daromad va almashtirish samaralarini iste'molchining turmush darajasiga ta'sirini tushuntirib bering.
2. Giffen tovari nima?
3. Past kategoriyali tovarlar uchun daromad samarasi va almashtirish samarasini tushuntirib bering.
4. O'rni bosuvchi va to'ldiruvchi tovarlarni tushuntirib bering.

8.1. Noaniqlik sharoitida tanlash

Shu vaqtgacha biz barcha ko'rsatkichlar (narx, iste'molchi daromadi, ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori, olinadigan foyda, xarajatlar) aniq berilgan deb keldik. Lekin, real hayotda bozor subyektlari tomonidan qabul qilinadigan qaror noaniqliklar bilan bog'liq. Ma'lumki, to'g'ri qaror qabul qilishning asosiy sharti – bu axborot. **Noaniqlik sharoitida** qaror qabul qilish deganda, to'liq axborot olmasdan qaror qabul qilish tushuniladi. Biror voqea yoki hodisa to'g'risida axborot to'liq bo'lmasa, qabul qilingan qaror salbiy oqibatlarga, ya'ni ma'lum yo'qotishlarga olib keladi. Ushbu yo'qotishlar **tavakkalchilikni bildiradi**.

Noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishda tavakkalchilik (yo'qotish) darajasini bilish, uni oldini olish uchun, tavakkalchilik darajasini kamaytirish uchun, chora-tadbirlar ko'rishga imkon beradi.

Noaniqlikka misol tariqasida jamg'arilgan pulni ishonchliroq bo'lgan bankka qo'yish yoki tavakkalchilik (yo'qotish ehtimoli ko'proq bo'lgan) yuqori bo'lgan, lekin shu bilan birga yuqori dividend olish mumkin bo'lgan tijorat fondlarga qo'yish to'g'risida qaror qabul qilishni keltirish mumkin. Xuddi shunday noaniqlik sharoitida iste'molchilar tomonidan ham, ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham, sotuvchi va xaridorlar tomonidan qaror qabul qilishga to'g'ri keladi va bu qabul qilingan qarorlar albatta, ma'lum darajadagi tavakkalchilik (yo'qotishlar) bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Noaniqlik cheklangan resurslarni samarasiz taqsimlanishiga, ortiqcha sarflarga, vaqtni yo'qotishga olib keladi.

Tavakkalchilikni o'lchash. Tavakkalchilikni o'lchashning asosi ehtimol tushunchasi bilan bog'liq. Amerikalik olim F.Nayt (1885-1974) ehtimolni ikki turga bo'ladi: matematik, ya'ni oldindan aniqlash mumkin bo'lgan ehtimol va statistik ehtimol. Birinchi tur ehtimolga tanganing raqam yoki gerb tomonini tushish ehtimoli $\frac{1}{2}$ ga tengligi

yoki o'ynaydigan olti qirrali toshning oltita raqamidan bittasini tushishi ehtimolining $\frac{1}{6}$ ga tengligi misol bo'lishi mumkin.

Ikkinchi turdagi ehtimolni empirik, ya'ni faraz qilish yo'li orqali aniqlash mumkin. Masalan, korxonaga xom ashyoni vaqtida yetib kelmaslik ehtimoli faraz qilinganda, ushbu faraz qilingan raqam baholovchining bilimi, tajribasiga asoslanadi. Nima uchun deganda, ushbu voqeaning takrorlanishi to'g'risida statistik ma'lumotlar yo'q. Ehtimol subyektiv ravishda aniqlanganda, bitta hodisani har xil insonlar har xil qiymatdagi ehtimol bilan baholaydi.

Yuqoridagi misolda voqeaga ta'sir qiluvchi tasodifiy omillar ko'p va ularning hammasini bartaraf qilish mumkin emas. Bundan tashqari, bu yerda teng ehtimolli alternativ variantlarning o'zini yo'qligi ehtimolni matematik hisob-kitoblar orqali aniqlashga imkon bermaydi.

Birinchi turdagi ehtimolni obyektiv ehtimol desak, u iqtisodiyotda kamroq uchraydi, ikkinchi turdagi ehtimol subyektiv ehtimol bo'lib, biznesga xosdir. Ham obyektiv va ham subyektiv ehtimollar tavakkalchilik darajasini ifodalashda va tanlashda foydalaniladi. Obyektiv ehtimol o'rtacha qiymatni aniqlashga yordam bersa, subyektiv ehtimol olinishi mumkin bo'lgan natijalarning o'zgaruvchanlik mezonini aniqlashga yordam beradi. Tavakkalchilikni miqdoriy aniqlash uchun biror voqea yoki hodisaning olib kelishi mumkin bo'lgan oqibatlarini va bu oqibatlarning ehtimolini bilish kerak bo'ladi.

Kutiladigan miqdor – bu mumkin bo'lgan barcha natijalarning o'rtacha o'lgangan qiymatlari. Bu yerda har bir natijaning ehtimoli ushbu mos qiymatlarning takrorlanish chastotasi yoki o'lchovi.

$$E(X) = \pi_1 x_1 + \pi_2 x_2 + \dots + \pi_n x_n = \sum_{i=1}^n \pi_i x_i ,$$

bu yerda x_i - mumkin bo'lgan natija;

$$\pi_i - \text{ushbu natijaning paydo bo'lish ehtimoli, } \sum_{i=1}^n \pi_i = 1 .$$

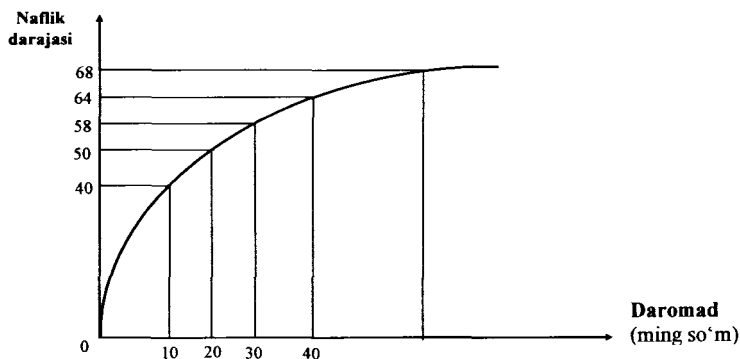
Chetlanish – bu haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq bo'lib, u tavakkalchilikdan (yo'qotishdan) darak beradi. Ushbu farq qancha katta bo'lsa, yo'qotish ya'ni tavakkalchilik ham shuncha yuqori bo'ladi.

8.2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat

Insonlar tavakkalchilikka borishga tayyorligi bilan bir-biridan farq qiladi. Insonlar tavakkalchilikka borishga tayyorligi bo'yicha uch turga bo'linadi: tavakkalchilikka borishga moyil insonlar, tavakkalchilikka borishga qarshi, ya'ni moyil emas va tavakkalchilikka befarq qaraydigan insonlar.

Tavakkalchilikka qarshi bo'lgan inson deganda shunday inson tushuniladiki, kutiladigan daromad berilganda, u tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarga nisbatan, kafolatlangan natijani ustun ko'radi. Agar tavakkalchilikka qarshi insonni iste'molchi, deb qarasak va u oladigan daromadga iste'mol tovarlar majmuasini sotib olib, uni iste'mol qilishdan ma'lum darajada naf oladi, deb faraz qilsak, biz iste'molchining tavakkalchilik bilan bog'liq daromadining naflik darajasi bilan qanday bog'liq ekanligini ko'rishimiz mumkin (8.1-rasm). Tavakkalchilikka qarshi inson daromadi past darajadagi Chekli naflikka ega ekanligini ko'ramiz. Rasmdan ko'rish mumkinki, har bir birlik qo'shimcha daromadga to'g'ri keladigan qo'shimcha naflik daromad oshishi bilan kamayib bormoqda. Masalan, 20-30 ming so'mlik daromad oralig'idagi har ming so'm daromadga 0,8 birlik naf to'g'ri kelsa, 31-ming so'mlik daromadga 0,6 naf birligi to'g'ri kelayapti. Chekli naflikni kamayishi insonlarda tavakkalchilikka salbiy munosabatini kuchaytiradi. Shuning uchun ham tavakkalchilikka borishga moyillikning yo'qligi ko'pchilik insonlarga xosdir.

Tavakkalchilikka befarq qaraydigan inson shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda, u kafolatlangan natija bilan tavakkalchilik o'rtasidagi bog'liq natijalarni tanlashga befarq qaraydi. Tavakkalchilikka neytral qaraydigan inson uchun o'rtacha foyda muhim hisoblanadi.

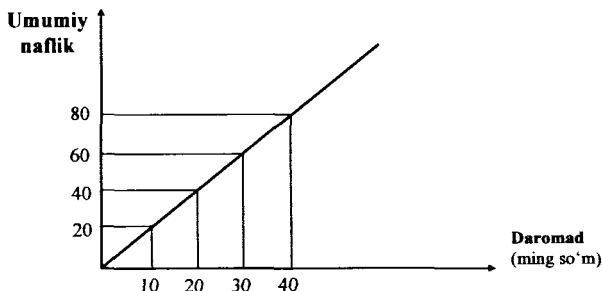


8.1-rasm. Tavakkalchilikka moyil bo'lmagan holat

O'rtacha qiymatga nisbatan cheklanishlar bir-biri bilan qisqarib, umumiy chetlanishlar nolga teng bo'lgani uchun ham ushbu chetlanishlar uni qiziqitirmaydi.

Tavakkalchilikka Befarqlik koordinata boshidan chiqadigan to'g'ri chiziqli sifatida ifodalanishi mumkin (8.2-rasm).

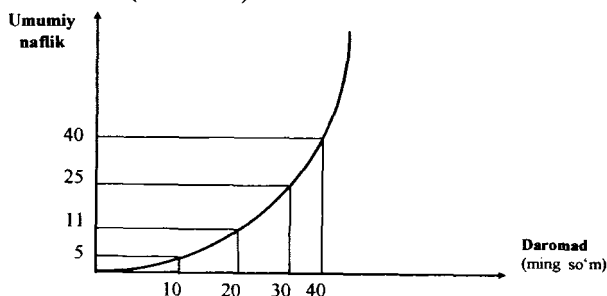
Tavakkalchilikka moyil bo'lgan inson, shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda u kafolatlangan natijaga ko'ra tavakkalchilik bilan bog'liq natijani ustun ko'radi.



8.2-rasm. Tavakkalchilikka befarqlik

Tavakkalchilikka qiziqadigan inson undan baxra oladi. Bunday turdagi insonlarga o'z taqdirini sinab ko'rishdan baxramand bo'lish

uchun barqaror daromaddan voz kecha oladigan insonlar kiradi. Ular yutish ehtimoliga yuqori baho berib yuboradilar. Tavakkalchilikka moyillik grafigi keskin sur'atda ortib borayotgan parabola grafigi orqali ifodalanishi mumkin (8.3-rasm).



8.3-rasm. Tavakkalchilikka moyillik

Hayotda va umuman barcha bozor subyektlari tavakkalchilikni e'tiborga oladi. Bozorlardagi har xil firibgarlar tavakkalchilikka moyil insonlar hisobidan boylik orttira, sug'urta kompaniyalari tavakkalchilikka moyil bo'lmagan insonlarni yo'qotishlarini kamaytirishga xizmat qiladilar.

8.3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish

Tavakkalchilikni pasaytirishning quyidagi turlari mavjud: diversifikatsiya, sug'urtalash, tavakkalchilikni taqsimlash, axborot izlash.

Diversifikatsiya usulida tavakkalchilik bir necha tovarlarga taqsimlanadi, ya'ni biror tovarni sotish (sotib olish) yuqori tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lishi boshqa bir tovarni sotishdan (sotib olishdan) bo'ladigan tavakkalchilikni kamaytirishga olib keladi.

Masalan, biror firma ikki xil mahsulot ishlab chiqaradi. Ma'lumki, bir vaqtning o'zida ikkala mahsulot turiga bo'lgan talabning kamayib ketish ehtimoli, ulardan bittasiga bo'lgan talabni kamayib ketish ehtimolidan yuqori. Ko'p xollarda bir turdagi mahsulotga bo'lgan talab

kamayganda ikkinchi turdagi mahsulotga bo'lgan talab oshadi. Quyidagi 8.1-jadvalda ikki turdagi mahsulotdan olinadigan daromadlar keltirilgan.

8.1-jadval

Tovarlarni sotishdan tushgan daromad

Tovarlarni turi	Yoz fasli	Qish fasli
1-tur (muzqaymoq)	6 mln. sum	1 mln. sum
2-tur (kofe)	1 mln. sum	6 mln. sum

Firma o'z ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilib yoz oyida ikkinchi tur tovar hisobidan yo'qotadigan daromadini birinchi tur tovarni ko'proq sotish hisobidan qoplaydi. Xuddi shunday qish faslidagi yo'qotishlar ikkinchi tovar hisobidan qoplanadi. Ko'rinib turibdiki, firma diversifikatsiya yo'li bilan tavakkalchilikni kamaytirdi. Lekin, diversifikatsiya tavakkalchilikni to'liq yo'qotmaydi, u faqat kamaytiradi xolos.

Tavakkalchiliklarni qo'shish – ushbu usul tasodifiy yo'qotishlarni o'zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan. Ma'lumki, mulkning o'g'irlanishi, shaxsning kasal bo'lib ishga chiqmasligi, tabiiy ofatlarning bo'lishi tasodifiy bo'lib, ular juda katta xarajatlarga olib kelishi mumkin. Ushbu noxush hodisalarning oqibatlarini kamaytirishda sug'urtaning ahamiyati katta.

O'zbekistonda ham hozirgi vaqtda ko'pgina insonlar o'z hayotlarini, mulkini sug'urtalaydilar. Sug'urta ishlarini yo'lga qo'yish uchun respublikada maxsus qonunlar ishlab chiqilgan va bir qator davlat va nodavlat sug'urtalash firmalari faoliyat ko'rsatmoqda.

Sug'urtalashda tavakkalchilikni qo'shish samaradorligi shu bilan belgilanadiki, sug'urtalangan shaxslarning tavakkalchiligi bir-biriga bog'liq bo'lmasligi kerak.

Tavakkalchilikni taqsimlash – ushbu usulga ko'ra yo'qotish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik bilan qatnashuvchi subyektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir subyektning kutiladigan yo'qotishi nisbatan kichik bo'ladi.

Ushbu usuldan foydalangan holda yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni va ilmiy izlanishlarni tavakkalchilikdan qoʻrqmasdan moliyalashtiradilar.

Axborot bilan ta'minlash ham tavakkalchilikni kamaytiradi. Nima uchun deganda, axborotning yetishmasligi noto'g'ri qaror qabul qilishga olib keladi. Hozirgi vaqtda axborot asosiy taqchil resurslardan biri bo'lib, uni olish uchun haq to'lash kerak, ya'ni axborot olish xarajat bilan bog'liq, ba'zi axborotlar nihoyatda qimmat turadi. Shuning uchun ham kerakli bo'lgan axborotdan qancha olish kerak deganda, uning Chekli xarajati bilan Chekli naflilikni solishtirib ko'rish kerak bo'ladi.

Mahsulot sifati noaniqligi. Avtomobil va sug'urta bozoridagi asimmetrik axborot. Faraz qilaylik, bozorda foydalanilgan avtomobillar sotiladi. Faraz qilaylik, mashinaning holati (sifati) o'rtacha holatdan yuqori bo'lsa yaxshi avtomobil, past bo'lsa – yomon avtomobil (ushbu masalani 1970-yilda birinchi bo'lib amerikalik olim A.Akerlof o'rgangan). Yaxshi avtomobillarning narxi 3000 doll. Agar bozorda ikkala kategoriyadagi avtomobillar soni bir-biriga teng bo'lsa, avtomobilning o'rtacha narxi 2000 doll. bo'ladi. Ushbu holatda yaxshi avtomobilni ham, yomon avtomobilni ham sotib olish ehtimoli 50 foizga teng.

Biroq sotuvchilar o'zlarining avtomobili sifatini yaxshiroq biladi, xaridorlar bunday axborotga ega emaslar. Yaxshi mashina sotuvchilarni 2000 doll. narx qanoatlantirmaydi. Yomon mashina sotuvchilarni esa 2000 doll. narx qanoatlantiradi va bu narx ular kutgan narxdan ancha yuqori.

Bozorda asimmetrik axborot bo'lgan sharoitda avtomobil bozoridagi narx avtomobil sifati to'g'risida to'liq axborotni bermaydi, natijada bozordagi savdo-sotiqnlarni noratsional bo'lishiga olib keladi. Yaxshi avtomobil egalari o'z avtomobillarini 2000 doll.da sotishdan voz kechadilar. Oqibatda yaxshi avtomobillar taklifi kamayadi. Yomon avtomobillar narxi yuqori bo'lgani uchun, ularning taklifi oshadi. Bunday holatda yaxshi avtomobil olish ehtimoli 50 foizdan nolga tushib ketadi.

Bozordagi asimmetrik axborotlarni yo'qotish yo'llari

Bozor signallari. Bozorda sotiladigan tovar to'g'risida, tovarni ishlab chiqaruvchi firmaning nomi to'g'risidagi axborotlar, tovar markasi, firma belgisi, firmaning obro'si, tovar sifati va kafolati to'g'risidagi axborotlar bozor signallari bo'lib xizmat qiladi va bu signallar tovar sotib olishdagi tavakkalchilikni kamaytiradi. Masalan, siz sotib olmoqchi bo'lgan tovar siz bilgan, sifatli mahsulot ishlab chiqaradigan firmaning mahsuloti bo'lsa, siz mahsulotni yo'qotishsiz sotib olasiz.

Auksionlar. Auksionlar ham axborotlardagi asimmetriyani yo'qotadigan bozor hisoblanadi. Noyob san'at namunasiga, tez buziladigan mahsulotlarga (sabzavot, meva, baliq) narxlar sotish vaqtida o'rnatiladi. Auksionlarning asosan ikki turi mavjud: Ingliz va Golland auksionlari.

Ingliz auksioni – bu auksionda stavka pastdan yuqoriga qarab oshib boradi va bu oshish taklif qilingan maksimal narxda tovar sotilguncha davom etadi. Ushbu auksionda asosan san'at namunalari, zebu-ziynatlar va hokazolar sotiladi.

Golland auksionida stavkalar yuqoridan pastga qarab, toki tovar minimal mumkin bo'lgan narxda sotilgunga qadar tushib boradi. Ushbu auksionda vaqt muhim ahamiyatga ega, nima uchun deganda auksionda asosan tez buziladigan tovarlar sotiladi: gullar, sabzavotlar, mevalar, baliq va hokazolar sotiladi.

Golland auksionida minimal mumkin bo'lgan narx – birinchi e'lon qilingan narxning 20 foizi hisoblanadi. Agar tovar ushbu narxda ham sotilmasa, u sotuvdan olinadi.

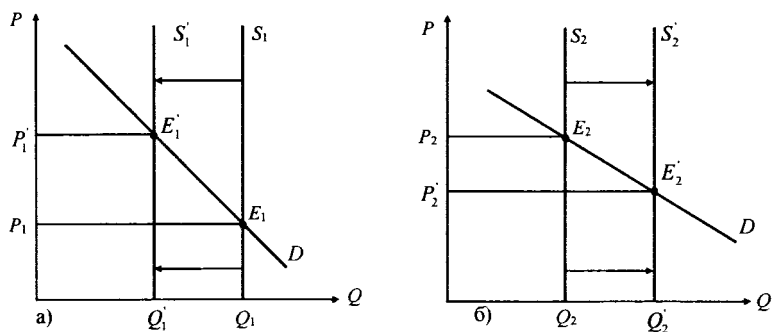
Olib sotarlik va uning iqtisodiyotdagi o'rni. Olib sotarlik (savdogarlar) deganda, foyda olish maqsadida biror tovarni sotib olib, uni yuqori narxda sotish faoliyati tushuniladi. Olib sotarlar bozor sharoitida muhim rol o'ynaydilar, ular ortiqcha tovarni sotib olib, qayerda unga talab ko'p bo'lsa, usha yerga yetkazib beradilar. Bu o'z navbatida tovarga bo'lgan narxni butun fazo bo'yicha ma'lum darajada tekis bo'lishini ta'minlaydi. Savdogarlar iste'molni vaqt bo'yicha siljishini ta'minlaydilar. Ular qishloq xo'jalik mahsulotlarini yoz faslida

sotib olib, qish faslida sotadi yoki serhosil yilda sotib olib, qurg'oqchilik kelgan yilda sotadilar. Ushbu holat iste'molni mo'l-ko'pchilik vaqtdan iste'mol tovarlari cheklangan vaqtga ko'chiradi va shu bilan narxlarining tekislashuvini ta'minlaydilar.

Savdogarlar bo'lmaganda, serhosil yilda talab D va taklif S_1 bo'lganda, muvozanat holat E_1 nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi (8.4 a-rasm).

Hosildor bo'lmagan yildagi talab D taklif S_2 va muvozanatlik E_2 (8.4 b-rasm). Savdogarlar serhosil yilda mahsulot sotish hajmini Q_1 dan Q_1' ga qisqartirib, muvozanat narxni P_1 dan P_1' ga ko'taradi.

Shu bilan birga jamg'arilgan mahsulot zaxirasi hosildor bo'lmagan yildagi taklifni Q_2 dan Q_2' ga oshirib, muvozanat narxni P_2 dan P_2' ga tushiradi.



8.4-rasm. a) serhosil yil; b) hosildor bo'lmagan yil

Shunday qilib, savdogarlar iste'molni serhosil yildan hosil kam bo'lgan yilga siljitib narxni tekislaydilar. Savdogarlarga qishloq xo'jaligidagi mavsumiy tebranishlarni tekislashga yordam beradilar. Savdogarlar tavakkalchilikka bormaydiganlardan yo'qotishlarni sotib olib, foyda olish maqsadida o'zlari tavakkalchilikka boradilar.

Tavakkalchilikni pasaytirishda fyucherslar, opsiyon va xedjirlashtirishlar ham muhim rol o'ynaydi.

Fyucherslar – bu oldindan belgilangan narxlarda ma'lum miqdordagi tovarlarni kelajakda ma'lum kunda yetkazish uchun tuzilgan muddatli shartnoma.

Fyuchers bozori yordamida qishloq xo'jalik mahsulotlari, kofe, shakar va boshqa tovarlar sotiladi. Fyuchers bozori yordamida ishbilarmon ma'lum miqdordagi tovarni bugungi narxda kelajakda ma'lum muddatga qo'yish uchun shartnoma tuzadi.

Opcion yoki mukofotga ko'ra savdo-sotiq – bu fyuchersning bir turi bo'lib, unga ko'ra bir tomon komission to'lov asosida biror tovarni kelajakda sotib olish yoki sotish huquqini oldindan kelishilgan narxda sotib oladi. Shuni aytish kerakki, fyuchers ham, opsiyon ham tovarlar narxini vaqt bo'yicha tekislashga yordam beradi.

Xedjirlashtirish – bu operatsiya bo'lib, unga ko'ra fyucherslar bozori va opsiyonlar bozori yordamida bir tavakkalchilik boshqa bir tavakkalchilik bilan qoplanadi. Ushbu operatsiyaning mohiyati shundan iboratki, narxlar o'zgarishi bilan bog'liq tavakkalchilik (yo'qotishlar) savdogar zimmasiga yuklatiladi.

Shunday qilib, savdogarchilikning ahamiyati shundaki, ular axborotlarni axborot egalaridan olib axborotga muhtoj bo'lganlarga yetkazadilar.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Sizning ishga joylashishingiz uchun 2 yo'l mavjud:

1) Xususiy korxonaga ishga kirib, korxona muvaffaqiyatga erishsa, 6 mln.so'm, muvaffaqiyatga erishmasa 3 mln. so'm oylik olasiz.

2) Davlat korxonasida ishlasangiz, 451 ming so'm, korxona to'liq ishlamaganda 351ming so'm oylik olasiz.

Xususiy korxonaning muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsiz ishlash imkoniyati bir xil bo'lib 0,5 ga, davlat korxonasiniki esa 0,99 va 0,01ga teng. Ish joylarida variantlardagi daromadi:

Ish joyi	1-natija		2-natija	
	Ehtimoli	Daromad	Ehtimoli	Daromad
Ichi	0,5	6000	0,5	3000

Shuni aytish kerakki, ikkala ish joyidan olinishi kutiladigan daromad:

$$1) 0,5 \cdot 6000 + 0,5 \cdot 3000 = 3000 + 1500 = 4500.$$

$$2) 0,99 \cdot 4510 + 0,01 \cdot 3510 = 4464,9 + 35,1 = 4500.$$

Lekin ikkala ish joyi uchun ham mumkin bo'lgan natijalar o'zgaruvchanligi har xil o'zgaruvchanlik asosida tavakkalchilikni aniqlash mumkin. Bunday me'yorga ko'ra, haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq (musbat yoki manfiy) qancha katta bo'lsa, chetlanish shuncha katta tavakkalchilik bilan bog'liq ekanligidan dalolat beradi, ya'ni:

Haqiqiy natijaning kutiladigan natijalar chetlanishi (kutiladigan natija 4500 so'm)

Ish joyi	1-natija	Chetlanish	2-natija	Chetlanish
Birinchi	6000	+1500	3000	-1500
Ikkinchi	4510	+10	3510	-990

Endi har bir ish joyi uchun o'rtacha chetlanishni hisoblaymiz.

$$1) 0,5 \cdot 1500 + 0,5 \cdot 1500 = 750 + 750 = 1500 \text{ so'm.}$$

$$2) 0,99 \cdot 10 + 0,01 \cdot 990 = 9,9 + 9,9 = 19,8 \text{ so'm.}$$

Demak, 1-ish joyida 2-siga qaraganda tavakkalchilik yuqori, chunki $1500 \text{ so'm} > 19,8 \text{ so'm}$. Amaliyotda o'zgaruvchanlikni, ya'ni chetlanishni o'lchash uchun yana bir mezon dispersiyadan foydalaniladi. U haqiqiy natijadan kutiladigan natija ayirmasining o'rtacha o'lcham miqdori kvadratiga teng, ya'ni:

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n \pi_i (x_i - E(x))^2;$$

σ^2 – dispersiya $i=1$

x_i – mumkin bo'lgan natija; $E(x)$ – kutiladigan ehtimol. Standart chetlanish (o'rtacha kvadrat chetlanish ham deyiladi) bu dispersiyadan olinadigan kvadrat ildizga teng.

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad \sigma - \text{standart chetlanish}$$

$$1) \sigma^2 = 0,5 \cdot (6000 - 4500)^2 + 0,5 \cdot (3000 - 4500)^2 = 2250000$$

Standart chetlanish: $\sigma_1 = \sqrt{22250000} = 1500$ so'm

$$2) \sigma^2 = 0,99 \cdot (4510 - 4500)^2 + 0,01 \cdot (3510 - 4500)^2 = 0,99 \cdot 100 + 0,01 \cdot 980100 = 99 + 9801 = 9900$$

Standart chetlanish: $\sigma_2 = \sqrt{9900} = 99,5$ so'm

Ko'rinib turibdiki, ikkala holatda ham 2-ish joyi kamroq tavakkalchilikka (yo'qotishga) ega.

2-masala

Ikki qator reklama tuman gazetasida 20 000 (gazeta tiraji – 2000), viloyat gazetasida 40 000 (uning tiraji 120 000). Viloyat televideniyesi 2 qator so'z 2 sekund vaqt oladi va bu esa 120 000 so'm turadi. Lekin televizorni 1 mln kishi ko'radi. Bir kishiga reklamani yetkazishning eng arzon usulini hisoblab chiqing.

Yechish

Tuman gazetasi = $20000/2000 = 10$ so'm 1 kishiga Viloyat

gazetasi = $40000/120000 = 0,33$ so'm 1 kishiga

Televideniye = $120000/1000000 = 0,12$ so'm 1 kishiga.

Demak, televideniyeda reklama arzon.

3-masala

Korxona yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi. Agar korxona yangi mahsulot bozorida muvaffaqiyatga erishsa, har bir aksiyani 1000 so'mdan olish mumkin. Agar muvaffaqiyatga erishsa bir aksiya uchun 1000 so'm olinadi. Korxona mahsulotining bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,6 ga teng bo'lsa, kutiladigan dividend qiymati quyidagicha aniqlanadi:

$$E(x) = 0,6 \cdot 1000 + 0,4 \cdot 100 = 640 \text{ so'm 1 aksiya.}$$

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Noaniqlik va tavakkalchilik deganda nimalarni tushunasiz?
2. Obyektiv va subyektiv ehtimollar va ular o'rtasidagi farq.

3. Tavakkalchilikka moyil, tavakkalchilikka befarq qaraydigan va tavakkalchilikka bormaydigan shaxslarning harakatini izohlab bering.
4. Tavakkalchilikni pasaytirishning qanday yo'llarini bilasiz?
5. Bozordagi asimmetrik axborot qanday oqibatlarga olib kelishi mumkin?

9.1. Firmalar haqida umumiy tushuncha

Bozor iqtisodiyotining asosiy subyektlaridan biri – bu firma hisoblanadi.

Firma deganda, mustaqil xo‘jalik yuritadigan ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi iqtisodiy subyekt tushuniladi. Mustaqil xo‘jalik faoliyati yuritadi deganda, qanday mahsulotlar ishlab chiqarish, qancha ishlab chiqarish, qayerda, kimga, qancha narxda sotish bo‘yicha firmaning mustaqil qaror qabul qilishi tushuniladi.

Firma (korxona) – bu ishlab chiqarish resurslari egalarining qarorlarini va manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi institutsional tuzilma hisoblanadi.

Tadbirkorlik firmalarining asosiy tashkiliy shakllari: xususiy tadbirkorlik firmasi, mas’uliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar, korporatsiya (ochiq va yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari).

9.2. Firmalar va uning tashkiliy shakllari

Xususiy tadbirkorlik firmasi – bunday firmaning egasi ishni mustaqil, o‘z manfaatidan kelib chiqib olib boradi, u tavakkalchilikni o‘z zimmasiga oladi, firmaning barcha majburiyatlari bo‘yicha to‘liq javobgarlikni bo‘yniga oladi (ya’ni, mas’uliyati cheklanmagan jamiyat hisoblanadi), qolgan daromadni o‘zi o‘zlashtiradi.

Mas’uliyati cheklanmagan jamiyat – firmani birgalikda tashkil qilib, birgalikda egalik qiluvchi va boshqaruvchi shaxslar guruhi bo‘lib, ular firmaning barcha majburiyatlari bo‘yicha to‘liq javobgarlikni cheklanmagan ravishda o‘zlarining zimmalariga oladilar.

Mas’uliyati cheklangan jamiyatda firma egalari firmaning majburiyatlari bo‘yicha javobgarlikni nizom fondiga qo‘shgan ulushi doirasida zimmasiga oladi, xolos.

Korporatsiya – paychilikka asoslangan jamiyat bo‘lib, har bir mulk egasining mas‘uliyati ushbu korxonaga qo‘shgan hissasi bilan cheklangan. Korxona aksiyalarini sotib olgan shaxslar korxona mulki egalariга aylanadilar. Korporatsiya faoliyatini aksionerlar majlisi nazorat qiladi. Aksiyadorlar o‘z aksiyalariga daromad (dividend) oladilar. Korporatsiya kreditorlari o‘z talablarini aksiyadorlarga emas, korporatsiyaga qo‘yadilar.

Aksionerlik jamiyati ochiq turda bo‘lsa, korxona aksiyalari ochiq bozorda, ya’ni fond birjalarida erkin sotiladi. Aksiyadorlarga korporatsiya yoqmasa, ular o‘z aksiyalarini ochiq bozorda sotib korxona bilan aloqasini umuman uzishi mumkin.

Foyda olmaydigan tashkilotlar. Bozor sharoitida bunday turdagi tashkilotlarga foyda olish maqsadida harakat qilmaydigan kasaba uyushmalari, klublar, masjidlar, kasalxona, kollejlar, xayriya jamiyatlari va boshqalar kiradi.

Kooperativlar. Kooperativlar o‘z a‘zolarining resurslarini foyda olish maqsadida birlashtirish asosida vujudga keladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Firmaning mohiyatini tushuntirib bering.
2. Tadbirkorlik firmalarining asosiy shakllarini tushuntirib bering.
3. Aksionerlik jamiyatlarini tushuntirib bering.
4. Davlat korxonalari nima.
5. Kooperativlar nima?

10.1. Ishlab chiqarish tushunchasi va ishlab chiqarish funksiyasi

Ishlab chiqarish – korxonalarning asosiy faoliyat turi bo‘lib, bu jarayon cheklangan resurslardan foydalangan holda amalga oshiriladi. Ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori, ushbu tovarlarni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan resurslar hajmidan va ishlab chiqarishda foydalanilayotgan texnologiyaning holati va darajasiga bog‘liqdir.

Ishlab chiqarish – bu kerakli mahsulotlarni tayyorlash uchun ishchi kuchidan, uskuna va texnologiyadan, tabiiy resurslardan hamda materiallardan ma‘lum miqdordagi kombinatsiyada foydalanish jarayonidir. Masalan, o‘z ustaxonasiga ega bo‘lgan shaxs stol ishlab chiqarish uchun ishchi kuchidan, xom ashyo sifatida taxta, temir, arra va boshqa uskunalariga sarflangan kapitaldan foydalanadi.

Ishlab chiqarish omillarini yiriklashgan uch guruhga bo‘lib qarash mumkin: mehnat, kapital va materiallar.

Masalan, mehnat ishlab chiqarish omili sifatida malakali mehnatni (payvandchi, buxgalter, elektr ustasi), malakasiz mehnatni (har xil ishchilar) va korxona rahbarlarining tadbirkorlik harakatini o‘z ichiga oladi. Bu mehnat turlarini umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlar mehnat sig‘imi va mehnat unumdorligidir.

Materiallar deganda, ishlab chiqarish jarayonida tayyor mahsulotga aylanadigan har qanday moddiy narsani qarashimiz mumkin: butlovchi qismlar, yarim fabrikatlar, temir, po‘lat, shisha, yoqilg‘i, yog‘och, paxta va boshqa xom ashyolar tushuniladi.

Moddiy kapital sarfi ishchilar tomonidan binodan, uskunadan, instrumentdan va texnologik liniyalardan foydalanishni o‘z ichiga oladi.

Ishlab chiqarish munosabatlari birinchi navbatda mahsulot ishlab chiqarishdagi texnologik munosabatlardir.

Texnologiya – bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to‘g‘risidagi amaliy bilimlardir. Ma‘lumki, texnologiyaning takomillashuvi fanda va texnikadagi yangi yutuqlarning ishlab chiqarish

jarayoniga joriy qilish orqali boradi. Yangi texnologiya yangi ishlab chiqarish usullaridan foydalanishni, yangi mashina va mexanizmlardan yanada yuqori malakaga ega bo'lgan mehnatdan foydalanishni taqozo qiladi. Yangi texnologiya yangi turdagi mahsulotlarni yaratishga yordam beradi. Yangi texnologiya mahsulot sifatini oshirishga, ish sharoitlarini yaxshilashga, berilgan resurslar miqdori o'zgarmaganda ishlab chiqariladigan mahsulot miqdorini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga olib keladi.

Ishlab chiqarish funksiyasi. Sarflanadigan ishlab chiqarish omillari miqdori bilan, ushbu omillardan foydalangan holda maksimal ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ishlab chiqarish funksiyasi orqali ifodalash mumkin.

Ishlab chiqarish funksiyasi foydalaniladigan har bir ishlab chiqarish omillari sarfi majmuasidan maksimal Q miqdorda mahsulot ishlab chiqarishni ko'rsatadi. Agar omillar majmuasi sarfi kapital, mehnat va materiallardan iborat bo'lsa, ishlab chiqarish funksiyasi quyidagi ko'rinishda bo'lishi mumkin:

$$Q = f(K, L, M), \quad (1)$$

bu yerda Q - berilgan texnologiyada maksimal ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori; K - kapital; L - mehnat; M - materiallar.

Agar ishlab chiqarish funksiyasi ikkita, K (kapital) va L (mehnat) omillariga bog'liq bo'lsa, ishlab chiqarish funksiyasi quyidagicha yoziladi:

$$Q = f(K, L). \quad (2)$$

Ushbu funksiyada mahsulot ishlab chiqarish hajmi ikkita ishlab chiqarish omiliga bog'liq – kapital va mehnatga. Masalan, ishlab chiqarish funksiyasi yordamida non ishlab chiqarish kombinatida mehnat resurslaridan va kapitaldan foydalangan holda qancha non mahsulotini ishlab chiqarish mumkinligini ifodalash mumkin, yoki qishloq xo'jalik korxonasining berilgan mehnat resurslaridan va texnikadan (ishchilarning fond bilan qurollanganlik darajasida) foydalangan holda ma'lum vaqt oralig'ida qancha mahsulot ishlab chiqarishini ifodalash mumkin.

Mahsulot ishlab chiqarish ko'proq qo'l mehnatiga asoslangan bo'lsa (masalan, nonni qo'l mehnati asosida ishlab chiqarilsa), u holda ishlab chiqarish funksiyasini faqat sarflangan mehnatga bog'liq ravishda yozish mumkin:

$$Q = f(L).$$

Agar mahsulot ishlab chiqarishda ko'proq kapital ishtirok etsa, ya'ni mahsulot ishlab chiqarish yuqori kapital sig'imiga ega bo'lsa, ishlab chiqarish funksiyasini $Q = F(K)$ ko'rinishida yozish mumkin.

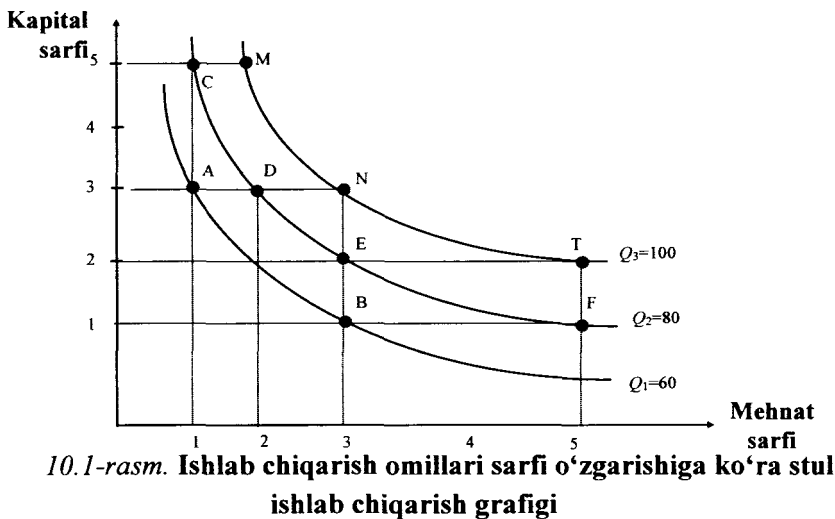
Ta'kidlash joizki, (1) va (2) tenglamalar ishlab chiqarishning ma'lum texnologiyasida qo'llanilishi mumkin. Agar texnologiya o'zgarsa, ya'ni yangi texnologiya qo'llansa, mahsulot ishlab chiqarish hajmi resurslar hajmi o'zgarmaganda ham o'sishi mumkin.

10.2. Izokvantalar. Izokosta

Ishlab chiqarishda faqat ikkita omil – mehnat va kapitaldan foydalaniladigan ishlab chiqarishni qaraymiz. Faraz qilaylik, mebel ishlab chiqarish sexida mavjud texnologiya asosida sarflanadigan kapital va mehnatning ma'lum nisbatlari kombinatsiyasida stul ishlab chiqarilmoqda.

Masalan, ikki birlik mehnat va bir birlik kapital sarflab 50 birlik stul ishlab chiqarish mumkin, yoki uch birlik mehnat va to'rt birlik kapital sarflansa, 110 dona stul ishlab chiqariladi. Jadvalning har bir qatoridagi ishlab chiqarish hajmlarini qarasak shu narsani kuzatishimiz mumkinki, kapital sarfi o'zgarmaganda, mehnat sarfining oshishi bilan birga umumiy ishlab chiqarish hajmi ortib bormoqda.

Masalan, kapital sarfi 2 ga teng bo'lganda va mehnat sarfi birdan besh birlikgacha o'zgarganda mahsulot ishlab chiqarish hajmi 40 birlikdan 100 birlikgacha o'zgaradi. Xuddi shunday, jadvalning ustunlarini yuqoridan pastga qarab kuzatganimizda ham, mehnat sarfi o'zgarmay, kapital sarfi oshib borishiga ko'ra stul ishlab chiqarish hajmi ham oshib borayotganligini ko'ramiz. 10.1-jadvalda keltirilgan mahsulot ishlab chiqarish ko'rsatkichlarini grafikda ham tasvirlash mumkin (10.1-rasm).



Rasmda keltirilgan Q_1 egri chizig'i 60 dona stul ishlab chiqarishni ta'minlaydigan kapital va mehnat sarflari kombinatsiyalarini ifodalaydi. Q_2 egri chizig'i 80 dona stul ishlab chiqarish uchun sarflanadigan kapital va mehnat sarflari kombinatsiyalarini, Q_3 egri chizig'i esa 100 dona stul ishlab chiqarish uchun sarflanadigan resurslar sarflari kombinatsiyalarini ifodalaydi.

Rasmdagi Q_1 , Q_2 va Q_3 egri chiziqlarga **izokvantalar** deyiladi.

Izokvanta – bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdir. Demak, 10.1-rasmda uchta izokvanta tasvirlangan Q_1 , Q_2 va Q_3 . Grafikning gorizontaal o'qi bo'yicha mehnat sarfi, vertikal o'q bo'yicha kapital sarfi ko'rsatilgan. Masalan, Q_1 izokvantaning har bir nuqtasi koordinatalari 60 dona stul ishlab chiqarish uchun sarflanadigan mehnat va kapital sarflarini ko'rsatadi. A nuqtada 60 dona stul ishlab chiqarish uchun uch birlik kapital va bir birlik mehnat sarflangan bo'lsa, B nuqtada ushbu 60 dona stul ishlab chiqarish uchun bir birlik kapital va uch birlik mehnat sarflanadi.

Q_2 izokvanta nuqtalari 80 dona stulni mehnat va kapital sarflarining har xil kombinatsiyalarida ishlab chiqarish mumkinligini ifodalaydi. Rasmda Q_2 izokvantaning C, D, E va F nuqtalarida mehnat va kapital sarflarining har xil kombinatsiyalarida 80 dona stul ishlab chiqariladi. Xuddiy shunday Q_3 izokvantaning M, N va T nuqtalari ham har xil ishlab chiqarish omillari sarfida 100 ta stul ishlab chiqarishni ta'minlaydi.

10.1-rasmdan ko'rinib turibdiki Q_3 izokvanta Q_2 izokvantadan o'ngroq va yuqoriroqda joylashgani uchun unga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish hajmi Q_2 nikidan ko'proq Q_2 izokvanta esa Q_1 ga nisbatan o'ngroq va yuqoriroqda joylashgani uchun unga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish hajmi Q_2 nikidan ko'proq.

Demak, izokvantalar chapdan o'ngga va yuqoriga qarab joylashib borsa, ularga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish hajmi ham mos holda oshib boradi. 10.1-rasmdagi izokvantalar uchun $Q_1 < Q_2 < Q_3$ deb yozishimiz mumkin.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, izokvantalar bir-biri bilan kesishmaydi.

Izokvantalar kartasi – bu izokvantalar majmuasidan iborat bo'lib, ularning har biri ma'lum ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalariga to'g'ri keladigan maksimal ishlab chiqarish hajmini o'zida akslantiradi.

Izokvantalar firmalarda mahsulot ishlab chiqarishning variantlari ko'pligini ko'rsatadi. Bu firmalar uchun muhim axborot bo'lib, keyinchalik ko'ramiz, qanday qilib izokvantalar mahsulot ishlab chiqarishda xarajatlarni minimallashtiradigan yoki foydani maksimallashtiradigan omillar sarfi kombinatsiyalarini tanlashga imkon yaratadi.

Ma'lum vaqt oralig'ida jami ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mahsulot desak, **o'rtacha mahsulot** – umumiy mahsulotni ushbu mahsulotni ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari sarfiga nisbati bilan aniqlanadi:

$$AP = \frac{Q}{F},$$

bu yerda: Q -umumiy mahsulot miqdori; AP -o'rtacha mahsulot; F -sarflangan resurslar.

Chekli mahsulot – bu o'zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miqdorda qo'shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulotning o'sgan qismiga aytiladi. Masalan, ishlab chiqarishda bitta omil, ya'ni faqat mehnat sarflansa Chekli mahsulot MP_L quyidagicha aniqlanadi:

$$MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L};$$

ΔQ – qo'shimcha birlik mehnat sarfi (ΔL) hisobiga ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot miqdori.

Agar ishlab chiqarishda mehnat sarfi o'zgarmas bo'lib, mahsulot ishlab chiqarish faqat kapitalga bog'liq bo'lsa, Chekli mahsulot MP_K ga teng:

$$MP_K = \frac{\Delta Q}{\Delta K},$$

bu yerda: ΔQ - bir birlik qo'shimcha kapital sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot; ΔK - bir birlik qo'shimcha sarflangan kapital.

O'rtacha mahsulot ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mehnat sarfiga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi 84 birlikka yetguncha ortib, undan keyin qisqarib boradi. O'rtacha mahsulot maksimal bo'lganda mehnat sarfi to'rt birlikni tashkil qiladi.

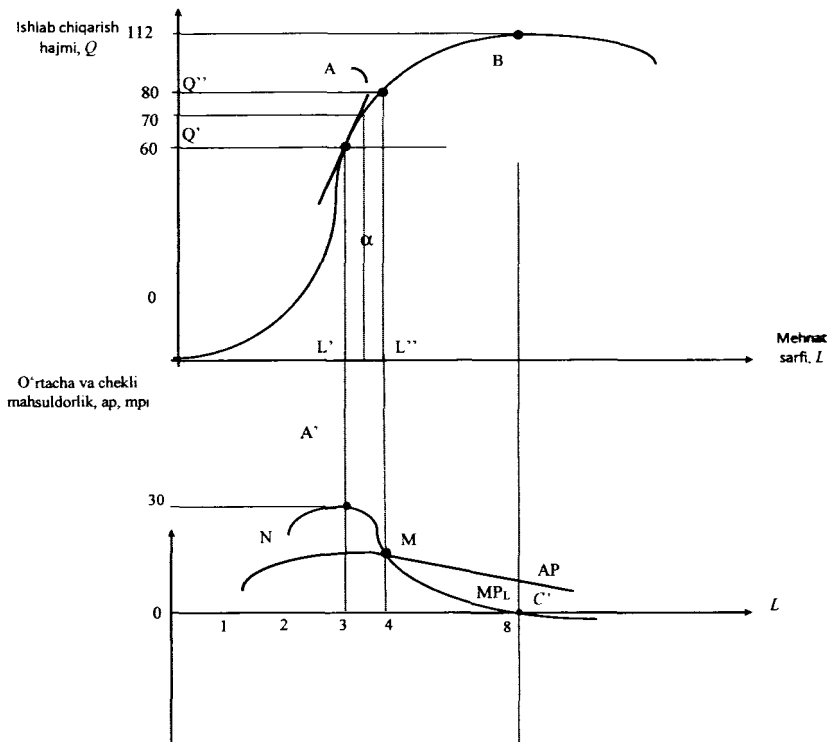
Masalan, kapital sarfi o'zgarmas bo'lganda (15 birlik) mehnat sarfining ikki birlikdan uch birlikka o'zgarishi mahsulot ishlab chiqarishni 32 birlikdan 60 birlikka oshiradi, demak qo'shimcha bir birlik mehnat sarfi 60-32=28 birlik qo'shimcha mahsulot yaratadi. O'rtacha mahsulotdek, Chekli mahsulot ham boshida o'sib, keyinchalik kamayib boradi (ya'ni, u 3 birlik mehnat sarfigacha o'sib, mehnat sarfi 3 birlikdan oshganda kamayib boradi). Shuni esdan chiqarmaslik kerakki, Chekli mahsulot miqdori mehnatga va boshqa kapital sarfiga ham bog'liq. Agar mehnat sarfi o'zgarsa kapital sarfi ham o'zgarishi mumkin.

Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni. Omillar mahsuldorligini kamayish qonuni shuni ko'rsatadiki, biror bir ishlab chiqarish omilidan foydalanish oshib borganda (boshqa omillardan foydalanish o'zgarmaganda), shunday bir nuqtaga erishiladiki, ushbu nuqtadan boshlab qo'shimcha ishlatilgan omil ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi. Agar biz o'zgaruvchan omil sifatida mehnat sarfini qarasak (kapital sarfi o'zgarmaganda), mehnat sarfi kichik miqdorda oshganda mahsulot ishlab chiqarish hajmini anchagina oshiradi, nima uchun deganda, boshlang'ich davrda mehnat sarfining oshishi kapitaldan to'liqroq foydalanish imkonini beradi. Natijada Chekli mahsuldorlik, umumiy va o'rtacha mahsuldorlik oshadi. Lekin pirovard natijada ishchilar sonining oshishi (kapitalning o'zgarmaganligi) Chekli mehnat unumdorligini kamayishiga olib keladi, ya'ni omil mahsuldorligining kamayish qonuni "ishlay" boshlaydi.

Omil mahsuldorligining (bir birlik qo'shimcha omil sarfiga to'g'ri keladigan qo'shimcha mahsulot) kamayish qonuni qisqa muddatli oraliqqa xosdir, chunki bu oraliqda kamida bitta omil o'zgarmasdir. Uzoq muddatli oraliqda barcha omillar ma'lum miqdordagi kombinatsiyada oshsa ishlab chiqarish hajmi ham oshib boradi.

Omil mahsuldorligining kamayish qonuni Chekli mahsulotning kamayishini ifodalaydi. Mahsuldorlik kamayish qonuni ma'lum bir ishlab chiqarish texnologiyasida o'rinlidir.

O'rtacha mahsulot va Chekli mahsulot chiziqlari bir-biri bilan bog'liqdir. Agar Chekli mahsulot o'rtacha mahsulotdan katta bo'lsa ($MP_L > AP$), o'rtacha mahsulot o'sadi. Rasmda NA' oraliqda Chekli mahsulot MP_L o'rtacha mahsulot AP dan katta bo'lgani uchun, o'rtacha mahsulot o'sadi. A' nuqtada, Chekli mahsulot maksimumga erishadi. $A'M$ oraliqda Chekli mahsulot kamayib, M nuqtada o'rtacha mahsulotga teng bo'ladi. MC' oraliqda $MP_L < AP$ bo'lgani uchun o'rtacha mahsulot kamayib boradi.

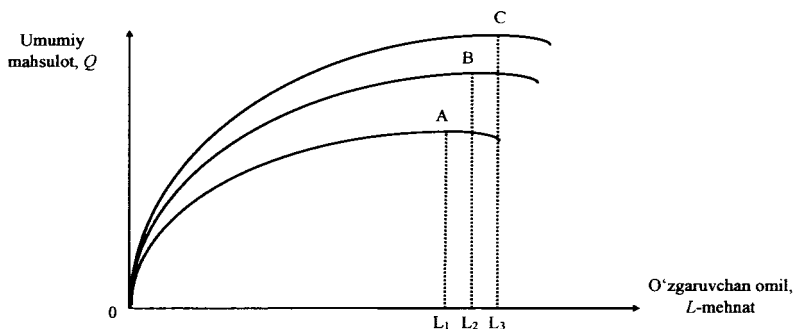


10.2-rasm. Bir o'zgaruvchi omil (L -mehnat) sarfida ishlab chiqarish grafigi

Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni absolyut bo'lmagan nisbiy xarakterga egadir va u ma'lum ishlab chiqarish texnologiyasida qo'llaniladi. Vaqt o'tishi bilan texnologiyaning takomillashuvi, mahsulot ishlab chiqarish chizig'ini yuqoriroqda ko'tarilishiga olib kelishi mumkin. Masalan, birinchi texnologiyada o'zgaruvchan mehnat resursidan maksimal foydalanish L_1 bo'lsa (10.3-rasm), Yangi, takomillashgan 2-texnologiyaga o'tilishi, mehnat sarfi hajmini L_2 ga oshiradi ($L_2 > L_1$), yanada takomillashgan 3-texnologiyaga o'tilishi mehnat sarfini L_3 miqdorgacha oshiradi $L_3 > L_2 > L_1$.

Shuni eslatib o'tish kerakki, texnologiyaning takomillashuvi omil mahsuldorligining kamayishi qonunini umuman ishlamasligini

bildirmaydi, ushbu qonun har qanday ishlab chiqarish texnologiyasida ham o'z kuchini saqlab qoladi. Rasmdagi 1, 2 va 3-takomillashgan texnologiyalarga mos keluvchi ishlab chiqarish chiziqlaridagi A , B , S nuqtalardan keyingi ishlab chiqarish nuqtalarida har bir qo'shimcha sarflangan ishlab chiqarish omili (mehnat sarfi), ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi.



10.3-rasm. Texnologiya takomillashuvining ishlab chiqarish hajmiga ta'siri

Ishlab chiqarish egri chiziqlarining o'ngga yuqoriga siljishi ushbu qonunni ishlashini ma'lum ma'noda sezdirmaydi. Xuddi mana shu holat, ya'ni mahsulдорlikning kamayish qonunini qisqa muddatli oraliqdagi va uzoq muddatli oraliqdagi (texnologiyalarning takomillashuvi sharoitida) ishlash mohiyatidagi anglashmovchiliklar ingliz iqtisodchi olimi Tomas Maltusni (1766-1834) yer sharida aholining uzluksiz o'sishi kelajakda og'ir oqibatlarga olib kelishi mumkinligi to'g'risidagi bashoratiga sabab bo'ldi. Maltusning ushbu bashorati asosida omil mahsulдорligining kamayish qonuni yotadi. Maltus yer sharidagi qishloq xo'jaligida ishlatiladigan yerlarning nisbatan cheklanganligi va unda mehnat qiladigan aholining o'sib borishi pirovardda mehnat unumdorligini kamayishiga olib keladi va cheklangan yer oshib borayotgan aholini oziq-ovqat bilan yetarli darajada ta'minlay olmaydi, deb faraz qiladi, ya'ni Chekli va o'rtacha mahsulдорlikning kamayishi bilan aholining o'sib borishi umumiy ocharchilikka olib keladi.

Ma'lumki, Maltus xatoga yo'l qo'yadi (lekin, uning mehnat unumdorligining kamayish to'g'risidagi fikri to'g'ri bo'lsada). Jahondagi ishlab chiqarish taraqqiyoti shuni ko'rsatadiki, ikkinchi jahon urushidan keyingi yillarda oziq-ovqat ishlab chiqarish hajmi jahon bo'yicha oshib bormoqda.

Ishlab chiqarish omillarini bir-biri bilan almashtirish. Ikki omilga bog'liq ishlab chiqarish funksiyasini ko'rib chiqamiz. Masalan, ishlab chiqarishda ikkita omildan – mehnat va kapitaldan foydalaniladi, deylik. U holda ishlab chiqarish funksiyasi quyidagi ko'rinishda bo'ladi:

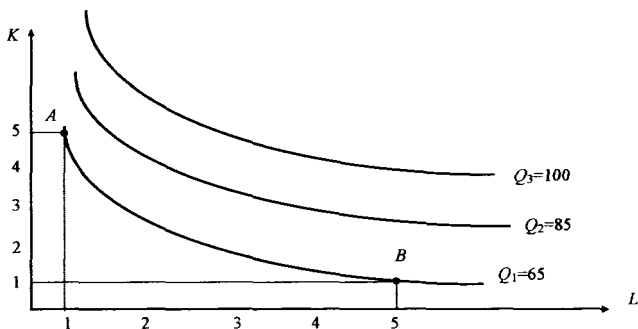
$$Q = F(L, K),$$

bu yerda: Q - mahsulot hajmi; K - kapital; L - mehnat.

Faraz qilaylik, mehnat va kapital sarflab oziq-ovqat ishlab chiqarilmoqda.

Mahsulot ishlab chiqarishning quyidagi hajmlaridagi izokvantalar 10.4-rasmda keltirilgan, ya'ni: $Q_1 = f(L, K)$; $Q_2 = f(L, K)$; $Q_3 = f(L, K)$.

Ma'lumki, izokvanta – bu egri chiziq bo'lib, bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan omillar kombinatsiyalarini ifodalaydi. Shuning uchun ham 65 birlik mahsulot ko'proq kapitaldan foydalangan holda ishlab chiqarish mumkin (A nuqta) yoki ko'proq mehnat sarfidan foydalanib ishlab chiqarish mumkin (B nuqta). Ikkala chetki A va B nuqta oraliqlaridagi variantlar ham bo'lishi mumkin. Rasmdan ko'rish mumkinki, mahsulot ishlab chiqarishda mehnat omili (L) sarfining oshishi, kapital (K) omili sarfining kamayishi hisobidan to'ldiriladi.



10.4-rasm. Izokvantalar.

Izokosta. Ishlab chiqarish resurslari cheklanganda maksimal mahsulot ishlab chiqarish masalasi firmalar uchun asosiy masalalardan biri hisoblanadi. Masalani soddalashtirish uchun ikkita o'zgaruvchi omilni ko'ramiz: mehnat va kapital. Mehnat sarfi (L) soatbay ish haqi bilan, kapital sarfi (K) – uskuna, mashina va mexanizmlardan foydalanish vaqti (soatlarda) bilan o'lchanadi. Faraz qilaylik, mehnat va kapital raqobatlashgan bozor sharoitida yollanadi va ijaraga olinadi. Mehnat haqi bir soatlik ish haqi bilan o'lchanadi va uni w orqali belgilaymiz. Kapital narxi – uskuna, mashinalarning bir soatlik ijara haqiga teng deylik va uni r deb belgilaymiz.

Mehnat va kapital raqobatlashgan bozor sharoitida yollanishi va ijaraga olinishini e'tiborga olsak, ularning narxi bozorda aniqlanadi va o'zgarmaydi. Demak, mehnat va kapital narxlari o'zgarmaydi. Berilgan xarajatlarda ishlab chiqarishni maksimallashtirish masalasini qarashda xarajatlar chizig'idan, ya'ni izokostadan foydalanamiz.

Izokosta – bu ishlab chiqarish xarajatlarini ifodalovchi chiziq bo'lib, u umumiy qiymati bir xil bo'lgan ikkita ishlab chiqarish omillari sarflarining barcha kombinatsiyalarini ifodalovchi nuqtalarni o'z ichiga oladi, ya'ni umumiy qiymati bir xil bo'lgan mehnat va kapital sarflari kombinatsiyalarni ifodalovchi nuqtalarni o'z ichiga oladi.

Agar firmaning ishlab chiqarish omillariga sarflanadigan byudjetni S deb belgilasak, ishchi kuchiga sarfini $w \cdot L$ va kapitalga sarfini $r \cdot K$ desak, izokostani ifodalovchi tenglamani quyidagicha yozish mumkin:

$$C = w \cdot L + r \cdot K. \quad (1)$$

Demak, firmaning ishchi kuchiga sarfi bilan kapitalga sarfi yig'indisi uning umumiy xarajati S ga teng.

Izokostani grafikda quyidagicha aniqlaymiz:

(1) munosabatdan $K=0$ bo'lsa, ya'ni firma mablag'ini faqat ishchi kuchiga sarflasa, u $L = \frac{C}{w}$ miqdorda ishchi kuchi yollashi mumkin. $\frac{C}{w}$ nuqtani gorizontal bo'yicha belgilaymiz. Agar firma mablag'ini faqat kapitalga sarflasa, ya'ni: $L=0$ bo'lsa, $K = \frac{C}{r}$ kapitalni ijaraga olish mumkin. $\frac{C}{r}$ nuqtani vertikal o'q bo'yicha joylashtiramiz.

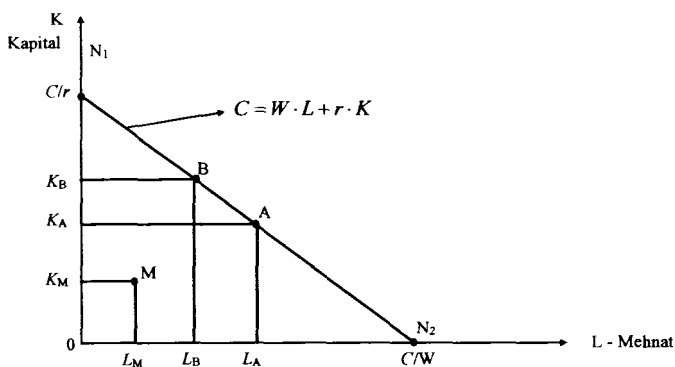
$\frac{C}{W}$ va $\frac{C}{r}$ nuqtalarni tutashtiruvchi chiziq (1) tenglamani ifodalovchi

izokostani beradi. Izokostaning har bir nuqtasiga mos keluvchi resurslar sarfi kombinatsiyasining qiymati umumiy xarajat S ga teng. Masalan, A va V nuqtalar uchun quyidagi tenglikni yozish mumkin:

$$C = W \cdot L_A + r \cdot K_A = W \cdot L_B + r \cdot K_B.$$

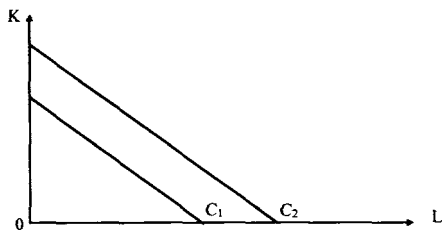
Agar nuqta ON_1N_2 uchburchak ichida yotsa, shu nuqtaga mos resurslar kombinatsiyasini olganda, firma o'z byudjetini to'liq sarflamaydi. Masalan M nuqta uchun (1)-tenglama quyidagicha yoziladi:

$$W \cdot L_M + r \cdot K_M < C. \quad (2)$$



10.5-rasm. Izokosta

(1) tenglama firmaning har bir umumiy xarajati uchun grafikda alohida izokvanta bilan ifodalanadi. Agar firmaning umumiy xarajatlari ikki variantda bo'lsa, ya'ni C_1 va C_2 hamda $C_1 < C_2$ bo'lsa, ushbu umumiy xarajalar uchun izokvantalar grafikda quyidagicha joylashadi (10.6-rasm).



10.6-rasm. Izokvantalarning joylashuvi

Firma byudjetining o'sishi yoki resurslar narxining pasayishi izokostani o'ngga siljitadi, byudjetning qisqarishi va resurslar narxining oshishi izokostani chapga siljitadi. (1)-tenglamani quyidagi ko'rinishda yozamiz:

$$K = \frac{C}{r} - \left(\frac{W}{r}\right) \cdot L. \quad (3)$$

(3)-tenglamadan kelib chiqadiki, izokostaning burchak koeffitsiyenti quyidagiga teng:

$$\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{W}{r}. \quad (4)$$

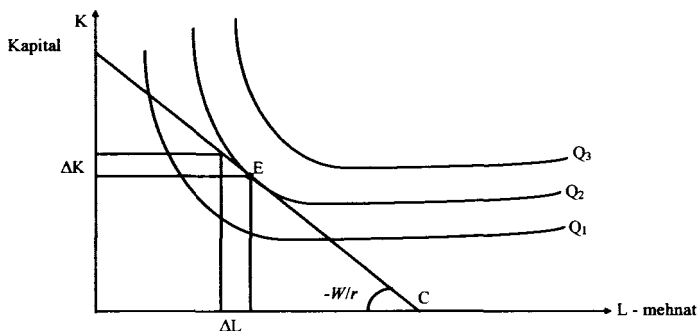
Izokostaning burchak koeffitsiyenti $\left(-\frac{W}{r}\right)$ shuni ko'rsatadiki, agar firma r narxda $\frac{W}{r}$ birlik kapital sotib olish uchun bir birlik mehnat sarfidan voz kechsa (W sum iqtisod qiladi), ishlab chiqarishdagi umumiy xarajat qiymati o'zgarmaydi.

Masalan, agar ish haqi 20 so'm, kapitalga ijara haqi 5 so'm bo'lsa,

$$\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{W = 20 \text{ cyM}}{r = 5 \text{ cyM}} = 4, \text{ yoki } \Delta K = 4 \cdot \Delta L.$$

Demak, firma umumiy xarajatni o'zgartirmasdan bir birlik mehnatni 4 birlik kapital bilan almashtirishi mumkin.

Endi firmaning umumiy xarajatlari cheklanganda maksimal mahsulot ishlab chiqarishga erishish masalasini grafik usulda yechilishini ko'rib chiqamiz.



10.7-rasm. Ishlab chiqaruvchining muvozanat nuqtasi

Ishlab chiqaruvchi Q_3 miqdorda ishlab chiqara olmaydi, nimaga deganda uning byudjeti Q_3 miqdordagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun kerak bo'lgan resurslarni sotib olishga yetmaydi. Q_1 ham maksimal ishlab chiqarish hajmi bo'la olmaydi, chunki bu holatda ishlab chiqaruvchi o'z byudjetini to'liq sarflamaydi, demak u ishlab chiqarishni oshirishi mumkin.

Q_2 miqdordagi mahsulot berilgan byudjetda eng maksimal mahsulot ishlab chiqarish hajmi hisoblanadi. E nuqtada Q_2 izokvanta bilan izokosta chizig'i S kesishadi va ushbu E nuqta ishlab chiqaruvchining muvozanat holatini ifodalaydi. E nuqtada izokvanta ham, izokosta ham bir xil yotqlikka ega ekanligidan va izokvantaning yotqligi Chekli texnologik almashtirish normasi bilan o'lganishi, ya'ni:

$$MRTS = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} \quad (5)$$

va izokostaning yotqligi $-\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{W}{r}$ ga tengligini hisobga olsak, muvozanat E nuqta uchun quyidagi tenglik o'rinli bo'ladi:

$$\frac{MP_L}{MP_K} = \frac{W}{r}. \quad (6)$$

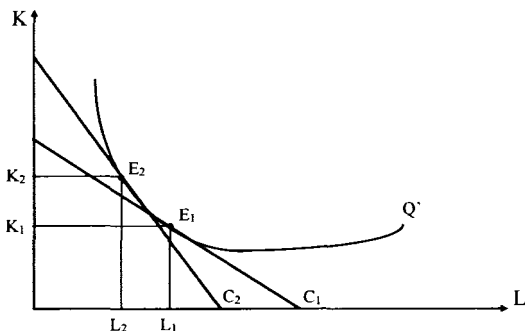
(6)-munosabatni quyidagicha yozamiz

$$\frac{MP_L}{W} = \frac{MP_K}{r}. \quad (7)$$

(7)-tenglik ishlab chiqaruvchining muvozanat holatini belgilovchi shart bo'lib hisoblanadi. Muvozanat shart (7) shuni ko'rsatadiki, cheklangan xarajatda maksimal ishlab chiqarishga erishilganda ishlab chiqarish omillari uchun sarflangan har bir qo'shimcha so'm bir xil miqdordagi qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydi.

Agar ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshsa, masalan ishchi kuchi narxi oshsa firma, bunday o'zgarishga ishlab chiqarish jarayonida ishchi kuchini kapital bilan almashtirish bilan javob beradi.

Bunday holat quyidagi grafikda keltirilgan (10.8-rasm):



10.8-rasm. Ishchi kuchini narxi oshganda uni kapital bilan almashtirish

Boshlang'ich holatdagi C_1 izokostada maksimal ishlab chiqarish E nuqtada erishiladi va L_1 , K_1 miqdordagi resurslar sarflanadi. Ishchi kuchining narxi oshganda izokosta C_2 holatga o'tadi. C_2 izokosta ishchi kuchi narxining oshganligini ifodalaydi.

C_2 izokostada firma maksimal ishlab chiqarish hajmiga E_2 nuqtada erishadi va ishlab chiqarishga L_2 va K_2 miqdordagi resurslar sarflanadi. Ishchi kuchiga narxning oshishi, ishchi kuchidan foydalanishni qisqartiradi va kapitaldan foydalanishni oshiradi.

10.3. Firmaning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati

Firmaning ishlab chiqarishi va xarajatlari to'g'risida gapirganda ularni ikki xil vaqt oralig'ida qarash lozim, qisqa muddatli va uzoq muddatli.

Qisqa muddatli oraliq – bu shunday vaqt oralig'iki, firma bu oraliqda faoliyat ko'rsatganda, u ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasining hajmini o'zgartira olmaydi. Bunday omilga o'zgarmas ishlab chiqarish omili deyiladi.

O'zgarmas omil sifatida firma kapitali – ishlab chiqarish quvvati hisoblanadi. Masalan, firma kapitalidan foydalanish yo'nalishini o'zgartirish uchun odatda uzoq vaqt talab qilinadi. Yangi zavod qurish

uchun, birinchi navbatda uning loyihasi ishlab chiqiladi, uskuna va texnologik liniyalar sotib olinadi va o'rnatiladi. Ushbu ishlarni amalga oshirish uchun ko'p vaqt talab qilinadi (kamida bir yil).

Uzoq muddatli oraliq – bu oraliqda firma ishlab chiqarishda foydalanayotgan barcha ishlab chiqarish omillari hajmini (ishlab chiqarish quvvatini ham) o'zgartiradi. Uzoq muddatli oraliqda barcha ishlab chiqarish resurslari o'zgaradi va bunday resurslarga o'zgaruvchan resurslar deyiladi.

Qisqa muddatli oraliqda firma ishlab chiqarish quvvatini o'zgartira olmaydi, lekin undan foydalanishni intensivlashtirishi mumkin.

Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish quvvati ham o'zgaradi. Albatta uzoq va qisqa muddatli oraliqlar har xil mahsulotlar uchun turlicha bo'lishi mumkin.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Korxona bir kunda umumiy qiymati 30 000 so'mlik bir turdagi 10 birlik mahsulot chiqaradi va sotadi.

1) Mehnat unumdorligi 3 marta oshdi. 2) Mehnat unumdorligi 2 marta oshdi.

Mahsulot birligining va barcha mahsulotning qiymati qanchaga o'zgaradi?

Yechish

$30\,000 \div 10 \text{ birlik} = 3\,000 \text{ so'm}$ – bir birlik mahsulot narxi
 $10 * 3 = 30$ birlik
 $30 * 3\,000 = 90\,000 \text{ so'm}$.

Mehnat unumdorligi 3 marta oshganda, 30 birlik mahsulot ishlab chiqaradi, mahsulot qiymati 90 000 so'm bo'ladi.

$10 * 2 = 20$ birlik
 $20 * 3\,000 = 60\,000 \text{ so'm}$

Mehnat unumdorligi 2 marta oshganda, 20 birlik mahsulot ishlab chiqariladi, mahsulotning qiymati 60 000 so'm bo'ladi.

2-masala

Firma N dona mahsulotni M so'mdan sotgan. Bunda o'rtacha doimiy xarajat τ so'm/dona, o'rtacha o'zgaruvchan xarajat esa τ so'm/donani tashkil qilgan. Firma daromadi va foydasini aniqlang.

Yechish

$$TR = N * M -$$

daromad

$$TC = (AFC + AVC) * Q = (1 + \tau) * N; \pi = N * M - (1 + \tau) * N.$$

3-masala

Firma N dona mahsulotni sotishdan K so'm foyda olgan. Bunda o'rtacha o'zgarmas xarajat τ so'm/dona, o'rtacha o'zgaruvchan xarajat esa τ so'm/dona bo'lgan. Firma qancha daromad ko'rgan?

$$TR = \pi + TC$$

$$TC = (AFC + AVC) * Q = (1 + \tau) * N$$

$$TR = K + (1 + \tau) * N$$

4-masala

Firma xarajatlari va ishlab chiqarish o'zgaragan holda, har bir mahsulot hajmini S ga oshirib sotgan. Firma daromadi necha marta ortadi?

$P_0 = P_1 + S$	M: 100 so'm	100%
$P_0 = 100\%$	X so'm	10%
$P_1 = 100\% + S$	$X = (100 + 10) / 100 = 1.1$ marta	

Yechish



Bu yil/o'tgan yil = $(100\% + S) / 100\%$; Q=15 1-yil: $15 * 100 = 1\ 500$

2-yil: $15 * 110 = 1\ 650$

$$1650 \div 1500 = 1.1 \text{ marta}$$

Narxdagi farq daromadga ham to'g'ridan to'g'ri ta'sir qiladi, chunki Q-const.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Ishlab chiqarish funksiyasi nima?
2. Izokvanta nima uchun kerak?
3. Izokosta nimani bildiradi?
4. Ishlab chiqarishni bitta omil hisobida qanday tashkil etiladi?
5. Ishlab chiqarishni ikkita omil hisobida qanday tashkil etiladi?

11.1. Firmalarda xarajatlar, ishlab chiqarish va foyda

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimallashtirishdan iboratdir.

Umumiy holda **foyda** yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni ayirish orqali topiladi:

$$\pi = TR - TC, \quad (1)$$

bu yerda π - foyda; TR - umumiy daromad; TC - umumiy xarajat.

Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. **Tashqi xarajatlarga** tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol yetkazib beruvchilarga (xom-ashyo, materiallar, elektroenergiya, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi.

Ichki xarajatlar sifatida quyidagilarga qaraladi: 1) tadbirkorning o'ziga tegishli resurslarga bo'lgan xarajati; 2) tadbirkorlik qobiliyatiga to'g'ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo'lgan normal foyda. Buxgalteriya foydasidan ichki xarajatlarni ayirib tashlasak iqtisodiy foydani olamiz.

Tashqi va ichki xarajatlarning yig'indisi **alternativ yoki iqtisodiy xarajatlarni** tashkil qiladi. Alternativ xarajatlar, firmaning resurslaridan eng yaxshi variantda foydalanishi bilan bog'liq yo'qotilgan imkoniyatlardir.

Iqtisodiy xarajatlar firma faoliyatini buxgalter va iqtisodchi tomonidan baholanishni farq qilishga imkon beradi. Buxgalterni birinchi navbatda, firmaning ma'lum muddat davomidagi (hisobot davrida) faoliyati natijalari qiziqtiradi. Iqtisodchini esa firmaning kelajagi, uning kelajakdagi faoliyati qiziqtiradi. Shuning uchun ham firma ixtiyoridagi resurslardan eng yaxshi alternativ foydalanish variantlarini topishga e'tibor beradi.

Qaytarilmaydigan xarajatlar. Qaytarilmaydigan xarajatlar oldin qilingan xarajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas. Bu

xarajatlar qaytarilmasligi uchun ham firmaning qaror qabul qilishiga ta'sir qilmaydi. Masalan, firma 100 ming so'mga maxsus uskuna sotib oldi, lekin firmaning qarori o'zgardi va bu uskuna umuman kerak bo'lmay qoldi, undan alternativ foydalanish varianti mavjud emas.

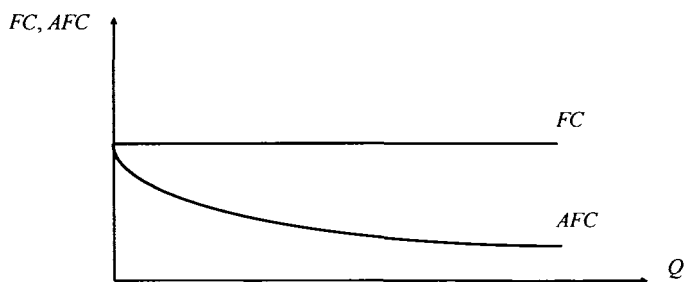
Firma ushbu uskunani 60 ming so'mga sotib, 40 ming so'm zarar ko'rdi. 40 ming so'm qaytarilmaydigan xarajat hisoblanadi va firmaning harakatiga ta'sir qilmaydi.

O'zgarmas xarajat (FC - *fixed cost*) – bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatdir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajat). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlarni, ijara haqi, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlarni kiradi.

O'rtacha o'zgarmas xarajat (AFC - *Average Fixed Cost*) – bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas xarajat bo'lib, u quyidagicha aniqlanadi:

$$AFC(Q) = \frac{FC}{Q}. \quad (5)$$

O'rtacha o'zgarmas xarajat mahsulot hajmi oshishi bilan kamayib boradi.



11.1-rasm. FC va AFC chiziqlari grafigi

O'zgarmas xarajat (FC) va o'rtacha o'zgarmas xarajatlarni (AFC) chizig'i grafikda quyidagicha tasvirlanadi (11.1-rasm).

O'zgaruvchan xarajat (VC - *Variable Cost*) – mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi

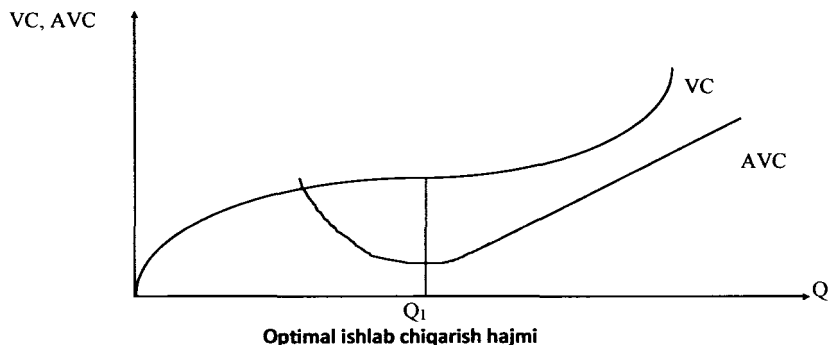
oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat. O'zgaruvchan xarajat Q ga bog'liq funksiya bo'lib, $VC(Q)$ ko'rinishida yozilishi mumkin.

O'zgaruvchan xarajatlarga xom ashyoga, elektroenergiyaga, gazga, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kiradi.

O'rtacha xarajatlar shunday xususiyatga egaki, ishlab chiqarishning boshlang'ich qismida uning o'sish sur'ati mahsulot ishlab chiqarish sur'atidan yuqori bo'ladi, ishlab chiqarish hajmi optimal o'lchovga erishganda o'zgaruvchan xarajatlar kamayib, undan keyin yana oshadi.

O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC - Average Variable Cost) – bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgaruvchan xarajat bo'lib, u o'zgaruvchan xarajat miqdorini ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha xarajatlar firma optimal texnologik razmerga (optimal ishlab chiqarish hajmiga) erishganda o'zining minimal qiymatiga erishadi (11.2-rasm), ishlab chiqarish hajmi yana oshsa, o'rtacha xarajat ham oshib boradi (bu yerda boshqarishning murakkablashuvi, samarali bo'lmagan resurslardan foydalanish, o'zgaruvchan xarajatlarni oshishiga sabab bo'ladi).

O'rtacha o'zgaruvchan xarajat firma faoliyatini tahlil qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Uning yordamida firma faoliyatining samaradorligi, firmaning muvozanat holati va kelajakdagi istiqboli (ishlab chiqarishni kengaytirish, qisqartirish yoki tarmoqdan chiqish) belgilanadi.



11.2-rasm. VC va AVC chiziqlari grafigi

Umumiy xarajatlar (TC - Total Cost) – qisqa muddatli oraliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaras va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng:

$$TC = FC + VC(Q). \quad (6)$$

Bu yerda FC - o'zgaras xarajat, $VC(Q)$ - o'zgaruvchan xarajat.

O'rtacha xarajatni ba'zi xollarda πC o'rniga c bilan ham belgilaydi.

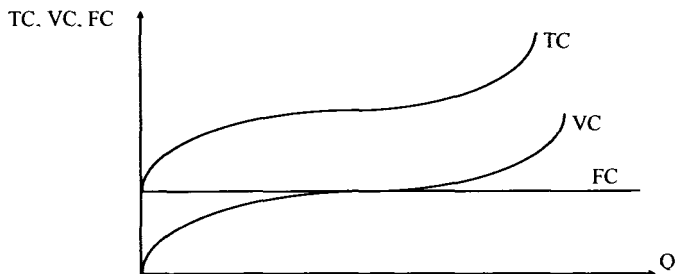
Grafik ko'rinishda umumiy xarajat chizig'i o'zgaras va o'zgaruvchan xarajatlar chiziqlarini ko'shish bilan hosil qilinadi (11.3- rasm).

O'rtacha umumiy xarajatlarni umumiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

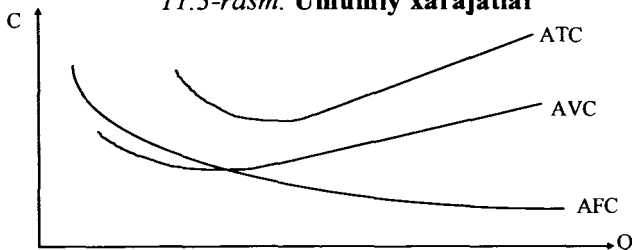
$$ATC = \frac{TC}{Q},$$

yoki o'rtacha o'zgaras (AFC) va o'rtacha o'zgaruvchan (AVC) xarajatlarni qo'shish yo'li bilan aniqlanadi:

$$ATC = AFC + AVC = \frac{(FC + VC)}{Q}. \quad (7)$$



11.3-rasm. Umumiy xarajatlar



11.4-rasm. ATC , AFC va AVC chiziqlarining grafiklari

ATC , AFC va AVC chiziqlarining grafikdagi ko‘rinishi quyidagi rasmda keltirilgan (11.4-rasm).

O‘rtacha umumiy xarajatlar firma faoliyatini tahlil qilishda asosiy ko‘rsatkichlardan biri hisoblanadi. O‘rtacha umumiy xarajat bilan narx o‘rtasidagi farq orqali firmaning olayotgan foydasi yoki zarari aniqlanadi.

Chekli xarajat (MC - *Marginal Cost*) – ishlab chiqarish hajmini kichik miqdorga (odatda bir birlikka) oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan qo‘shimcha umumiy xarajaddir:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta(FC + VC)}{\Delta Q} = \frac{\Delta FC}{\Delta Q} + \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = MVC$$

Bu yerda Chekli o‘zgarmas xarajat $\frac{\Delta(FC)}{\Delta Q} = 0$ bo‘lgani uchun,

Chekli xarajat Chekli o‘zgaruvchan xarajat MVC ga teng ($MC = MVC$).

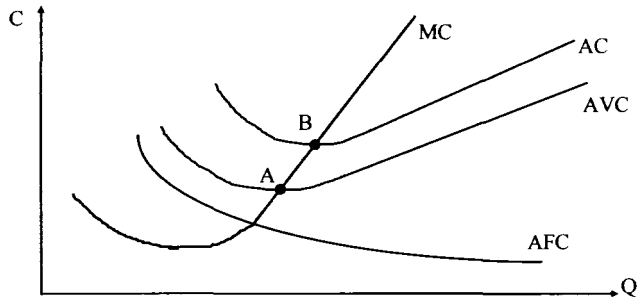
MVC – Chekli o‘zgaruvchan xarajat bo‘lib, mahsulotni qo‘shimcha bir birlikka (ΔQ) oshirgandagi o‘zgaruvchan xarajatning o‘sgan qismi ΔVC ga teng.

Yuqoridagi formuladan ko‘rinib turibdiki, o‘zgarmas xarajat Chekli xarajat miqdoriga ta’sir qilmaydi. Chekli xarajat o‘zgaruvchan xarajat funksiyasidan olingan hosilaga teng:

$$MC = \frac{d(VC)}{dQ}.$$

Xarajatlar funksiyasi grafiklari bir-biriga nisbatan shunday joylashganki, boshlanishda Chekli xarajatlar kamayib boradi (bu yerda asosiy sabab, ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi va optimal texnologik ishlab chiqarish hajmiga chiqish hamda o‘zgarmas xarajatlarning kamayishi). Optimal hajmdan keyingi ishlab chiqarish hajmining o‘shishida kam samarali resurslarni ishlab chiqarishga jalb qilish, ishlab chiqarish masshtabini ortiqcha kengayishi natijasida boshqaruv samaradorligining kamayishi, xarajatlarning ortishi natijasida Chekli xarajatlar o‘sib boradi.

Umumiy, o‘rtacha, o‘zgaruvchan va Chekli xarajatlar grafiklarining tipik joylashuvi quyidagi 11.5-rasmda keltirilgan.



11.5-rasm. AC , AVC , AFC va MC grafiklarining o‘zaro joylashuvi

Rasmdan ko‘rinib turibdiki, agar $MC < AC$ bo‘lganda AC chizig‘i pastga qarab tushadi va $MC < AVC$ bo‘lganda ham AVC chizig‘i pastga qarab kamayib boradi. Buning sababi – har bir yangi qo‘shimcha birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajati ishlab chiqilgan mahsulotning o‘rtacha va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatidan kichik bo‘lgani uchun, o‘rtacha va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarni kamaytiradi.

Agar $MC > AC$ va $MC > AVC$ bo‘lganida AC va AVC chiziqlari yuqoriga qarab o‘sib boradi. Bu yerda qo‘shimcha ishlab chiqarilgan birlik mahsuloti xarajati AC va AVC dan katta bo‘lgani uchun, u ushbu o‘rtacha va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarni oshiradi.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqadiki, o‘rtacha xarajat (AC) va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajat (AVC)lar o‘zlarining minimal qiymatlarida MC chizig‘ini kesib o‘tadilar (rasmda A va B nuqtalar), ya’ni:

$$AC = \min AC(Q) \text{ bo‘lganda } MC = AC, \\ \text{va } AVC = \min AVC(Q) \text{ bo‘lganda } AVC = MC.$$

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Firma tashqi ishlab chiqarish hajmini kengaytirgandan keyin doimiy, o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar va sotilgan mahsulotlardan olingan daromad o‘zgarmadi. O‘rtacha xarajatlarning boshlang‘ich miqdori N bo‘lib, mahsulot ishlab chiqarish hajmi kamaygandan keyin har bir mahsulot hajmi R ga

(foizda) ortgan bo'lsa, o'rtacha umumiy xarajat qancha so'm/donaga ko'paygan?

Yechish

$$\begin{aligned} FC_0 &= FC_1 & H &= 100\% \\ AVC_0 &= AVC & X &= R\% \\ TR_0 &= TR_1 & X &= N * \\ ATC & \text{yoki } P_0 & R\% / 100\% &= 0,01N * R \\ - H P_1 - R\% \end{aligned}$$

2-masala

Jadvalda o'zgarmas doimiy xarajatlarga ko'ra, "S" firmada biznes yuritishning 2-variantining bir qismi berilgan bo'lib, ikkinchi variantda o'rtacha o'zgarmas xarajat miqdori birinchiga qaraganda 5% ga ko'p ekanligi ma'lum. Jadval to'ldirilsin.

	Q	TR	AFC	FC	AVC	VC	ATC	TC	A π	π
	2500	17500	3	7500	3.8	9500	6.8	17000	0.2	500
	2000	16000	3.15	6300	4	8000	7.15	14300	0.85	1700

$$TR_2 = 8 * 2000 = 16000$$

$$TR_1 = P * Q = 7 * 2500 = 17500$$

$$AFC_2 = 3 * (1 + 5\% / 100\%) = 3 * 1.05 = 3.15$$

$$FC_1 = AFC * Q = 3 * 2500 = 7500$$

$$FC_2 = AFC * Q = 3.15 * 2000 = 6300$$

$$AVC_1 = 4 * (1 -$$

$$ATC = AVC + AFC = 3.15 + 4 = 7.15$$

$$5\% / 100\%) = 4 * 0.95 = 3.8$$

$$VC_2 = AVC * Q = 4 * 2000 = 8000$$

$$VC_1 = AVC * Q = 3.8 * 2500 = 9500$$

$$TC = ATC * Q$$

$$ATC_1 = AFC + AVC = 3 + 3.8 = 6.8$$

$$= 7.15 * 2000 = 14300 \quad A\pi = P -$$

$$TC = ATC * Q = 6.8 * 2500 = 17000$$

$$ATC = 8 - 7.15 = 0.85$$

$$A\pi = P - ATC = 7 - 6.8 = 0.2$$

$$\pi = A\pi * Q = 0.85 * 2000 = 1700.$$

$$\pi = A\pi * Q = 0.2 * 2500 = 500$$

3-masala

Jadvalda o'zgarmas xarajatlarga ko'ra, "B" korxona ish yuritishining bir qismi berilgan. Jadval to'ldirilsin.

P	Q	TR	AFC	FC	AVC	VC	ATC	TC	A π	π
60	500	3000	12	6000	48	24000	60	30000	0	0
80	400	3200	15	6000	50	20000	65	26000	15	6000

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Ishlab chiqarish xarajati nima?
2. Umumiy xarajat nima va u nimalarni o'z ichiga oladi?
3. Umumiy, doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar nima?
4. O'rtacha, doimiy va o'zgaruvchi xarajatlar nima?
5. Qo'shimcha xarajat ko'zda tutiladimi?
6. "Boy berilgan" imkoniyat xarajatlari nima?
7. Korxonaning qisqa muddatdagi faoliyatida xarajatlar qanday o'zgaradi?
8. Korxonaning uzoq muddatdagi faoliyati qanday o'zgaradi?

12-bob. MUKAMMAL RAQOBATLASHGAN BOZORDA, QISQA MUDDATLI ORALIQDA FIRMA FOYDASINI MAKSIMALLASHTIRISH VA UNING TAKLIFI

12.1. Raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda firma foydasini maksimallashtirish va uning taklif chizig'i

Bozor **mukammal raqobatlashgan** yoki **raqobatlashgan** bozor bo'ladi, agar unda quyidagi shartlar bajarilsa:

- sotuvchi va xaridorlar bozorda mahsulot narxi qanday bo'lsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga ta'sir qila olmaydilar;
- bozorga Yangi sotuvchilarni kirishi cheklanmagan;
- sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi.

Bunday shartlar bajariladigan bozor mukammal raqobatlashgan bozor, sof raqobatlashgan yoki raqobatlashgan bozor deb qaraladi. Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning raqobatlashuvchi firma, deb qaraladi. Bundan keyin raqobatlashuvchi firma to'g'risida gapirilganda, biz raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmani nazarda tutamiz.

Demak, raqobatlashgan bozorda tovar narxi bozorda talab va taklif asosida shakllanadi va unga sotuvchi ham xaridor ham ta'sir qila olmaydi:

$$P = const.$$

Raqobatlashgan bozorda har bir alohida sotuvchi tomonidan sotiladigan tovarning bozorda sotiladigan umumiy tovar miqdoridagi ulushi juda oz bo'lgani uchun ham u tovar narxini o'zgartira olmaydi.

Raqobatlashgan bozorni tahlil qilganimizda bozordagi tovarlarni bir xil deb, ya'ni ularning sifati bir xil, deb qaraymiz. (Amalda tovarning sifatiga qarab, ularning narxi har xil bo'ladi, sifatli tovarning narxi sifati pastroq tovarning narxiga ko'ra yuqori bo'ladi).

Umumiy Raqobatlashgan bozorda firma tomonidan ma'lum
daromad (*TR*) miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga
teng.

Ya'ni umumiy daromad sotilgan mahsulot miqdorini (Q) uning narxi (P) ko'paytmasiga teng:

$$TR = P \cdot Q, \quad (2)$$

bu yerda TR yoki R - umumiy daromad; P - narx; Q - sotilgan ne'mat miqdori.

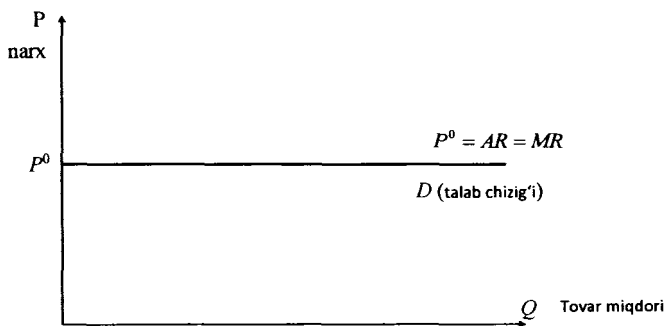
Umuman olganda, daromad sotilgan mahsulot miqdoriga bog'liq bo'lganligi uchun, u $R(Q)$ ko'rinishida yoziladi.

O'rtacha daromad (AR) – sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir, ya'ni:

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P. \quad (3)$$

Chekli daromad (MR) – bu qo'shimcha bir birlik ne'matni sotish natijasida umumiy daromadning o'sgan qismi $\Delta R(Q)$, ya'ni:

$$MR = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{\Delta Q} = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} = P. \quad (4)$$



12.1-rasm. Raqobatlashgan bozorda narx, o'rtacha va Chekli daromad

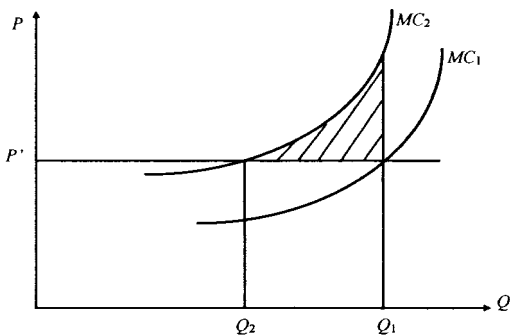
Agar absissa o'qi bo'yicha mahsulot miqdori Q ni va ordinata o'qi bo'yicha tovar narxini joylashtirsak, ular o'rtasidagi bog'liqlik gorizontall o'qqa nisbatan parallel chiziq bilan ifodalanadi va bu chiziq raqobatlashgan bozordagi mahsulotga bo'lgan talab chizig'ini beradi (12.1-rasm).

Rasmdan ko‘rinib turibdiki, raqobatlashgan bozordagi talabning narx bo‘yicha elastikligi cheksizdir $E_p^D = \infty$, ya‘ni absolyut elastik. Bu degani, raqobatlashgan bozorda biror sotuvchi o‘z tovari narxini kichik miqdorga oshirsa, u o‘zining barcha xaridorlaridan ajraladi, agar narxni kichik miqdorga kamaytirsa, u o‘ziga bozordagi barcha xaridorlarni tortadi.

12.2. Qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini aniqlash va foydani maksimallashtirish

Raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish omillari narxining oshishiga aks ta’siri. Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshganda qanday qaror qabul qilishini ko‘rib chiqamiz.

Bozordagi narx P' va firmaning boshlang‘ich (ishlab chiqarish omillari narxi o‘zgarmagandagi) Chekli xarajati MC_1 va firma foydasini maksimallashtiruvchi ishlab chiqarish hajmi Q_1 bo‘lsin deylik (12.2-rasm).



12.2-rasm. Chekli xarajatning ishlab chiqarish hajmiga bog‘liqligi

Faraz qilaylik, ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshdi deylik. Omil narxining oshishi Chekli xarajat MC_1 ni yuqoriga chapga MC_2 ga siljitadi. Nima uchun deganda, har bir ishlab chiqariladigan

mahsulot xarajati oshadi. Foydani yangi chekli xarajatda maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q_2 ni tashkil qiladi, ya'ni Q_2 hajmda $P' = MC_2$.

Shunday qilib, ishlab chiqarish omili narxining oshishi firmani mahsulot ishlab chiqarish hajmini qisqartirishga majbur qiladi. Agar firma ishlab chiqarishni Q_1 hajmda davom ettirganida shtrixlangan sohaga teng bo'lgan zararni ko'rgan bo'lar edi. Shtrixlangan soha firma foydasining yo'qotilishi mumkin bo'lgan qismini ifodalaydi.

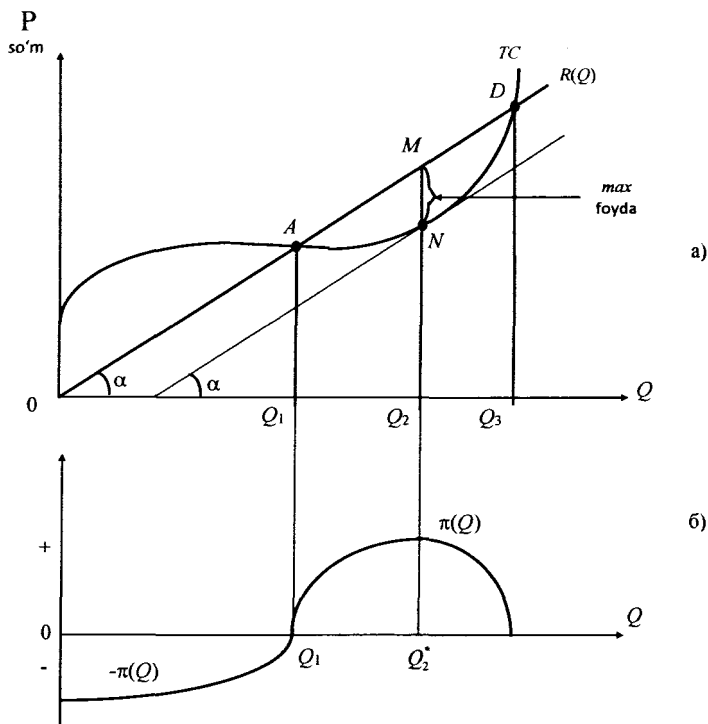
Qisqa muddatli oraliqda firma kapitali razmeri o'zgarmaydi, shuning uchun u foydani maksimallashtiradigan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari hajmini tanlashi lozim bo'ladi. Ma'lumki, foydani maksimallashtirish bu umumiy daromad bilan umumiy xarajatlar ayirmasini maksimallashtirish demakdir, ya'ni:

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q). \quad (1)$$

Agar absissa o'qi bo'yicha ishlab chiqariladigan mahsulot hajmini, ordinata o'qi bo'yicha – umumiy daromadni joylashtirsak, daromadning mahsulot hajmiga bog'liqligi ($R(Q) = P \cdot Q$) koordinata boshidan chiquvchi nur bilan ifodalanadi. Umumiy xarajatlar esa o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisidan hosil bo'ladi (12.3-rasm).

12.3-rasmdagi grafikdan ko'rish mumkinki, ishlab chiqarish hajmi kichik bo'lganda, firma foydasi manfiy bo'ladi, firma zarar bilan ishlaydi, firmaning daromadi o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarni qoplash uchun yetarli emas.

Ishlab chiqarish hajmi oshib borishi bilan firmaning foydasi musbat bo'lib oshib boradi va ishlab chiqarish hajmi Q_2 ga teng bo'lganda daromad $TR(Q)$ bilan umumiy xarajat $TC(Q)$ o'rtasidagi farq maksimal bo'ladi (12.3-rasm bu MN). Demak, foyda ishlab chiqarish hajmi $Q = Q_2^*$ bo'lganda maksimallasadi (12.3-b-rasm). Ishlab chiqarish hajmi Q_2^* dan oshganda ($Q > Q_2^*$).



12.3-rasm. Qisqa muddatli oraliqda foydani maksimallashtirish grafigi

Umumiy xarajatlarning o'sishi daromad o'sishiga nisbatan ustunroq bo'lgani uchun foyda kamayib boradi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish hajmi Q_1 gacha bo'lganda firma zarar bilan ishlaydi, nima uchun deganda ($TC > R(Q)$). Firma Q_1 va Q_2^* oraliqda foyda oladi va bu foyda Q_2^* ga qadar oshib, ishlab chiqarish hajmi Q_2^* ga teng bo'lganda maksimal qiymatga erishadi. N nuqtada daromad chizig'ining burchak koeffitsiyenti (Chekli daromad $MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = \text{tg} \alpha$) umumiy xarajat chizig'ining burchak koeffitsiyenti ga (Chekli xarajati ga $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \text{tg} \alpha$) teng $MC = MR$.

Shunday qilib, firmaning chekli daromadi bilan chekli xarajati bir-biriga teng bo'lganda foyda maksimal qiymatga erishadi. $MC = MR$ foydani maksimallashtirish sharti bo'lib, firma qaysi bozorda (raqobatlashgan, monopol, oligopol) faoliyat ko'rsatmasin, u o'z kuchini saqlab qoladi.

Yuqoridagi mulohazalardan shu kelib chiqadiki, agar $MR(Q) > MC(Q)$ bo'lganda, firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishi kerak (har bir qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy foydani oshirib boradi), agar $MR(Q) < MC(Q)$ bo'lsa – ishlab chiqarish hajmini qisqartirish kerak bo'ladi.

Maksimallik shartini matematik tomondan keltirib chiqarish mumkin:

$$\pi(Q) = R(Q) - TC(Q). \quad (2)$$

(2) – funksiya maksimal qiymatga erishadi, qachonki ishlab chiqarish hajmini kichik ΔQ miqdorga oshirganimizda foyda o'zgarmasa, ya'ni:

$$\begin{aligned} \frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} &= 0, \text{ bundan} \\ \frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} &= \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} - \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = 0. \end{aligned} \quad (3)$$

(3) – munosabatda:

$$\frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = MR \quad \text{va} \quad \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = MC,$$

bo'lgani uchun foydani maksimallashtirish shartini quyidagicha yozamiz:

$$MR(Q) = MC(Q). \quad (4)$$

Raqobatlashuvchi firmaning muvozanat holati. Biz ko'rgan edikki, raqobatlashgan bozorda narx bozor tomonidan belgilanadi va unga firma ta'sir qila olmaydi. Bunday bozorda harakat qilayotgan firmaning talab chizig'i gorizonttal chiziqdan iborat bo'lib, uning Chekli daromadi narxga teng, ya'ni: $MR = P$. Demak, raqobatlashuvchi firma foydasini maksimallashtirish sharti (qoidasi) shundan iboratki, firma

ishlab chiqarish hajmini shunday tanlashi kerakki, bu hajmda narx Chekli xarajatga teng bo'lsin:

$$P = MC \quad (5)$$

(5) – shart raqobatlashgan bozorda faoliyat ko'rsatayotgan firma foydasini maksimallashtirish (muvozanat holati) sharti deyiladi, ya'ni raqobatlashuvchi firmaning Chekli mahsulot qoidasini ifodalaydi. Ushbu qoidaga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini Chekli xarajat narxga teng bo'lgunga qadar oshirishi mumkin. Demak, $MC < P$ bo'lsa, ishlab chiqarishni oshirish mumkin va bu oshirish $MC = P$ bo'lguncha davom etishi kerak.

Rasmda E nuqta raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi muvozanat holatini ifodalaydi. Bu nuqtada $P = MC$ bo'lib, ushbu nuqtada firma foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q^* ga erishadi.

Rasmda umumiy daromad $(TR - TC)$ o'rtaburchak yuzasiga, umumiy xarajat o'rtaburchak yuzasiga teng. Umumiy maksimal foyda $(\max \pi(Q) = TR - TC)$ uchburchak yuza bilan ifodalanadi va bu yuza quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

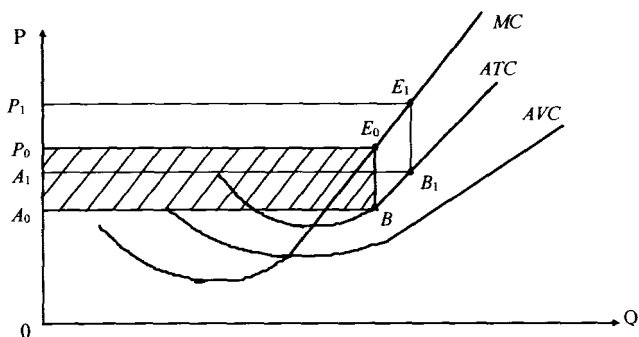
$$\pi = (P - ATC) \cdot Q. \quad (6)$$

Ishlab chiqarish hajmi Q^* dan kichik bo'lganda $Q_0 < Q^*$ Chekli daromad Chekli xarajatlardan ko'p demak, ishlab chiqarish hajmini oshirib qo'shimcha foyda olish imkoniyati bor. Rasmda ikki karra shtrixlangan SFE yuza ishlab chiqarish hajmi Q_0 ga kamaygandagi yo'qotilgan foydani ifodalaydi.

Ishlab chiqarish hajmi Q^* dan yuqori bo'lganda, ya'ni $Q_1 > Q^*$ da Chekli xarajatlardan Chekli daromad yuqori. Bu holda, ishlab chiqarish hajmini qisqartirish umumiy xarajatlarni qisqartirishga olib keladi. Rasmdagi ESK uchburchak yuzasi Q_1 miqdorda mahsulot ishlab chiqarish natijasida yo'qotilgan foydani ifodalaydi.

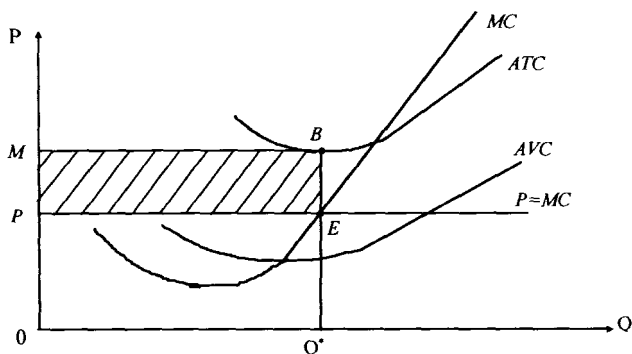
(6) – ifodadan kelib chiqib xulosa qilish mumkinki, narx o'rtacha umumiy xarajatlardan qancha yuqori bo'lsa, firmaning foydasi shuncha ko'p bo'ladi. Buni quyidagi grafikda ko'rish mumkin (12.4-rasm).

Rasmda, boshlang'ich narx P_0 bo'lganda umumiy foyda $P_0A_0B_0E_0$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalansa, narx oshib P_1 bo'lganda umumiy foyda qiymati ham oshadi va $P_1A_1B_1E_1$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalanadi.



12.4-rasm. Raqobatlashuvchi firma foydasi

Shuni ham eslatish o'rinliki, firma qisqa muddatli oraliqda har doim ham foydani maksimallashtiravermaydi. Ko'p xollarda o'zgarmas xarajatning oshib ketishi umumiy o'rtacha xarajatni oshirib yuboradi (12.5-rasm).



12.5-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi yo'qotishlari

Natijada, foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q^* da narx P o'rtacha umumiy xarajatdan kichik bo'ladi, ya'ni $P < ATC(Q)$

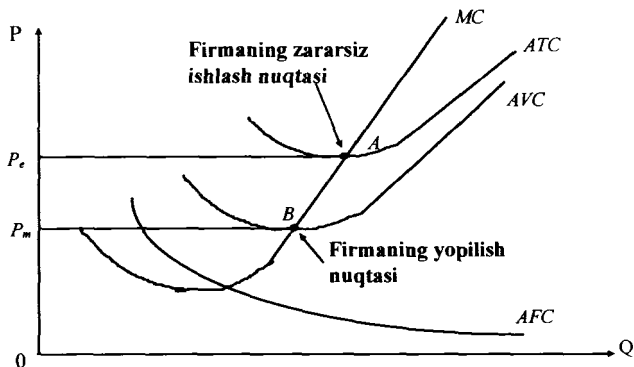
va shuning uchun *BE* ishlab chiqarishning o'rtacha yo'qotishiga (zarariga) teng. Shtrixlangan *PEBM* to'rtburchak yuzi firmaning umumiy yo'qotishini bildiradi. Lekin, firma qisqa muddatli oraliqda zarar ko'rsa ham kelajakda narx oshishi yoki ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishi evaziga foyda olish maqsadida ishni davom ettiradi.

Umuman olganda, raqobatlashuvchi firma qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarishni davom ettirishi yoki davom ettirmasdan ishlab chiqarishni to'xtatishi to'g'risidagi qarorni qabul qilishda firma o'z daromadini umumiy o'rtacha xarajat bilan emas, balki faqat o'rtacha o'zgaruvchan xarajat bilan taqqoslaydi. Nima uchun deganda, o'zgarmas xarajatlar sarflanib bo'lingan va ularni firmani yopganda ham kamaytirib bo'lmaydi. Shuning uchun ham narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajattan yuqori bo'lib, o'rtacha umumiy xarajattan past bo'lganda firma kelajakda foydaga chiqish maqsadida ishlab chiqarish zararga ishlasa ham o'z faoliyatini davom ettiradi va shu bilan birga umumiy zararni minimallashtirishga harakat qiladi. Nima uchun deganda, bu narx o'rtacha umumiy xarajattan kichik ($P < AC$) bo'lgani bilan, u firmaning o'zgaruvchan xarajatlarini (xom ashyo sarfi, ish haqini) qoplaydi, bundan tashqari o'zgarmas xarajatning ham ma'lum qismini qoplaydi.

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma qisqa muddatli oraliqda xarajatlari bilan daromadlarini taqqoslagan holda foydani maksimallashtirishda Chekli mahsulot va ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga amal qiladi.

Chekli mahsulot qoidasiga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini Chekli daromad bilan Chekli xarajadni tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ($MC = MR$).

Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajattan kichik bo'lsa, $P < AVC(Q)$ (12.6-rasmda V nuqta), firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi). V nuqta firmaning yopilish nuqtasi hisoblanadi.



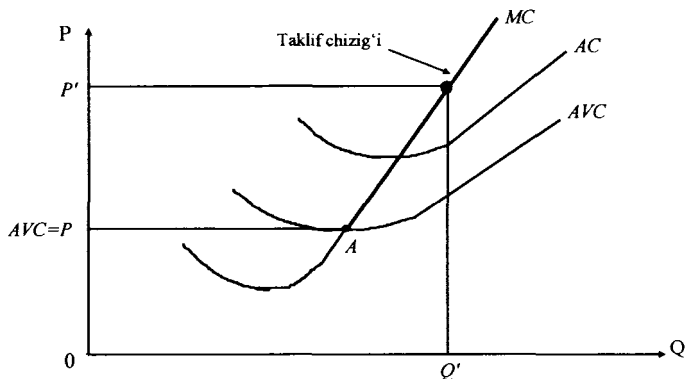
12.6-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi harakat qilish qoidalari

Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi.

12.6-rasmda A nuqta firmaning zararsiz ishlash nuqtasi deyiladi, bu nuqtada $P_e = ATC(Q)$ bo'lib, firma zarar ham ko'rmasdan, foyda ham olmasdan ishlashini ifodalaydi.

Raqobatlashgan firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklifi

Firmaning taklif chizig'i har bir mumkin bo'lgan narxlarda firma qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarib taklif qilishini ifodalaydi. Yuqorida ko'rdikki, firma mahsulot ishlab chiqarishni narx Chekli xarajatga teng bo'lgunga qadar oshiradi va narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajattan kichik bo'lsa, ishlab chiqarishni to'xtatadi (firma yopiladi). Demak, firmaning noldan yuqori hajmdagi ishlab chiqarish ($Q > 0$) taklif chizig'i Chekli xarajatning (MC) o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning minimumidan yuqorida yotgan qismi bilan ustma-ust tushadi (12.7-rasm, Chekli xarajat chizig'ining A nuqtadan yuqori qismi). AVC minimumidan yuqori bo'lgan har qanday narx P' da foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q' ni grafik orqali aniqlashimiz mumkin (12.7-rasm).



12.7-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig'i

Raqobatlashgan bozorda narxning oshishi bozordagi firmalarni ishlab chiqarish hajmini oshirishga undaydi, shuning uchun ham raqobatlashgan firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig'i o'suvchi bo'ladi.

Endi raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqdagi tarmoq muvozanatini qaraymiz. Ma'lumki, bir turdagi (bir xil ehtiyojni qondiradigan) tovarlarni ishlab chiqaradigan firmalar birgalikda tarmoqni tashkil qiladi. U holda tarmoq taklifi tarmoqni tashkil qiluvchi firmalarning takliflari yig'indisidan iborat bo'ladi, ya'ni:

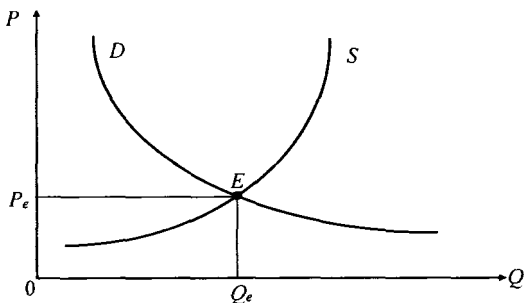
$$S = S_1 + S_2 + \dots + S_n,$$

bu yerda $S_1, S_2, \dots, S_n$ - firmalar taklifi chiziqlari;

s - tarmoq taklifi chizig'i.

Agar tarmoq mahsulotiga talabni D bilan belgilasak, D bilan s chiziqlari kesishgan E nuqtasi tarmoqning muvozanat nuqtasini beradi va kesishgan nuqta E ga mos keluvchi narx P_e tarmoq muvozanat narxi, Q_e esa tarmoq muvozanat tovar hajmi deyiladi.

Firmaning tarmoqdagi ulushi uning Chekli xarajatini, muvozanat narx bilan teng bo'lishini ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmi bilan aniqlanadi, ya'ni: $MC = P_e$.



12.8-rasm. Raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda tarmoq muvozanati

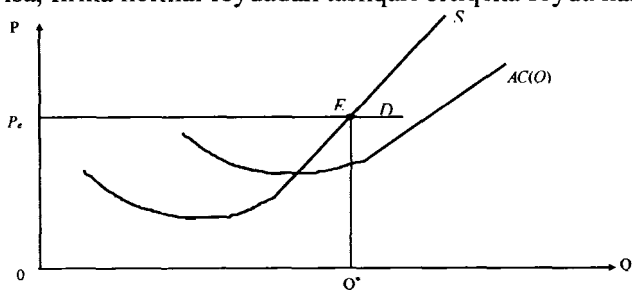
Shunday qilib, raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda faoliyat ko'rsatayotgan firma (narx bozor tomonidan belgilanib o'zgarmaganda, talab chizig'i gorizontal bo'lganda) muvozanat narx P_e ishlab chiqarish hajmining barcha qiymatlarida quyidagi shartni qanoatlantirsa:

$$P_e > AC(Q), \quad (6)$$

firma o'z foydasini maksimallashtiradi (12.9-rasm)

$$R(Q^*) = P_e Q^* > Q \cdot AC(Q^*) = C(Q^*).$$

Agar bozordagi muvozanat narx P_e umumiy o'rtacha xarajatdan yuqori bo'lsa, firma normal foydadan tashqari ortiqcha foyda ham oladi.

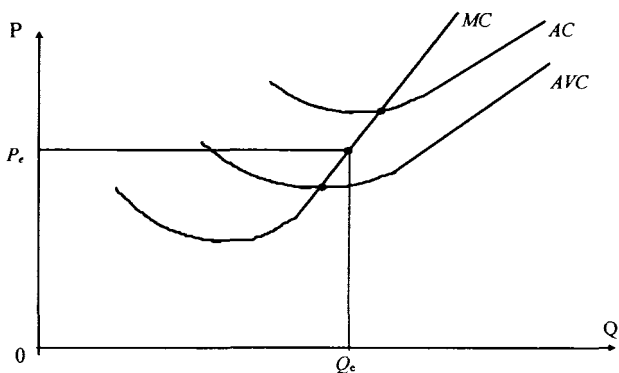


12.9-rasm. Firma foydasini maksimallashtirish sharti

Agar bozor muvozanati narxi P_e bo'lganda va talab chizig'i taklif chizig'ini AC va AVC chiziqlari o'rtasida kesib o'tsa, ya'ni:

$$\min AVC(Q_e) < P_e < \min AC(Q_e),$$

bo'lsa, firma o'z yo'qotishlarini (zararini) minimallashtiradi (12.10-rasm).



12.10-rasm. Firma zararini minimallashtiradigan holat

Bunday holda firma ishchi kuchidan, kapitaldan unumli foydalanishga harakat qiladi va boshqa xarajatlarni ham imkon boricha qisqartiradi.

Bordi-yu muvozanat narx P_e firmaning o'rtacha o'zgaruvchan xarajatidan, har qanday ishlab chiqarish hajmida past bo'lsa, ya'ni $P_e < AVC(Q)$, firma o'z faoliyatini to'xtatadi.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Firmada birinchi tur mahsulotdan N dona, ikkinchi tur mahsulotdan esa M dona ishlab chiqarib sotildi. Birinchi tur mahsulotdan S so'm/dona, ikkinchi tur esa I so'm/dona. Bu mahsulotni ishlab chiqarishga sarflangan umumiy xarajat K so'm bo'lsa, olingan umumiy foyda (zarar)ni toping.

Yechish

$$TR = P \cdot Q$$

$$TR = N \cdot S; TR = M \cdot I$$

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = (N \cdot S) + (M \cdot I) - K; \pi = NS + MI - K.$$

2-masala

Jadvalda o'zgaras doimiy xarajatlarga ko'ra, "B" korxonada biznes yuritishning ikki varianti berilgan. Jadval to'ldirilsin. Korxona qay bir variantda ko'proq foyda oladi? Jadvalda sotish hajmi mahsulot ishlab chiqarish hajmiga teng deb olingan.

P	Q	TR	AFC	FC	AVC	VC	ATC	TC	A π	Π
6	1000	6000	2	2000	3	3000	5	5000	1	1000
5	1500	7500	2	3000	2	3000	4	6000	1	1500

$$TR_1 = 6 \cdot 1000 = 6000$$

$$FC_1 = AFC \cdot Q = 2 \cdot 1000 = 2000$$

$$VC_1 = AVC \cdot Q = 3 \cdot 1000 = 3000$$

$$ATC_1 = AFC + AVC = 2 + 3 = 5$$

$$TC = ATC \cdot Q = 5 \cdot 1000 = 5000$$

$$\pi = TR - TC = 6000 - 5000 = 1000$$

$$A\pi = P - ATC = 6 - 5 = 1$$

$$TR_2 = 5 \cdot 1500 = 7500$$

$$AFC_2 = AFC_1 = 2$$

$$FC_2 = AFC \cdot Q = 2 \cdot 1500 = 3000$$

$$AVC = ATC - AFC = 4 - 2 = 2$$

$$VC_2 = AVC \cdot Q = 2 \cdot 1500 = 3000$$

$$TC = VC + FC = 3000 + 3000 = 6000$$

$$A\pi = P - ATC = 5 - 4 = 1$$

$$\pi = TR - TC = 7500 - 6000 = 1500.$$

3-masala

Firma 600 000 so'mlik mahsulot ishlab chiqardi. Uni sotishdan kelgan foyda 100 000 so'mni tashkil etdi. Agar oboroti 3, 4, 6 oy bo'lsa, yillik foyda miqdori qanday bo'ladi?

1) $12 \text{ oy} \div 3 \text{ oy} = 4$; $600\,000 \cdot 4 = 2\,400\,000$

2) $12 \text{ oy} \div 6 \text{ oy} = 2$; $600\,000 \cdot 2 = 1\,200\,000$

3) $12 \text{ oy} \div 4 \text{ oy} = 3$; $600\,000 \cdot 3 = 1\,800\,000$

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Raqobatlashgan bozor va uning shartlarni tushuntirib bering.

2. Korxona foydasi nima. Korxona foydasini qanday maksimalashtiradi?

3. Firmaning bezarar ishlash nuqtasini toping.

4. Firma xarajatlarini qanday minimallashtiradi?

5. Firmaning Chekli mahsulot ishlab chiqarish qoidasini tushuntirib bering.

6. Firma taklifi nima?

13-bob. RAQOBATLASHUVCHI FIRMA VA TARMOQNING UZOQ MUDDATLI ORALIQDAGI MUVOZANATI VA TARMOQNING TAKLIFI

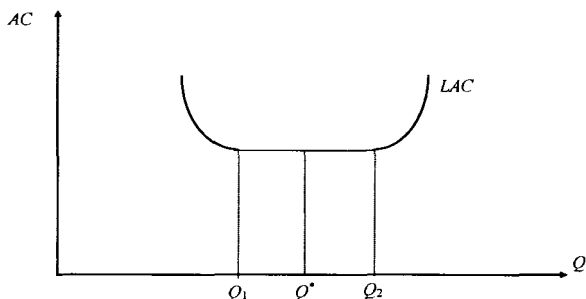
13.1. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati

Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini tanlash. Uzoq muddatli oraliqda firma foydalanadigan barcha omillarini o'zgartiradi, shu jumladan ishlab chiqarish quvvatlarini ham. Uzoq muddatli oraliqda firma o'z kapitali hajmini o'zgartirishi, ya'ni ishlab chiqarish quvvatini o'zgartirishi mumkinligi firmaga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga imkon beradi. Firma ishlab chiqarish xarajatlarining qanday o'zgarishi ishlab chiqarish masshtabi samaradorligining o'sishi, o'zgarماسligi va kamayishi bilan aniqlanadi. Yana shuni eslatib o'tish kerakki, firmaning uzoq muddatli oraliqdagi faoliyatini tahlil qilganimizda uning o'rtacha xarajatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Faraz qilaylik, firmaning ishlab chiqarish jarayonida barcha ishlab chiqarish hajmlari uchun o'zgarماس masshtab samarasiga ega. Bunda ishlab chiqarish omillari sarfi ikki barobar oshganda ishlab chiqarish hajmi ham ikki barobarga o'sadi. Demak, ishlab chiqarish hajmi oshgani bilan o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari o'zgarmaydi.

Endi faraz qilaylik, masshtab samarasi o'suvchi bo'lsin. Ishlab chiqarish omillaridan foydalanishni ikki barobar oshirganimizda, ishlab chiqarish hajmi ikki barobardan ko'proqqa oshadi (masalan, uch barobarga oshirishi mumkin). Bunday holda o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari qisqaradi, nima uchun deganda, ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati, omillar sarfi sur'atidan ko'p. Xuddi shunday, masshtab samarasi pasayganda, ya'ni ishlab chiqarish omillari sarfini o'sishi sur'atidan ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati kichik bo'lganda AC ortib boradi.

Odatda, ishlab chiqarishning boshida masshtab samarasining oshishi, undan keyin o'zgarماس va keyinchalik kamayishi ko'pgina

firmalarga xosdir. Shuning uchun ham uzoq muddatli oraliqda umumiy oʻrtacha xarajatlar chizigʻi botiq koʻrinishga ega boʻladi (13.1-rasm).



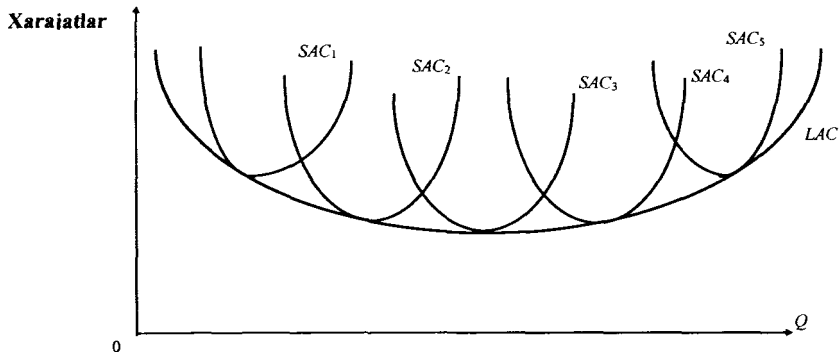
13.1-rasm. Uzoq muddatli oraliqda oʻrtacha xarajatlar grafigi

Grafikda Q^* dan chap tomonda yotgan qismida masshtab samarasi musbat (oʻsuvchi), Q^* dan oʻng tomonda yotgan qismida masshtab samarasi manfiy va nihoyat Q^* ning kichik atrofida u oʻzgarmasdir ($Q_1 - Q_2$ oraliqda). Ishlab chiqarish hajmi Q^* firmaning uzoq muddatli oraliqdagi samarali quvvatini ifodalaydi.

Uzoq muddatli oʻrtacha xarajatlar (LAC) bilan qisqa muddatli oʻrtacha xarajatlar (SAC) oʻrtasidagi munosabatni quyidagi 13.2-rasmdan koʻrish mumkin.

Faraz qilaylik, firma quvvatini tanlash boʻyicha besh xil variant mavjud. Har qaysi razmerdagi firma uchun qisqa muddatli oʻrtacha xarajatlar quyidagicha $SAC_1, SAC_2, SAC_3, SAC_4, SAC_5$ (13.2-rasm).

Uzoq muddatli oraliqda barcha resurslar oʻzgaruvchan boʻlgani uchun, barcha xarajatlar ham oʻzgaruvchan boʻladi. Firma har qanday berilgan ishlab chiqarish quvvatidan umumiy va oʻrtacha xarajatlarni minimallashtiradi. Shuning uchun ham uzoq muddatli oʻrtacha xarajatlar (LAC) grafigi qisqa muddatli oraliqdagi oʻrtacha xarajatlar grafiklarini bir-biriga tutashtirish orqali hosil qilinadi. 13.2-rasmda beshta qisqa muddatli oraliqdagi oʻrtacha xarajatlar grafiklari orqali uzoq muddatli oraliqdagi oʻrtacha xarajatlar grafigi keltirilgan (13.2-rasmda qalin chiziqli bilan ifodalangan).

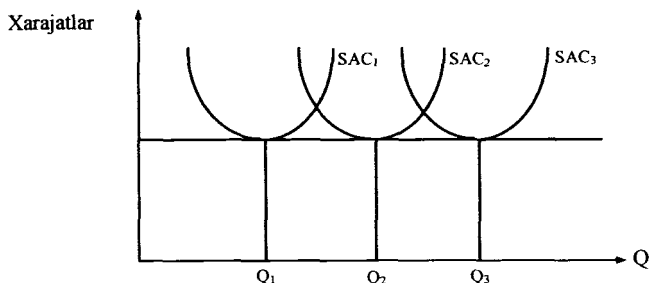


13.2-rasm. Uzoq va qisqa muddatli oraliqlardagi o'rtacha xarajatlar grafigi

Agar biz firma quvvatlarini yanada kichik o'zgarishlar orqali o'zgartirsak (qisqa muddatli oraliqlarni yanada kichiklashtirsak) *LAC* chizig'i silliq botiq chiziqqa yaqinlashib boradi.

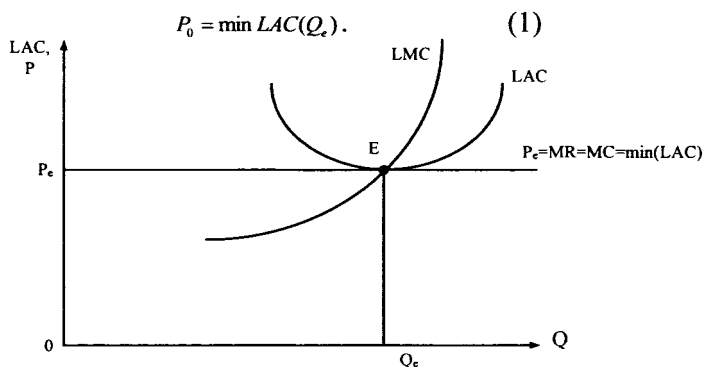
Uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar ishlab chiqarish hajmining mumkin bo'lgan barcha qiymatlari uchun cheksiz qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini uzluksiz silliq birlashtiruvchi chiziq orqali ifodalanadi. Agar ishlab chiqarish masshtabi samarasi o'zgarmas bo'lsa, uzoq muddatli o'rtacha xarajat grafigi to'g'ri chiziqdan iborat bo'ladi (13.3-rasm).

Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish quvvati Q_1 va Q_3 ga o'zgarganda *LAC* o'zgarmayapti.



13.3-rasm. Ishlab chiqarish masshtabi o'zgarmas bo'lganda uzoq muddatli va qisqa muddatli oraliqdagi xarajatlar grafigi

Uzoq muddatli oraliqda tarmoq tarkibidagi firmaning muvozanat holati bozorda shakllangan narx P_e ning ushbu firmaning o'rtacha xarajatlari minimumiga tengligi bilan belgilanadi:



13.4-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati

Raqobatlashuvchi firma tarmoqqa qarashli bo'lgani uchun (1) shart tarmoqning ham uzoq muddatli oraliqdagi (raqobatlashgan bozorda) muvozanat holatini ifodalaydi.

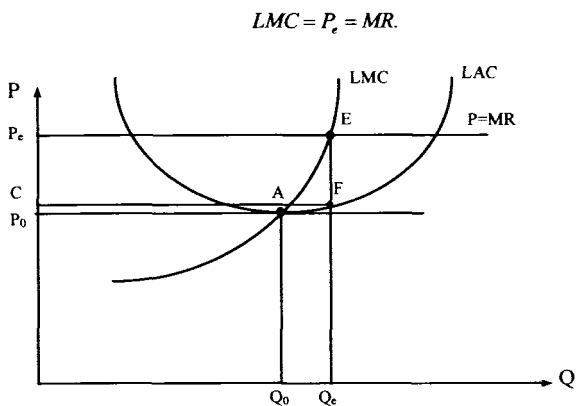
13.4-rasmdan ko'rish mumkinki, firmaning iqtisodiy foydasi uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatida nolga teng. Lekin, bu firma umuman foyda olmaydi degani emas, aslida firma o'zining qo'ygan (qo'shgan) kapitaliga ko'ra real normal foyda oladi. Iqtisodiy foyda alternativ xarajatni ham hisobga oladi, ya'ni firma egasining o'z kapitalini boshqa bir sohaga qo'yish natijasida oladigan foyda. Shuning uchun ham aytish mumkinki, raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlari o'z ichiga normal foydani (tarmoq bo'yicha o'rtacha foydani) oladi. Firma egasining iqtisodiy foydasi nol degani, u o'z kapitalini boshqa sohaga qo'yganda ham shu miqdorga teng normal foydani olar edi, demak uning alternativ xarajati nolga teng. Agar firma egasining alternativ xarajati noldan yuqori, ya'ni musbat bo'lsa, u o'z kapitalini ushbu tarmoqdan olib, boshqa iqtisodiy foyda beradigan tarmoqqa qo'ygan bo'lar edi. Shunday qilib,

raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli o'rtacha xarajati narxga teng bo'lsa, ham (nolga teng iqtisodiy foyda olsa ham), u o'z ishini (normal foyda olgani uchun) to'xtatmaydi.

Raqobatlashgan bozorda tarmoqqa kirish va undan chiqish erkin bo'lgani uchun hamda tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'lgani uchun firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendensiyasiga ega.

13.2. Tarmoqning muvozanat holati va tarmoq taklifi

Uzoq muddatli oraliqda tarmoqning tipik vakili bo'lgan firma o'z foydasini shunday ishlab chiqarish hajmida maksimallashtiradiki, bu hajmda uzoq muddatli Chekli xarajat mahsulot narxiga teng bo'ladi (13.5-rasm).



13.5-rasm. Uzoq muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish hajmini tanlashi

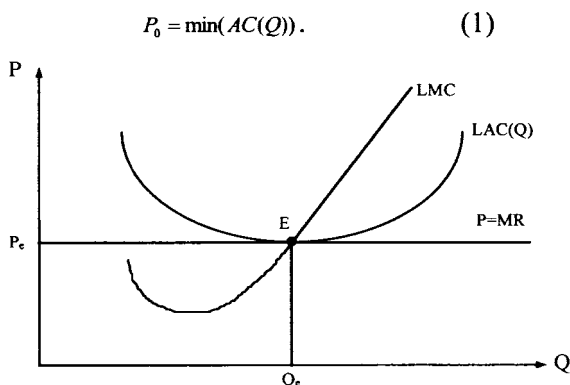
Firmaning foydasi ishlab chiqarish hajmi Q_e ga teng bo'lganda maksimal bo'ladi va u $P_e C F E$ turtburchak yuziga teng. Ishlab chiqarish hajmini Q_e dan oshirish yoki kamaytirish firmaning umumiy foydasini qisqartirdi. Nima uchun deganda, agar ishlab chiqarish hajmi Q_e dan kichik bo'lsa, ($Q < Q_e$) qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulotning

Chekli daromadi Chekli xarajatdan ko'p, demak ishlab chiqarishni oshirish maqsadga muvofiqdir. Ammo ishlab chiqarish hajmining Q_e dan yuqori bo'lgan har qanday hajmida Chekli xarajat Chekli daromaddan yuqori, shuning uchun qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot foydani qisqartiradi.

Umuman olganda ko'rish mumkinki, bozor narxi qancha yuqori bo'lsa, firma shuncha ko'p foyda oladi. Xuddi shunday bozor narxi P_0 bo'lganda, firma foydasini maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q_0 nuqta, ya'ni uzoq muddatli o'rtacha xarajatlarning minimumi bilan aniqlanadi. Bunday holda firmaning iqtisodiy foydasi nolga teng. Lekin, firma, biz yuqorida aytganimizdek, iqtisodiy foyda nol bo'lganda ham investitsiya qilgan kapitaliga normal foyda oladi.

Uzoq muddatli oraliqda, raqobatlashgan bozorda nafaqat firma raqobatlashuvchi bo'ladi, balki tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'ladi. Tarmoqdan chiqish yoki tarmoqqa kirish, firmalar uchun erkin bo'lganligi uchun, firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendensiyasiga ega.

Shuning uchun ham, tarmoqda uzoq muddatli muvozanat holatiga erishiladi, qachonki mahsulot narxi P_0 tarmoqning tipik vakili bo'lgan firmaning uzoq muddatli o'rtacha xarajati minimumiga teng bo'lsa (13.16-rasm).



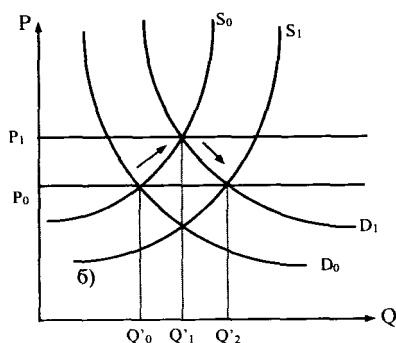
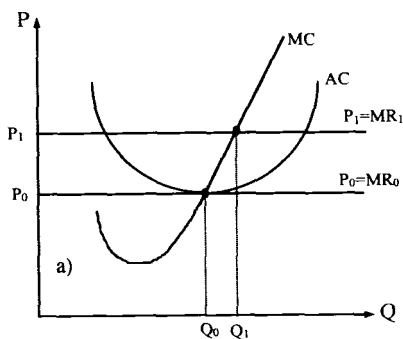
13.6-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati, tarmoq muvozanati

Firma nolga teng iqtisodiy foyda olganda, unda tarmoqdan chiqib ketishga hojat qolmaydi, boshqa firmalarning ham tarmoqqa kirib kelishidan manfaatdor emas. Uzoq muddatli muvozanat holat quyidagi o'rtacha shart bajarilganda sodir bo'ladi. Birinchidan, tarmoqdagi barcha firmalar o'z foydalarini maksimallashtiradi. Ikkinchidan, hamma firmalar nolga teng iqtisodiy foyda olgani uchun har bir firma tarmoqqa kirishdan va undan chiqishdan manfaatdor emas. Uchinchidan, mahsulotning narxi shundayki, bu narxda umumiy taklif (tarmoq taklifi) umumiy iste'mol talabiga teng.

Endi faraz qilaylik, uzoq muddatli muvozanat holatga erishildi deylik:

$$P = P_0 = AC(Q_0) = \min AC(Q) = MC(Q_0) \quad (2)$$

va tarmoqning tipik firmasining ishlab chiqarish hajmi Q_0 ga teng (13.7-a-rasm).



13.7-rasm. Tipik firmaning uzoq muddatli muvozanati (a), uzoq muddatli oraliqda tarmoq muvozanatining o'zgarishi (b)

Muvozanat holatda tipik firmaning iqtisodiy foydasi nolga teng. Bozor narxi P_0 muvozanat narx sifatida tarmoq bo'yicha (umumiy talab umumiy taklifga teng bo'ladi) o'rnatiladi (13.7-rasm b). Bu yerda alohida firmalarning qisqa muddatli taklif chiziqlarining yig'indisi umumiy bozor taklif chizig'i S_0 ni beradi. Bozor taklif chizig'i S_0 bilan bozor taklif chizig'i D_0 tarmoq bozorini muvozanat narxini aniqlaydi.

Bu narxga har bir firma moslashadi va $P = MC$ ni ta'minlaydigan va maksimal foyda beradigan ishlab chiqarish hajmini o'rnatadi.

Faraz qilaylik, iste'molchilarning didi o'zgarishi bilan tarmoq mahsulotiga bo'lgan talab oshdi va talab chizig'i D_0 holatdan D_1 holatga o'zgaradi. Natijada Yangi muvozanat narx P_1 o'rnatildi. Yangi muvozanat narxda firmaning mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i MR_0 holatdan MR_1 holatga siljiydi (esdan chiqarmaslik kerakki, raqobatlashgan bozorda talab chizig'i gorizontaal ko'rinishga ega, ya'ni cheksiz elastik).

Yangi muvozanat narxda firma noldan farqli, musbat iqtisodiy foyda ola boshlaydi va u foydani maksimallashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini Q_0 dan Q_1 ga oshirdi. Lekin, ishlab chiqarish hajmining bunday oshishi qisqa muddatli oraliqdagina sodir bo'ladi. Natijada tarmoq bo'yicha ishlab chiqarish ham Q_0' dan Q_1' ga oshadi. O'rtacha firma foydasining oshishi mablag' qo'yuvchilarni o'z resurslarini boshqa tarmoqdan ushbu tarmoqqa qo'yishga undaydi, ya'ni tarmoqqa Yangi firmalar kirib kela boshlaydi. Yangi firmalarning tarmoqqa kirishi bozor taklifini S_0 holatdan S_1 holatga o'tib, Yangi muvozanat narx P_1 ni oldingi darajasi P_0 ga teng bo'lgunga qadar davom etadi.

Natijada tarmoq o'rtacha firmasining optimal ishlab chiqarish hajmi Q_0 ga teng bo'lib, uning iqtisodiy foydasi yana nolga teng bo'ladi va tarmoqqa Yangi firmalarning kirib kelishi to'xtaydi. Tarmoq ishlab chiqarish hajmining Q_0' da Q_1 o'sishi tarmoqda $\frac{Q_1 - Q_0'}{Q_0'}$ ta Yangi firmalarning paydo bo'lganini anglatadi.

Tarmoqqa firmalarning kirishi va undan chiqishni tarmoqda uzoq muddatli muvozanatni ta'minlovchi mexanizm, deb qarash mumkin.

Tarmoqqa firmalar kirib keladi, agar ular ushbu tarmoqda iqtisodiy foyda olishini sezsa.

Tarmoqdan firma chiqadi, agar u uzoq muddatli oraliqda o'rtacha xarajatlarini qoplay olmasa.

Tarmoqdan chiqish va unga kirish firma nolga teng iqtisodiy foydaga erishgunga qadar davom etadi.

Umuman olganda uzoq muddatli muvozanat holatga erishish juda ko'p vaqt talab qiladi, lekin qisqa muddatli oraliqda firma katta foyda olishi ham mumkin yoki katta zarar ko'rishi ham mumkin. Biror bir mahsulot turini ishlab chiqarishda birinchi bo'lgan firma undan keyin shu ish bilan shug'ullangan firmaga ko'ra ko'proq qisqa muddatli foyda olishi mumkin. Xuddi shunday zarar bilan ishlayotgan tarmoqdan birinchi bo'lib chiqqan firma investitsiyalarining ancha mablag'ini iqtisod qilib qolishi mumkin. Uzoq muddatli muvozanatlik konsepsiyasi firmani qanday va qaysi tomonga qarab harakat qilishini ko'rsatib beradi. Uzoq muddatli oraliqda ayrim firmalar haqiqiy musbat foyda olishi mumkin. Masalan, biror firma boshqa firmalarga nisbatan kamroq xarajat sarflab mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydigan patentga yoki Yangi g'oyaga ega deylik. Bunday holda bu firma uzoq muddatli oraliqda musbat haqiqiy foyda olishi mumkin. Boshqa firmalar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishni ta'minlaydigan ushbu patentni yoki g'oyani olmaguncha mahsulotni ishlab chiqarish bilan shug'ullanmaydi (tarmoqqa kirmaydi).

Agar firmalar ushbu patentdan foydalanish huquqini sotib olishsa, firmalarning iqtisodiy foydasi nolga teng bo'ladi.

Musbat haqiqiy foyda tarmoqda harakat qilayotgan firmaning qimmatbaho aktivga, Yangi texnologiyaga yoki yaxshi tajribaga ega ekanligidan dalolat beradi. Bunday holda boshqa firmalar tarmoqqa kirishga jur'at qila olmaydi.

Musbat iqtisodiy foyda investitsiyalarni tarmoqqa kirishga imkoniyat yaratadi va ularni rag'batlantiradi.

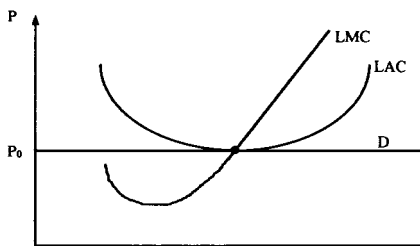
Tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi umumiy taklifi. Qisqa muddatli oraliqda bozor taklifi firma taklif chiziqlari yig'indisi orqali topilardi. Uzoq muddatli oraliqdagi taklifni firma takliflarini qo'shish orqali aniqlab bo'lmaydi. Nima uchun deganda, uzoq muddatli oraliqda bozor narxining o'zgarishiga ko'ra firmalar bozorga kiradi yoki undan chiqadi. Bu o'z navbatida firmalar taklif chiziqlarini qo'shib bo'lmasligini ko'rsatadi (qaysi firmalar bozorda qolayotganligini biz bilmaymiz).

Uzoq muddatli oraliqdagi taklifni aniqlashda ishlab chiqarish hajmining kengayishini faqat resurslardan foydalanishning kengayishi hisobidan bo'ladi, deb faraz qilinadi. Ixtiro va texnologiyaning ishlab chiqarishga ta'siri o'zgarmas, deb qabul qilinadi.

Uzoq muddatli oraliqdagi umumiy taklifning shakli tarmoqda ishlab chiqarish hajmi o'sishining yoki kamayishining foydalaniladigan ishlab chiqarish omillari narxiga ta'siri darajasiga bog'liqdir. Shuning uchun ham uch turdagi tarmoq xo'jaligiga qaraladi: xarajatlari o'zgarmas, o'suvchi va kamayuvchi tarmoqlar.

Xarajatlari o'zgarmas bo'lgan tarmoq. Tarmoqda ishlab chiqarish hajmining o'sishi foydalaniladigan resurslarning narxiga ta'sir qilmasa, tarmoqning kengayishi va qisqarishi muvozanat narx P_0 ga ta'sir qilmaydi. Biror sabab bilan (masalan, iste'molchi didining o'zgarishi) talab oshganda mahsulot narxi oshadi va tipik firma musbat iqtisodiy foyda ola boshlaydi. Bu foyda boshqa firmalarni ushbu tarmoqqa kirib kelishiga sabab bo'ladi. Boshqa firmalarning kirib kelishi taklifni oshiradi, natijada oshgan narx o'zining oldingi muvozanat holati P_0 ga qaytadi. Bundan kelib chiqadiki, xarajatlari o'zgarmas bo'lgan tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i narx uzoq muddatli o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlarini minimumiga teng bo'lganda gorizontall chiziqdan iborat bo'ladi (13.8-rasm).

Narx muvozanat narx R_0 dan yuqori bo'lsa iqtisodiy foyda musbat bo'ladi va bozorga Yangi firmalar kirib qisqa muddatli taklifni oshiradi va bu narxni oldingi muvozanat holatiga qaytaradi. O'zgarmas xarajatga ega tarmoqning uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar chizig'i gorizontall bo'ladi.



13.8-rasm. O'zgarmas xarajatli tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i

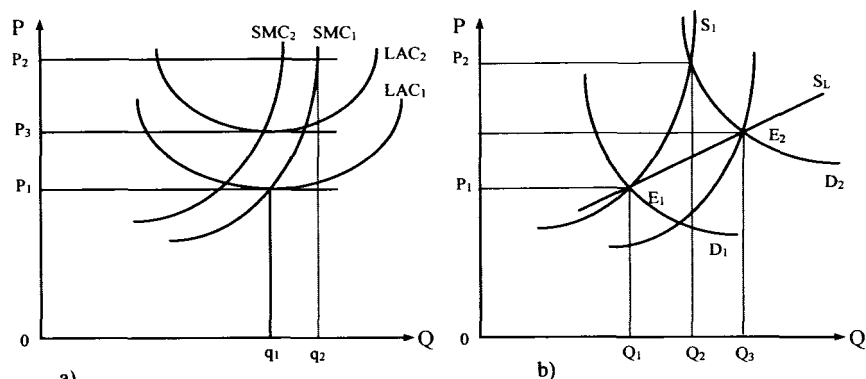
Masalan malakasiz ishchi kuchiga talab oshgani bilan uning narxi odatda o'zgarmaydi.

Xarajatlari o'sayotgan tarmoq. Xarajatlari o'suvchi tarmoqda, tarmoq kengayishi bilan birga bir qator yoki barcha omillarga talab oshadi va bu omillarning narxi ham oshadi.

Bu yerda misol tariqasida malakali ishchi kuchini keltirish mumkin. Yoki yerga solinadigan o'g'itlar narxi oshsa, yerga o'g'itning solinishi bir tomondan mahsulot ishlab chiqarishni oshiradi va shu bilan birga yerning qiymati ham oshadi.

Faraz qilaylik, tarmoq uzoq muddatli muvozanat holatda bo'lsin (E nuqta) (13.9-rasm, b). Taklif chizig'i D_1 dan D_2 holatga siljiganda (qisqa muddatli oraliqda) mahsulot narxi P_1 dan P_2 ga o'sadi, ishlab chiqarish hajmi esa Q_1 dan Q_2 ga.

Tipik firma (13.9-rasm, a) narx P_2 ga o'sganda foydani maksimallashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini q_1 dan q_2 ga oshiradi. Bu siljish qisqa muddatli Chekli xarajat SMC_1 chizig'i bo'yicha bo'ladi. Ko'rinib turibdiki, yuqori foyda tarmoqqa yangi firmalarning kirib kelishiga sabab bo'ladi.



13.9-rasm. Xarajatlari o'suvchi tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklifi

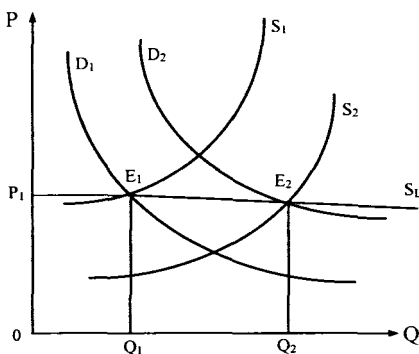
Tarmoqqa yangi firmalarning kirib kelishi, ishlab chiqarish hajmining oshishi, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan talabni oshiradi va bu o'z navbatida ba'zi bir yoki barcha foydalaniladigan omillar narxini oshishiga olib keladi.

Yangi firmalarning kirib kelishi bozor taklifi chizig'i S_1 ni S_2 holatga (ilgariday boshlang'ich muvozanat narxigacha emas, balki undan yuqoriroq bo'lgan muvozanat holatga) siljitadi va natijada Yangi muvozanat holat E_2 vujudga keladi, bu holatga Yangi muvozanat narx R_3 to'g'ri keladi va R_1 dan yuqori. Yangi muvozanat narx R_3 ning oldingi R_1 dan yuqori bo'lishi firmalarni o'sgan xarajatlarini qoplaydi va ularga uzoq muddatli oraliqdagi muvozanatda nolga teng foydani olishni ta'minlaydi. Nima uchun deganda, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan narxning oshishi firmaning uzoq muddatli va qisqa muddatli xarajatlarini o'sishiga olib keladi. Ushbu vaziyat (13.9-rasm, a)da o'z ifodasini topgan. Bu yerda uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar yuqoriga ya'ni LAC_1 dan LAC_2 ga siljiydi, Chekli qisqa muddatli xarajatlar chapga, SMC_1 holatdan SMC_2 holatga siljiydi. Yangi uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar minimumi Yangi muvozanat narx R_3 ga teng bo'ladi. Bu yerda ham o'zgarmas xarajatli tarmoq kabi boshlang'ich talab oshishi hisobidan olingan qisqa muddatli yuqori foyda uzoq muddatli oraliqda firma ishlab chiqarish hajmini oshirib borgan sari yo'qolib boradi, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan xarajat esa ortib boradi.

Demak, tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i uzoq muddatli muvozanat nuqtadan, ya'ni E_2 nuqtadan o'tadi (13.9-rasm b, S_L chizig'i).

Xarajatlari o'sayotgan tarmoqning uzoq muddatli taklif chizig'i o'ngga yuqoriga tomon yotiq bo'ladi, nima uchun deganda, tarmoqdagi firmalar sonini oshishi bilan bir qatorda barcha firmalar uchun resurslar narxi ham o'sib boradi.

Xarajatlari kamayib boradigan tarmoqda tarmoq ishlab chiqarishi ortib borganda, resurslarga bo'lgan narx pasayib boradi. Natijada tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i o'ngga pastga tomon yotiq bo'ladi (13.10-rasm).



13.10-rasm. Xarajatlari kamayuvchi tarmoqning uzoq muddatli taklif chizig'i

Tarmoq kengayganda, uning xarajatlarni kamaytirish imkoniyati ham keng bo'ladi. Masalan, yirik tarmoqda transport tizimini samarali tashkil qilish evaziga xarajatlar kamayishi mumkin, yirik tarmoqda resurslardan ham optimal foydalanish imkoniyati tug'iladi (masshtab samarasi) bu ham pirovardida mahsulot narxini pasaytirishga olib kelishi mumkin. O'rtacha xarajatning va tovar narxining pasayishi kengayayotgan tarmoqni Yangi muvozanat nuqtaga olib keladi (13.10-rasmda E_2 nuqta).

Umumlashtirib ta'kidlash mumkinki, alohida firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati o'rtacha xarajati minimal bo'lib, nolga teng bo'lgan iqtisodiy foyda olish bilan tavsiflanadi. Bu, ya'ni $P_E = \min(AC)$ bo'lishi yana shundan darak beradiki, iste'molchi o'zi talab qilgan hajmdagi mahsulotni mavjud xarajatlar imkoni darajasidagi eng minimal narxda sotib oladi. Bundan xulosa qilib aytish mumkinki, raqobatlashgan bozor samarali ishlab chiqarishni ta'minlaydi.

13.3. Masshtab samarasi

Xarajatlarning proporsional o'zgarishiga ishlab chiqarish masshtabining o'zgarishi deyiladi. Ishlab chiqarishda faqat ikkita omildan – ishchi kuchi (L) va kapitaldan (K) foydalanilganda, ulardan

foydalanish ikki barobar oshsa $2L$ va $2K$ bo'lsa, ishlab chiqarish masshtabi ikki barobar kengaydi deyiladi.

Xuddi shunday mehnat va kapitaldan foydalanish ikki marta qisqartirilsa ($0,5L$ va $0,5K$) ishlab chiqarish masshtabi ikki marta qisqarganligini bildiradi. Ishlab chiqarishda omillardan foydalanishning proporsional oshishi, ya'ni ishlab chiqarish masshtabining kengayishi mahsulot ishlab chiqarish hajmiga har xil ta'sir qiladi, u mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishi, kamaytirishi va o'zgartirmasligi mumkin.

Agar ishlab chiqarish masshtabi kengayganda omillar sarfi sur'atidan mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati yuqori bo'lsa, bunday ishlab chiqarish hajmining o'sishiga **musbat masshtab samarasi deyiladi**. Musbat masshtab samarasida uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar kamayadi.

Agar, ishlab chiqarish masshtabi kengayganda, omillar sarfi sur'atidan ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati past bo'lsa, bunday o'sishga **manfiy masshtab deyiladi**. Manfiy masshtab samarasida (keyinchalik ko'ramiz) uzoq muddatli oraliqda firma mahsulot ishlab chiqarishni oshirganda o'rtacha xarajatlar oshib boradi.

Ishlab chiqarish masshtabi kengayganda omillar sarfi sur'ati ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'atiga teng bo'lsa, bunday o'sishga **o'zgarmas masshtab samarasi deyiladi**.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

“A” firma qarzga olgan mablag'lari o'tgan yilda 2 850 000 so'mni, bu yil esa 3.5 mln so'mni tashkil qilgan. Shaxsiy mablag'lar o'tgan yillari 3.2 mln so'mni, bu yil esa 4.3 mln so'mni tashkil qilgan. O'tgan yilgi va bu yilgi barqarorlik koeffitsiyentini hisoblang.

barqarorlik=qarz mablag'lar/shaxsiy mablag'lar

$$B_1 = 2\,850\,000 / 3\,200\,000 = 0.89$$

$$B_2 = 3\,500\,000 / 4\,200\,000 = 0.81$$

Ikkinchi yil barqarorlik koeffitsiyenti ortgan. Korxona o'z imkoniyatlaridan hamda ichki imkoniyatlaridan ko'proq foydalanib, tashqi iqtisodiy ta'sir kamaygan.

2-masala

“A” firmada ishlab chiqarishning xarajatlarga nisbatan rentabelligi 50 %ni, umumiy xarajatlar esa 27.5 mln so'mni tashkil qiladi. Bu firma foydasi nimaga teng?

$$R = 50\%$$

$$UX = 27.5 \text{ mln}$$

$$R = F/IX * 100\%$$

$$50\% = x/27,5 * 100\%;$$

$$x = 50\% * 27,5 / 100\% = 13,75 \text{ mln. so'm foyda.}$$

3-masala

“D” firma 3,8 mln. so'mlik tovarga ega va uni sotishdan 1,4 mln. so'm foyda oldi. Agar shu tovar bilan bir yilda 5 marta oborot qilsa, firmaning yillik foydasi nimaga teng?

Yechish

$$1,4 \text{ mln} * 5 = 7 \text{ mln. so'm.}$$

4-masala

Korxonaning sof foydasi 200 000 so'm, ishlab chiqarish xarajatlari 100 000 so'm bo'lganda, foyda normasi qanday miqdorni tashkil qiladi?

Berilishi

$$\text{Foyda} = 200\,000$$

$$\text{Xarajat} = 800\,000$$

$$\text{Foyda normasi} = ? \quad F^1 = F/IX * 100$$

$$F^1 = \text{foyda};$$

$$UX = \text{ishlab chiqarish xarajatlari}$$

$$F^1 = 200000 / 800000 = 25\%$$

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Umumiy daromad qanday aniqlanadi?
2. O'rtacha daromad nima?
3. Qanday sharoitda foyda eng yuqori darajaga yetadi?
4. Qisqa muddatda foydani eng yuqori darajaga yetkazish uchun ishlab chiqarish hajmi qanday bo'lishi kerak?
5. Qisqa muddatda foydani eng yuqori darajaga yetkazish uchun talab va taklif hajmi qanday bo'lishi kerak?
6. Masshtab samarasini tushuntirib bering.

14.1. Sof monopoliya va bozor turlari

Sof monopoliya – bu bitta sotuvchi va ko‘p xaridorlar qatnashgan bozor yoki o‘rnini bosadigan tovar bo‘lmagan tovarni sotadigan yagona sotuvchi bo‘lgan bozor vaziyati yoki tarmoqda yagona hukmron firma bo‘lib, firmaning ishlab chiqarish va sotish chegarasi tarmoq chegarasiga teng bo‘lgan bozor. Sof monopoliya va raqobatlashgan bozor bir-biriga teskari bozorlar hisoblanadi.

Oligopoliya – bu bozor tizimida biror bir tovarni sotishda cheklangan firmalar hukmronlik qiladi.

Monopol raqobat bozori – to‘liq raqobatlashmagan bo‘lib, unda qatnashadigan firmalar soni ko‘p bo‘lib, ularning har biri o‘z tovarlari narxini ma‘lum chegarada nazorat qiladi, ya‘ni ular kichik bo‘lsa ham monopol hokimiyatga ega.

Monopsoniya – xaridor bitta bo‘lib sotuvchilar ko‘p bo‘lgan bozor. Agar bozorda monopolist – sotuvchi bilan monopolist xaridor uchrashsa, bunday holda ikki tomonlama monopoliya bo‘ladi.

Agar tarmoqda faqat ikkita firma faoliyat ko‘rsatsa, bunday oligopolik xususiy xolga duopoliya deyiladi. Agar biz bozor taklifi va talabning har xil shakldagi variantlar kombinatsiyasini qarasak, bozor tizimlari soni yanada ko‘payadi.

Sof monopoliya va bozor hokimiyati

Raqobatlashgan bozorda juda ko‘p sotuvchilar va xaridorlar qatnashadi, shu sababli ulardan birortasi ham tovar narxiga ta‘sir qila olmaydi, narxni bozorning o‘zi talab va taklifga ko‘ra shakllantiradi. Sotuvchilar va xaridorlar bu narxni qabul qiladilar va shu narxga ko‘ra qancha mahsulot sotish kerak yoki qancha mahsulot sotib olish kerakligi bo‘yicha qaror qabul qiladilar. Sof monopoliya raqobatlashgan bozorning aksi bo‘lib, bu yerda bitta sotuvchi va ko‘plab xaridorlar qatnashadi. Sof monopolistning raqobatchisi yo‘q.

Sof monopoliya mahsulot o‘rnini bosadigan boshqa mahsulot bo‘lmagan hududlarda vujudga keladi. Umuman olganda jahon va

milliy bozorlarda bitta mahsulotni bitta sotuvchi tomonidan sotilishi kamdan-kam uchraydi. Sof monopoliya ko'proq mahalliy bozorlarga xos bo'ladi. Masalan, tumandagi yagona kitob magazini, yagona telefon tansiyasi, yagona tish doktori, yagona jarrox yoki bo'lmasa mahalliy kommunal xo'jaligi xizmati. Yuqorida keltirilgan subyektlar bozor sharoitida narxga ta'sir qilish uchun real hokimiyatga ega.

Sof monopoliyaning vujudga kelishiga ta'sir qiluvchi yana bir omil bu – tarmoqqa kirish to'siqlarining kuchliligidir. Biror mahsulotni sotishdan tushadigan iqtisodiy foyda yuqori bo'lsa, bu raqobatlashgan bozor sharoitida boshqa firmalarni ham shu bozorga kirib kelishi uchun signal bo'lar edi. Agar monopol firma iqtisodiy foyda ola boshlasa, bu boshqa firmalarni ham ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishga undaydi. Demak, sof monopoliyani saqlab qolish uchun, boshqa raqobatlashmoqchi bo'lgan firmalar uchun maxsus to'siqlar bo'lishini taqozo qiladi. Tarmoqqa kirish to'siqlari – bu monopol firma bozoriga boshqa sotuvchilarni kirib kelishini to'xtatuvchi cheklanishlar.

Tarmoqqa kirish to'siqlaridan quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

1. Davlat tomonidan berilgan maxsus huquq. Masalan, mahalliy hokimiyatlarda aholiga transport xizmati ko'rsatish, pochta xizmati ko'rsatish, kommunal xizmatni ko'rsatish va aloqa xizmati ko'rsatish bo'yicha monopol huquqlar berib, rasmiy to'siqlar yaratadi.

2. Patentlar va mualliflik huquqi. Yangi texnologiya yaratganlar uchun patent va mualliflik huquqi berilishi, ularga ushbu yangilikni sotishda, undan foydalanish uchun litsenziya berishda monopol huquq beriladi. Lekin bunday huquq ma'lum muddatgacha kuchga ega bo'ladi. AQShda patent qonuniga ko'ra ixtirochi o'z ixtirosiga 17 yil egalik qiladi.

3. Biror bir ishlab chiqarish resursi taklifiga egalik qilish. Masalan, Amerikaning "De Birs" kompaniyasi jahonda sotiladigan, qayta ishlanmagan olmosning bozorida monopol hokimiyatga ega. Yuqoridagilardan tashqari insonning noyob qobiliyati va bilimi ham monopoliyani vujudga keltiradi.

Ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi ham tarmoqqa kirish uchun to'siq bo'lishi mumkin. Masalan, avtomobil zavodi ma'lum miqdorda avtomobil ishlab chiqarishga erishgandagina, uning umumiy xarajatlari minimal bo'ladi.

Monopol hokimiyat. Firma monopol hokimiyatga ega bo'ladi, qachonki u o'zining sotadigan tovari narxiga ta'sir qila olsa, ya'ni o'zgartira olsa. Monopol hokimiyat darajasi ushbu tovar o'rnini bosuvchi tovarning mavjudligi va tovarning bozordagi ulushi bilan belgilanadi. Monopol hokimiyatga ega bo'lish uchun firma sof monopolist bo'lishi shart emas. Firma mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i raqobatlashgan bozordagiday gorizontal bo'lmásdan, pastga yotiq bo'lishi kifoyadir. Agar talab chizig'i pastga yotiq bo'lsa, firma taklif hajmini oshirib yoki kamaytirib, mahsulot narxini o'zgartirishi mumkin.

Umuman olganda monopolist narxni nazorat qilishidan yutuqqa ega bo'ladi. Monopolistning taklifi raqobatlashgan bozor taklifiga ko'ra kam bo'ladi, tovar narxi esa, raqobatlashgan narxga nisbatan yuqori bo'ladi (monopol narx Chekli xarajatdan yuqori).

Tovarlarni monopol narxda sotilishi jamiyat xarajatini ko'paytiradi, aholining turmush darajasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Nima uchun deganda, ushbu tovarni sotib oluvchilar ko'proq pul sarflaydi, shu tovarni sotib oluvchilar soni ham kamayadi. Shuning uchun ham monopoliyaga qarshi qonun bozorlarni monopoliyaga aylantirishga yo'l qo'ymaydi.

Monopolist mahsulotiga talab. Raqobatlashgan bozorda firma maksimal foyda oladi, agar u Chekli daromad Chekli xarajatga teng holatni ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsa, $MR=MC$.

Bunday mahsulot hajmi optimal bo'ladi. Monopolist ham shu optimal ishlab chiqarish sharoitiga amal qilishi kerak bo'ladi. Sof monopolistik tovariga bo'lgan talab ham bozor talabi hisoblanadi. Monopolist o'z tovari narxini oshirsa unga talab kamayadi va aksincha, monopolist tovar narxini tushirsa unga talab ortadi.

Xuddi shunday sof monopolist taklifi ham bozor taklifi hisoblanadi. Masalan tovar ishlab chiqarishning o'zgaruvchan xarajatlari oshsa, monopolist maksimal foyda olish uchun tovar hajmini qisqartiradi.

Taklif hajmining qisqarishi va xaridorlar o'rtasida raqobatning mavjudligi tovar narxini oshiradi.

Raqobatlashgan bozorda firmaning Chekli daromadi mahsulot narxiga teng $MR=P$ va talab chizig'i gorizontal bo'lsa, monopol bozorda monopolist mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i pastga yotiqroq va monopolistning Chekli daromadi har doim narxdan kichik bo'ladi, ya'ni:

$$MR < P \quad (1)$$

Talab chizig'ining elastik qismida Chekli daromad $MR > 0$ bo'lgani uchun monopolist mahsulot hajmini 0-dan, Q miqdorgacha oshirganda uning umumiy daromadi TR oshadi. Talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida Chekli daromad manfiy, ya'ni $MR < 0$ bo'lgani uchun, talab chizig'ining ushbu qismida ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy daromadni kamaytiradi. Shuning uchun ham monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismidan qochishga harakat qiladi.

Monopol bozorda talabning o'zgarishi narxning va taklifning raqobatlashgan bozordagiday proporsional o'zgarishiga olib kelmaydi. Monopolist talab o'zgarganda mahsulot hajmini o'zgartirmasdan narxni o'zgartirishi yoki narxni o'zgartirmasdan hajmini o'zgartirishi yoki bir vaqtning o'zida narxni hamda mahsulot miqdorini o'zgartirishi mumkin.

Monopolistning maqsadi maksimal foyda olish bo'lsa, u tovar narxini xohlagancha oshira olmaydi. Narx oshishi bilan mahsulotga talab kamayib boradi, narx oshishi ma'lum darajaga yetganda umumiy daromad umumiy xarajatni qoplamadi. Monopolist qanday narx strategiyasini tutishini bilish uchun daromadning narxga ko'ra talab elastikligi bilan qanday bog'liqligini eslash zarur bo'ladi. Talab chizig'ining elastik bo'lgan qismida ($E_p > 1$) narxning pasayishi umumiy daromadni o'sishiga olib keladi. ($MR > 0$) elastiklik birga teng bo'lganda ($E_p = 1$) umumiy daromad maksimumga erishadi. ($MR = 0$) elastik bo'lmagan qismida narxning pasayishi umumiy daromadning pasayishiga olib keladi. ($MR < 0$) Shuni tushungan monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida harakat qilmaydi.

Monopolist ham raqobatlashgan bozordagi firma kabi Chekli xarajat bilan Chekli daromadni tengligini ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsagina maksimal foyda olishi mumkin.

Raqobatlashgan bozorda $R=MS$ bo'lganini ko'rgan edik. Monopolist narxni Chekli xarajadan yuqori belgilaydi ($R > MS$) va bu farq miqdor bo'yicha talab elastikligiga teskari proporsional bo'ladi.

$$MR=MS \quad (2)$$

(2) tenglamadan shunday xulosa kelib chiqadiki, agar talabning narx bo'yicha elastikligi qancha yuqori bo'lsa, mahsulot narxi shuncha Chekli xarajatga (MS)ga yaqinlashadi. Narx qanchalik Chekli xarajatga yaqin bo'lsa, monopol bozor raqobatlashgan bozorga shunchalik yaqin bo'ladi. Demak, talab yuqori darajada elastik bo'lsa, monopolist oladigan qo'shimcha foyda shuncha kichik bo'ladi.

Monopol hokimiyat ko'rsatkichi. Raqobatlashgan bozorda narxning Chekli xarajatga teng bo'lishi, maksimal foyda olishning zaruriy sharti edi. Monopol bozorda narx Chekli xarajadan yuqori belgilanadi ($R > MS$) ana shu farq ($MS-R$), ya'ni foydani maksimallashtiradigan narx bilan Chekli xarajat o'rtasidagi farq monopol hokimiyatni o'lchash usuli bo'lishi mumkin. Monopol hokimiyatni xuddi ushbu usulda aniqlashni 1934-yilda iqtisodchi olim Abba Lerner taklif qilganligi uchun bu ko'rsatkich Lernerning monopol ko'rsatkichi degan nomni olgan:

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = -\frac{1}{E_p^D}.$$

Bu yerda L - monopol hokimiyatning Lerner indeksi;

R - monopol narx;

MS - Chekli xarajat;

E_p^D - talabning narxga ko'ra elastikligi.

Masalan, benzinga talabning narx bo'yicha elastikligi-5 bo'lsa,

$$L = -\frac{1}{E_p^D} = -\frac{1}{-5} = 0,2.$$

Benzin sotuvchi firmaning monopol hokimiyati 0,2ga teng.

Shuni ta'kidlash kerakki, yuqori monopol hokimiyat yuqori foyda olishni kafolatlamaydi. Foyda o'rtacha xarajatning narxga bo'lgan

nisbatiga bog'liq. Agar ikki firmadan birinchisining monopol hokimiyati, ikkinchi firmaning o'rtacha xarajatidan juda yuqori bo'lsa, uning oladigan foydasi ikkinchi firma foydasidan kichik bo'ladi. Yuqoridagi tenglama ko'rsatadiki, talab qanchalik elastik bo'lsa, shunchalik monopol hokimiyat yuqori. Demak, monopol hokimiyatning kelib chiqish sababi, talab elastikligidir.

Amaliyotda Chekli xarajatni hisoblash qiyin bo'lgani uchun, uni o'rtacha xarajat bilan almashtiradi. Bu holda formula quyidagi ko'rinishni oladi:

$$L = \frac{P - AC}{P}.$$

Agar biz ifodaning surat va maxrajning Q ga ko'paytirsak, maxrajda umumiy daromadni, suratda foydani olamiz:

$$L = \frac{(P - AC) \cdot Q}{P \cdot Q} = \frac{\pi}{TR}.$$

Shunday qilib Lerner ko'rsatkichi yuqori foyda olishni monopoliyaning dalolati ekanligini ko'rsatadi.

Monopol hokimiyatni xarakterlash uchun bozorni markazlashuv darajasi ko'rsatkichidan ham foydalaniladi. Bu ko'rsatkich birinchi bo'lib Xerfindal-Xirshman indeksi, deb yuritiladi. Bu indeks korxonalarning bozordagi ulushlari yig'indisi sifatida qaraladi va qaysi firmaning bozordagi ulushi yuqori bo'lsa, u firma bozorda monopol hokimiyatiga ega bo'lishi mumkin yoki shunday imkoniyat mavjud, deb qaraladi. Firmalar bozordagi ulushiga ko'ra tartiblashtiriladi, masalan:

$$I = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2.$$

Bu yerda: I- Xerfindal-Xirshman indeksi;

S_1^2 - bozorda eng katta ulushga ega bo'lgan firma;

S_2^2 - undan keyingi kattalikdagi ulushga ega firma va hokazo;

S_n^2 - eng kichik ulushga ega bo'lgan firma.

Agar tarmoqda yagona firma bo'lib uning mahsuloti $S_1^2 = 100\%$ tashkil qilsa unda bunday xol sof monopoliya bo'ladi, ya'ni Xerfindal-Xershman indeksi $I = 10000$ ga tengdir.

Masalan, AQShda Xershman-Xermendal indeksi $I=1800$ dan oshgan tarmoqlar, monopol tarmoqlarga kiradi. Yuqoridagi indeksdan monopoliyaga qarshi olib boriladigan faoliyatda foydalaniladi. Bozorning katta qismini bir necha firmalar tomonidan egallab olinishi holatiga bozorning markazlashuvi deyiladi.

Monopol narxga soliqning ta'siri. Yuqorida ko'rgan edikki, raqobatlashgan bozorda bir birlik mahsulotga qo'yilgan soliq, mahsulotning bozor narxini soliq miqdoriga nisbatan kichikroq miqdorga o'zgartiradi va bu Soliq yuki ham iste'molchiga ham sotuvchiga taqsimlanadi. Monopol bozorda Soliq qo'yilganda, mahsulot narxi Soliq miqdoridan ko'proq miqdorga oshishi mumkin.

Faraz qilaylik monopol bozorda har bir birlik mahsulot soliqqa tortiladi. Soliq miqdori t so'mga teng va monopolist sotilgan har birlik mahsulot uchun davlatga t so'm Soliq to'laydi. Demak, firmaning o'rtacha va Chekli xarajatlari t so'mga oshadi. Unda firmaning boshlang'ich Chekli xarajati quyidagicha bo'ladi.

Chekli xarajat chizig'ini yuqoriga siljishi ishlab chiqarish hajmi Q_0 dan Q_1 gacha pasaytiradi, narxni R_0 dan R_1 ga ko'taradi.

Buning sababi, monopol bozorda narxning Chekli xarajatga nisbati talabning elastikligiga bog'liq.

$$E_p^D = P + \frac{P}{MC}.$$

Masalan, $E_p^D = -2$ bo'lsa, monopol narx formulasiga ko'ra Soliq t ga teng bo'lganda,

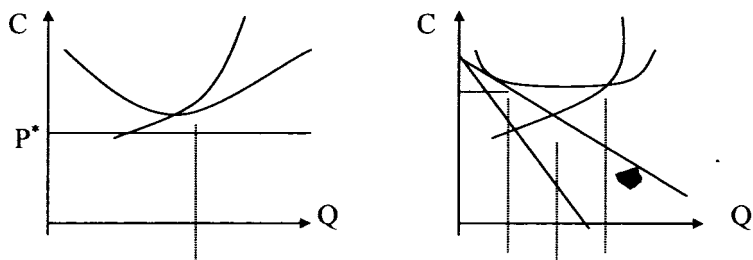
$$R = \frac{MC + t}{1 + \frac{1}{-2}} = 2(MC + t) = 2MC + 2t$$

Narx Soliq miqdoriga nisbatan ikki barobar ortadi.

14.2. Oligopoliya. Narxlar jangi

Yuqoridagi boblarda ko'rgan edikki, raqobatlashgan bozorda iste'molchi va ishlab chiqaruvchilarning ortiqchaliklari o'zining maksimal qiymatiga erishadi. Monopol raqobatlashgan bozorning samarali yoki samarasiz ekanligini tahlil qilish uchun raqobatlashgan

bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlarini taqqoslaymiz. Raqobatlashgan va monopol raqobatlashgan bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlari 14.1-rasmda keltirilgan.



14.1-rasm. Raqobatlashgan va monopol raqobatlashgan bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlari

Bu ikki bozor o'rtasidagi farqlarni quyidagilarda ko'rish mumkin:

1. Raqobatlashgan bozorda $R^* = MS$ bo'lsa, monopol raqobatlashgan bozorlardagi narx Chekli xarajatdan yuqori $R_m > MS$, demak, iste'molchi qo'shimcha bir birlik mahsulot uchun to'laydigan narx, bir birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajatidan yuqori. Agar ishlab chiqarish hajmi Q_m dan Q_E miqdorgacha oshirilganda (MS chizig'i bilan talab chizig'i kesishgan E nuqta) iste'molchi va ishlab chiqaruvchining umumiy ortiqchaligi shtrixlangan maydon miqdoriga teng miqdorda oshgan bo'lar edi.

Buning sababi monopol hokimiyatning sof yo'qotishlarga olib kelishidir, monopol raqobatlashgan bozordagi korxonalar ham nisbatan monopol hokimiyatga ega.

2. Raqobatlashgan bozorda muvozanat holat N nuqtada erishilsa, monopol raqobatlashgan bozorda M nuqtada erishiladi. Raqobatlashgan bozorda talab chizig'i gorizontaal bo'lib, firmaning foydasini 0-ga teng bo'lish nuqtasi o'rtacha xarajatning minimal qiymatiga to'g'ri keladi. Monopol raqobatlashgan bozorda talab chizig'i pastga tomon yotiq bo'ladi. Shuning uchun ham firma foydasining 0-ga teng nuqtasi

oʻrtacha xarajatning minimal nuqtasidan chaproq tomonga siljigan boʻladi va firma $\Delta Q = Q_N - Q_M$ miqdorga teng rezerv quvvatga ega boʻladi. Bu rezerv quvvatlar samarasiz hisoblanadi. Nima uchun deganda oʻrtacha xarajatlarni ishlab chiqarish hajmini oshirib, kamaytirish mumkin. Bunday samarasizlik aholining turmush darajasini pasaytiradi. Demak, monopol raqobatlashgan bozor samarasiz hisoblanadi. Lekin shu bilan birga monopol raqobatlashgan bozorning ijobiy tomonlari toʻgʻrisida ham gapirish mumkin.

Monopol raqobatlashgan bozordagi firmalarning monopol hokimiyati katta emas. Bozordagi firmalarning mahsulotlari bir-birini oʻrnini bosadi va shuning uchun ham alohida firma yuqori monopol hokimiyatga ega boʻla olmaydi. Demak aytish mumkinki, monopol hokimiyatdan koʻradigan sof yoʻqotishlar ham uncha katta boʻlmaydi. Talab chizigʻining yotiqligi, talabning elastik ekanligini bildiradi, shuning uchun firmalarning rezerv quvvati ham katta emas. Boshqa tomondan, monopol raqobatlashgan bozor tovarlar assortimentini kengaytiradi. Bu oʻz navbatida isteʼmolchilarga raqobatlashgan tovarlar bozorida tanlash imkoniyatini oshiradi. Monopol raqobatlashgan bozorga misol sifatiga tish yuvish pastalari bozori, kiyim-kechak va oziq-ovqat bozorlarini keltirish mumkin.

Oligopoliya – bu shunday bozor turiki, undagi tovar taklifining hammasi yoki deyarli hammasi bir necha ishlab chiqaruvchi firmalar tomonidan boʻlib olingan va bu bozorga Yangi firmalarning kirishi katta toʻsiq orqali cheklangan boʻladi.

Oligopoliya soʻzi grekcha boʻlib (oligos – bir necha poleo – sotaman) sotuvchilarning kimligini bildiradi. Oligopol tarmoqlarga misol sifatida AQShning avtomobil sanoati, poʻlat, alyumin, elektrouskunalar va kompyuter tarmoqlarni keltirish mumkin. Bu tarmoqlarda ishlab chiqariladigan umumiy mahsulot hajmi bir necha firmalar hissasiga toʻgʻri keladi.

Oligopolik bozorni uning quyidagi uchta xususiyati ajratib turadi:

✓ birinchidan, tarmoqda faoliyat koʻrsatayotgan firmalarning kamligi;

✓ ikkinchidan, tarmoqqa kiruvchi firmalar uchun kuchli to‘siqlarning mavjudligi;

✓ uchinchidan, oligopolik bozordagi firmalarning harakati bir-biriga bog‘liqligi.

Oligopolik bozorinnig uchinchi xususiyatiga ko‘ra, firmalarning iqtisodiy harakatlari bir-biriga bog‘liq, ya’ni har bir firma biror iqtisodiy strategiyani tanlaganda, boshqa firmalarning ushbu strategiyaga bo‘lgan munosabatini e’tiborga olish kerak bo‘ladi.

Masalan, bir firma o‘z mahsulotiga talabni rag‘batlantirish uchun mahsulotning narxini 10 %ga kamaytirsa, u asosan raqobatlashuvchi firmalar hisobidan o‘z mahsulotini sotish hajmini anchaga oshirishi mumkin.

Lekin firmaning bu narx siyosatiga javoban boshqa raqobatlashuvchi firmalar har xil iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin:

Birinchidan, boshqa firmalar e’tibor bermasligi mumkin;

Ikkinchidan, ular ham narxni 10 %ga tushirishi mumkin, natijada firmalar oladigan foyda miqdori kamayada, xatto 0-ga teng bo‘lishi ham mumkin;

Uchinchidan, boshqa firma bu firmani sindirish maqsadida mahsulotga bo‘lgan narxni 10 %dan yuqoriroq pasaytirishi mumkin, lekin bunday holatni davom etishi narxlar jangiga olib kelishi mumkin. **Narxlar jangi** – bu raqobatlashadigan firmalar tomonidan oligopolik bozorda narxlarning bosqichma-bosqich tushurishidir.

Umuman olganda oligopolik bozorda firma tomonidan qabul qilingan har qanday iqtisodiy siyosat narxlarni o‘zgartirish, ishlab chiqarish hajmini o‘zgartirish, reklamani kuchaytirish-raqobatlashuvchi firmalarning ushbu siyosatga bo‘lgan munosabatini bilishni va uni prognoz qilishni talab qiladi. Narxlar jangi narx o‘rtacha xarajatga teng bo‘lgunga qadar davom etadi, ya’ni: $R=AS=MS$. Bu tenglik oligopolik bozor muvozanatini beradi. Muvozanat holatda hech bir firma narxini kamaytirishdan qo‘shimcha foyda ola olmaydi. Muvozanat holatda firmalarning iqtisodiy foydasi nolga teng.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Qanday firmalar raqobatlasha oladilar?

2. Sof monopoliya nima?

3. Tabiiy monopoliyalar nima?

4. Monopol hokimiyat va monopol hokimiyat ko'rsatkichlarini tushuntirib bering.

5. Monopol narx nima?



15-bob. BOZOR HOKIMIYATI SHAROITIDA NARX BELGILASH TAMOIYILLARI

15.1. Qamalgan shaxs muammosi

O'yinlar nazariyasida eng oddiy o'yinlar turiga ikki kishi qatnashadigan o'yin kiradi. Agar o'yinda uch va undan ortiq o'yinchi qatnashsa, u holda ba'zi o'yinchilar kelishib strategiya tuzishi mumkin, bu esa tahlilni murakkblashtiradi. To'lov summasiga ko'ra o'yinlar to'lov summasi nolga teng va noldan farqli bo'lishi mumkin. To'lov summasi nol bo'lgan o'yinga antogonistik o'yinlar deyiladi: yutilgan summa, boy berilgan summaga teng, ya'ni umumiy yutuq nolga teng. O'yinchilarning kelishuviga ko'ra, o'yinlar kooperativ (bu yerda o'yinchilar kelishib koalitsiya tuzadilar, ya'ni bir necha o'yinchi kelishib birgalikda harakat qiladi) va nokooperativ (har bir o'yinchi o'zi uchun o'ynaydi).

Nokooperativ, to'lov summasi nolga teng bo'lgan o'yinga Kurno modeli misol bo'lsa, to'lov summasi nolga teng bo'lmagan o'yinga "qamalgan shaxs muammosi" kiradi. Ushbu muammoning ahamiyati ham shundaki, oligopol firmalar ushbu muammoga ko'proq duch keladilar. "Qamalgan shaxs muammosi" mazmuni shundan iboratki, ikki kishi birgalikda jinoyat qilinganlikda ayblanadi. Ularning har biri alohida xonaga qamalgan va ular bir-biri bilan aloqa qila olmaydi. Ularning har birini jinoyat qilganligini bo'yniga olishni talab qilmoqda. Har birining oldidagi asosiy muammo bayon qilingan, lekin isbotlanmagan jinoyatni bo'yniga olish kerakmi yoki yo'qmi?

Agar ikkalasi ham jinoyat qilganini bo'yniga olishsa, ularning har biriga 6 yildan qamoq jazosi beriladi. Agar ular bo'yniga olishmasa, isbotlovchi material yo'qligi uchun jinoyatni isbot qila olishmaydi, natijada ikkalasi ham 3 yildan jazo oladi. Agar ikkalasidan bittasi jinoyat qilganligini bo'yniga olsa, 1 yil qamoq jazosini oladi, bo'yniga olmagan 10 yil jazo oladi.

Har bir qamalgan shaxs oldida muammo turadi. Agar ikkalasi kelisha olsa ular har biri 3 yildan qamoq jazosini olar edi. Lekin,

ularning bir-biri bilan gaplashish imkoniyati yo'q. Agar kelishgan taqdirda ham ular bir-biriga ishonishi qiyin. Nima uchun deganda 3 yil o'rniga 1 yil qamoqda o'tirish, ularni har qanday majburiyatdan kechishga majbur qilishi mumkin. Yechimlar matritsasiga qarasak, A shaxs qaysi variantni qo'llashidan qat'iy nazar B shaxs bo'yniga olsa u yutib chiqadi ya'ni ikkala variantda ham B shaxs A shaxsdan ko'p vaqtga qamalmaydi (6 yoki 1 yil). Xuddi shunday, B shaxs qaysi yechimni tanlamasin, agar A shaxs bo'yniga olsa u ham yutib chiqadi. Demak, ikkalasini ham bo'yniga olish yechimini tanlashi ehtimoli yuqoriroq.

Oligopolik firmalar ham ko'p xollarda "qamalgan shaxs muammo"sigacha uchraydi, bunday holatda firmalar oldida ham quyidagi variantlardan biri turadi: agressiv raqobat – orqali ikkinchi tomonga qarashli bozor ulushining ma'lum qismini egallash (narx strategiyasi orqali), yoki passiv harakat qilish, yoki ikkinchi tomon bilan kelishish. Lekin u passiv harakat qilsa, ikkinchi tomon agressiv harakat qilib, uning bozordagi ulushini bir qismini egallab olishi mumkin. Shuning uchun ham firmalar oldida "qamalgan shaxs muammosi" turadi.

15.2. Qamalgan shaxs muammosi yordamida narx belgilash

Qattiq narx siyosati. Oligopolik firmalar ko'proq narxlarni barqaror bo'lishini yoki narx qattiq o'rnatilgan bo'lsa, uni o'zgartirmaslikka harakat qiladilar. Bozor talabi yoki xarajatlar pasayganda ham firmalar narxni o'zgartirishga (kamaytirishga) shoshilmaydilar, nima uchun deganda narxni birorta Firma tomonidan pasaytirilishi "narxlar jangiga" olib kelishi mumkin, ya'ni boshqa firmalar ham bozordagi ulushini yo'qotmaslik uchun narxlarni pasaytirishga harakat qiladi. Bozor talabi yoki xarajatlar oshganda ham firmalar narxni oshirishdan cho'chiydilar, bordi-yu ular narxni oshirsa boshqa firmalar o'z narxlarini oshirmasligi mumkin.

Narx belgilashda liderlik. Narx belgilashda **lider-firma** narxni birinchi bo'lib, belgilaydi, qolganlar uning narxiga qarab o'z narxlarini belgilaydi. Bunday firmalarni ergashuvchi firmalar deymiz. Lider

firmaning narx belgilashi, lider narxni belgilaganda **ergashuvchi firmalarning** harakatiga bog'liq bo'ladi, ya'ni lider narxni oshirsa, ergashuvchilar ishlab chiqarishni oshiradilarmi yoki bozordagi oldingi ulushini saqlaydimi? Agar ergashuvchilar o'z ishlab chiqarish hajmlarini cheklasalar, lider foydasi maksimallashtiradigan umumiy narxni belgilaydi yoki lider o'z foydasini maksimallashtiradigan narxni o'rnatadi, ergashuvchilar esa ushbu narxda qancha xohlasa, shuncha ishlab chiqarishi mumkin bo'ladi.

Umumiy sotiladigan mahsulot miqdori

$$Q_T = Q_E + Q_L \text{ tenglashib qoladi.}$$

Amalda bozorda harakat qilayotgan yirik firma lider bo'ladi, lekin vaqt o'tishi bilan liderlar ham o'zgarib turadi.

Lider firma o'zining bozordagi ulushini aniqlashi uchun, birinchi navbatda, ergashuvchi firmalarning taklif chizig'ini, ya'ni ularning taklif funksiyasini oldindan bilishi kerak bo'ladi. Quyidagi misol buni ko'rsatadi:

Faraz qilaylik, duopol bozorda faoliyat ko'rsatayotgan ikki firmadan biri lider, ikkinchisi ergashuvchi firma sifatida harakat qilayotgan bo'lsin.

Faraz qilaylik, birinchi firma-lider, ikkinchi firma ergashuvchi bo'lsin.

Birinchi lider firmaning foyda funksiyasini quyidagicha yozish mumkin:

$$\pi_1 = TR_1 - TC_1$$

bu yerda: $TR_1 = p \cdot q_1$ va $TC_1 = h(q_1)$.

Teskari talab funksiyasini $R = f(q_1 + q_2)$ desak, liderning daromadi $TR_1 = f(q_1 + q_2) \cdot q_1$ ga teng bo'ladi.

Bu yerda q_1 va q_2 lar mos holda lider va ergashuvchi firmalarning ishlab chiqarish hajmlari.

Ma'lum, duopol bozorda har bir firmaning ikkinchi firma ishlab chiqarish hajmidan bog'liq reaksiya ishlab chiqarish funksiyasi muhim ahamiyatga ega. Bu yerda lider firma ikkinchi firmaning reaksiya funksiyasidan xabardor, deb faraz qilinadi, ya'ni: $q_2 = g(q_1)$.

U holda lider firmaning daromad funksiyasi quyidagicha yoziladi:

$$TR=f(q_1+g(q_1)) \quad q_1=f(q_1).$$

Lider firmani o'z raqibi bo'lgan ergashuvchi firmaning reaksiya funksiyasini bilishi unga o'z daromad funksiyasini faqat o'zining ishlab chiqarishi hajmiga bog'liq ravishda ifodalashga imkon beradi. Ikkinchi tomondan, lider – firmaning umumiy xarajat funksiyasi ham faqat q_1 ga bog'liq bo'lgani uchun, liderning umumiy foydasi quyidagicha aniqlanadi:

$$\pi_1 = \{TR_1 = f(q_1)\} - \{TC_1 = (q_1)\}$$

va bunda $\pi_1 = f^*(q_1)$ deb yozishimiz mumkin.

Kelishuv yechimi (Kartel yechimi). Kelishuv yechim, duopol bozordagi ikkala firmaning ma'lum bir shartnoma asosida birgalikda kelishib harakat qilishiga asoslanadi. Shartnomada firmalarning har biri qancha miqdorda tovar ishlab chiqarishi, uni qanday narxda sotishi va tushgan foydani qanday qilib o'rtada bo'lishi kelishilgan holda ko'rsatilishi mumkin. Firmalar kelishib harakat qilganda umumiy foydani maksimallashtiradilar. Ikkala firmaning kelishib harakat qilishi duopol bozorda sof monopoliyani vujudga kelishiga olib keladi.

Yuqoridagi ma'lumotlarga ko'ra kelishuv strategiyasini ko'rib chiqamiz.

Misol, duopol bozorda ikkita firma harakat qilayapti. Umumiy bozor talabi $R=300-0,5Q_D$. Firmalarning umumiy xarajatlari funksiyalari quyidagicha berilgan:

$$TS_1=0,25 q_1^2; \quad TS_2=30q_2.$$

Ikkala firma kartel tuzib harakat qilmoqchi. Kelishuvga ko'ra umumiy foydaning 38 %ni birinchi firma, 62 %ni ikkinchi firma olmoqchi deylik. Har bir firmaning ishlab chiqarish hajmini, bozor narxini va firmalar oladigan foydani hisoblash zarur.

Yechish. Bozor talabini quyidagicha yozamiz:

$$R=300 - 0,5 (q_1 + q_2) \text{ bu yerda } Q_D = q_1 + q_2 \quad (1)$$

Umumiy foyda quyidagiga teng:

$$\pi = \pi_1 + \pi_2 = (TR_1 - TC_1) + (TR_2 - TC_2)$$

Bundan va berilgan ma'lumotlarga ko'ra foyda quyidagiga teng:

$$\pi = P \cdot q_1 - 0,25q_1^2 + P \cdot q_2 - 30q_2 \quad (2)$$

(1)dagi qiymatni (2)ga qo'ysak

$$\pi = [300 - 0,5(q_1 + q_2)] \cdot (q_1 + q_2) - 0,25q_1^2 - 30q_2 \quad (3)$$

(3) ni ixchamlasak quyidagini olamiz:

$$\pi = 300q_1 - q_1 \cdot q_2 - 0,75q_1^2 + 270q_2 - 0,5q_2^2 \quad (4)$$

Umumiy foydani maksimallashtiradigan q_1 va q_2 larni topish uchun (4)dan q_1 va q_2 bo'yicha xususiy hosila olib, ularni nolga tenglashtirib, q_1 va q_2 larga nisbatan yechamiz.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Monopol narx nima?
2. Bozor sharoitida qanday narxlar amal qiladi?
3. Qamalgan shaxs muammosini qanday hal qilish mumkun.
4. Bozor sharoitida narxni belgilashda qanday mexanizmlar hisoblaniladi.

16-bob. MEHNAT BOZORI VA KORXONALARDA MEHNAT RESURLARIDAN FOYDALANISH

16.1. Mehnat bozori, raqobatlashgan mehnat bozori

Ishlab chiqarish omillari bozori deganda, mehnat, xom ashyo, kapital, yer va boshqa ishlab chiqarish resurslari bozori tushuniladi. Resurslar bozoridagi talab va taklif iste'mol tovarlari bozori ta'sirida shakllanadi.

Qo'shimcha yollangan bitta ishchi kuchidan olinadigan qo'shimcha daromad mehnatning Chekli daromadliligi deyiladi va u MRP_L orqali belgilanadi:

$$MRP_L = MP_L \cdot MR$$

Bu yerda: MRP_L - mehnatning Chekli daromadliligi;

MP_L - mehnatning Chekli mahsuloti;

MR - Chekli daromad.

Chekli daromadning kamayish qonuniga ko'ra mehnatning Chekli mahsuloti ish vaqti uzayishi bilan kamayib boradi. Demak, MRP_L chizig'i narx o'zgarmasa ham pastga qarab yo'nalgan bo'ladi.

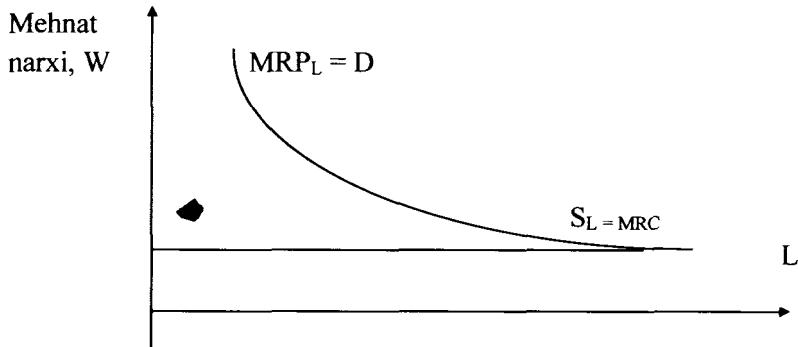
Mehnatni Chekli daromadliligi MRP_L dan ishchilarni yollashda foydalanish mumkin. Agar firma o'z foydasini maksimallashtirmoqchi bo'lsa u yollashni mehnatni Chekli daromadliligi ish haqiga teng bo'lganga qadar davom ettiradi, yani:

$$MRP_L = W,$$

bu yerda W – ish haqi.

Agar $MRP_L < W$ bo'lsa, firma qo'shimcha ishchi kuchini yollab, o'z foydasini oshirishi mumkin.

Ushbu shart quyidagi 16.1-rasmda ifodalangan.



16.1-rasm. Raqobatlashgan mehnat bozorida mehnat narxining uning miqdoridan bog‘liqligi

Mehnatga bo‘lgan talab D_L , MRP_L chizig‘i bilan ustma-ust tushadi. D_L talab chizig‘iga ko‘ra, mehnat narxi pasaygan sari unga bo‘lgan talab ham ortib boradi va aksincha. Mehnat bozorida ishchi kuchiga talab – bu firmalarning ishchi kuchiga talabidir. Taklif ishchilar tomonidan bo‘ladi.

Mehnat bozori raqobatlashgan bo‘lgani uchun mehnat narxi bozor tomonidan shakllanadi va unga bozor subyektlari ta’sir qila olmaydi (raqobatlashgan iste’mol bozoridagi kabi). Bu barcha ishchilar qaysi firmada ishlashidan qat’iy nazar, bir xil ish haqi oladi va firmalar bu narxni oldindan berilgan narx sifatida qabul qiladilar. Shuning uchun ham alohida firma uchun mehnat resurslari taklif chizig‘i gorizontal, ya’ni u absolyut elastik.

Shuning uchun firmaning mehnat uchun Chekli xarajati MRC ish haqiga teng:

$$MRC = W^* = MRP_L,$$

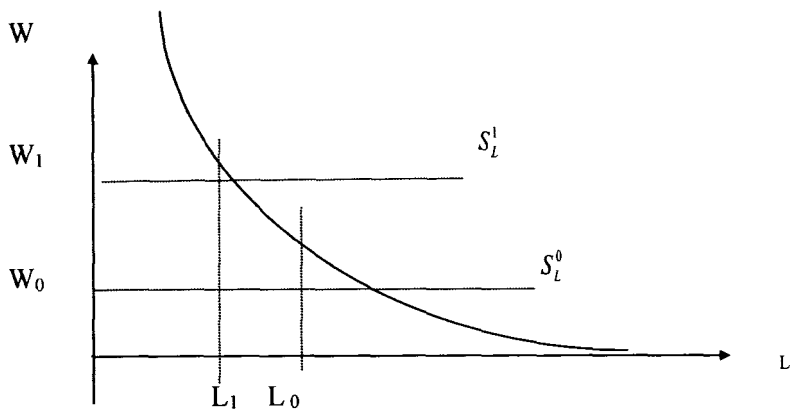
bu yerda: MRC – firmaning mehnatga bo‘lgan Chekli xarajati.

Ish haqining o‘zgarishi ishchi kuchiga bo‘lgan talabni o‘zgartiradi. Agar ish haqi W_0 dan W_1 gacha oshsa (16.2-rasm), yollanadigan ishchilar soni L_0 dan L_1 gacha qisqaradi; agar ish haqi W_2 gacha pasaysa, ishdagi ishchilar soni L_2 gacha oshadi.

Mehnat bozorida firma foydasini maksimalashtiradigan shart, ya'ni mehnatni Chekli daromadlilikining ish haqi stavkasiga tengligi iste'mol bozoridagi $MR - MC$ shartga o'xshashdir.

(1) va (3) tenglikdan foydalanib quyidagi munosabatni yozamiz:

$$MRP_L = MP_L \cdot MR = W \text{ tenglikning ikkala tomoni}$$

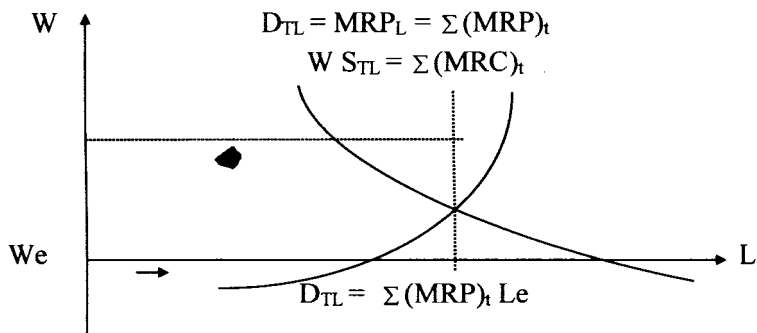


16.2-rasm. Ishchi kuchiga talab bilan ish haqi o'rtasidagi bog'liqlik

Chekli mahsulot MR_L ga bo'lamiz. Natijada quyidagini olamiz:

$$MR = \frac{W}{VR_L}. \quad (4)$$

(4) – munosabatning o'ng tomoni ish haqi stavkasining bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan mehnat sarfiga ko'paytirilganiga teng, ya'ni bu ishlab chiqarishning chekli xarajatidir.



16.3-rasm. Tarmoq mehnat bozori

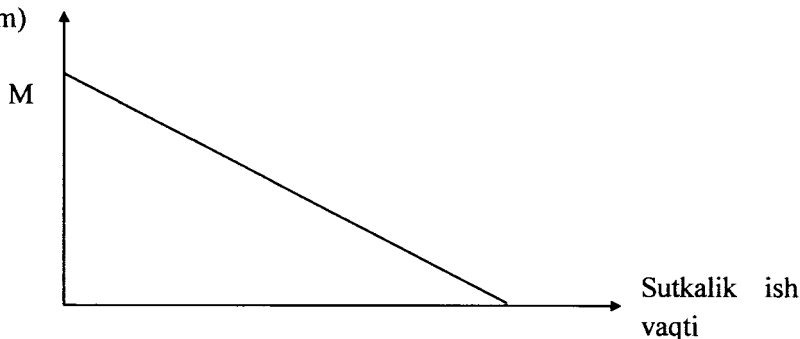
Tarmoq bo'yicha mehnat bozorini ko'rib chiqamiz. Umumiy bozor talabi tarmoqdagi firmalar talablari yig'indisi bilan aniqlanadi (16.3-rasm).

Bu yerda: $MRC_t = W_t t$ – ishchi uchun sarflanadigan qo'shimcha xarajat, ya'ni, ish haqi.

Mehnat qilish va dam olish o'rtasidagi bog'liqlik. Har bir ishchi oldidagi masala, bu qancha ishlab, qancha dam olish muammosidir. Agar sutkada 24 soat bo'ladigan bo'lsa, ishchi 24 soat ishlasa, u M so'mga teng bo'lgan maksimal daromad olishi mumkin. (16.4-rasm).

Daromad,

(so'm)



16.4-rasm. Bir sutkadagi ish vaqti

Agar u ishlamas, uning maksimal dam olishi bir sutkaga, ya'ni 24 soatga teng bo'ladi. Ishchining "daromad va bo'sh vaqti" byudjet chizig'ini MN chizig'i orqali ifodalash mumkin. Ma'lumki, ishchi har doim sutkasiga 24 soat ishlayvermaydi. Tabiiyki, ishchining ish vaqti chegaralangan bo'ladi, u ma'lum vaqt dam olib, o'zining ishlash qobiliyatini tiklash kerak bo'ladi. Bundan tashqari, dam olish uning ma'naviy o'sishini ta'minlaydi. Demak, ishchi ma'lum vaqt ishlab, ma'lum miqdorda naf olsa (daromad olsa), u ma'lum vaqt dam olganda ham qandaydir naf oladi (ma'naviy o'sish, zavqlanish). Demak, ishchini qancha vaqt ishlab, qancha vaqt dam olishi kerakligi to'g'risidagi masalani quyidagicha qo'yish mumkin:

Ishchining ishlash vaqti va dam olish vaqtidan bog'liq naflilik funksiyasini quyidagicha yozamiz:

$$U = U(t, T)$$

bu yerda: U - naflilik funksiyasi; t - ish vaqti; T - dam olish vaqti.

Demak, ishchi sutkadagi 24 soatni ish vaqtiga va dam olish vaqtiga shunday taqsimlashi kerakki, natijada u maksimal naf olsin:

$$U = U(t, T) = \max.$$

Quyidagi shart bajarilgan:

$$t + T \leq 24.$$

Optimal yechimga ko'ra, dam olish vaqti t_E soatga teng bo'lsa, ish vaqti $T_E = 24 - t_E$ ga teng. Ishchining bir soatlik ish haqi W so'mga teng bo'lsa, uning umumiy daromadi quyidagicha topiladi:

$$R_E = W(24 - t_E). \quad (8)$$

Ishchi naflik funksiyasini maksimallashtiradi, agar bo'sh vaqt bilan daromadni Chekli almashtirish normasi MRS_{LR} ish haqi W ga teng bo'lsa, $MRS_{LR} = W$.

Faraz qilaylik, ish haqi stavkasi W_0 dan W_1 ga oshdi. Byudjet chizig'i NM_1 holatga siljiydi.

Agar biz $M_1 N$ byudjet chizig'iga parallel bo'lgan va U_2 befarqlik chizig'i bilan kesishadigan AV byudjet chizig'ini o'tkazsak, daromad va o'rni bosish samarasini aniqlashimiz mumkin.

O'rni bosish samarasi bo'sh vaqtni qisqarishi va ish vaqtining ortishi natijasida daromadning o'sishi bilan ifodalanadi, ya'ni, ma'lum miqdordagi bo'sh vaqt ish vaqti bilan almashtiriladi. 16.5-rasmda bu t_2

dan t_0 ga siljishini ifodalaydi, ya'ni, ish vaqti $T_1 = 24 - t_2$ va $T_2 = 24 - t_0$ gacha oshadi. Lekin, daromadning ortishi bilan birga dam olishning – shaxsni ma'naviy o'sishi uchun kerak bo'ladigan bo'sh vaqtning ham qimmati oshadi. Daromad samarasi (bo'sh vaqtning ortishi) teskari yo'nalishda bo'lib, u t_0 t_1 oraliq bilan ifodalanadi (t_0 t_1). Natijaviy o'zgarish t_0 t_2 oraliqqa teng.

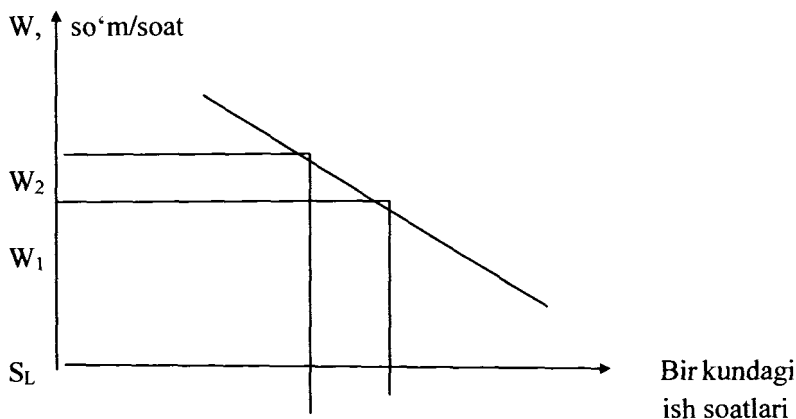
Ish haqining bunday o'sishida o'rni bosish samarasi daromad samarasidan yuqori bo'ladi. Bundan shu kelib chiqadiki, birinchidan, ish haqining o'sishi, ish vaqtini ortishiga olib keladi; ikkinchidan, individual shaxsning mehnat taklifi musbat yotqlikka ega (16.5-rasm).

Daromadning yanada oshib borishi barcha shaxslarni ham dam olish vaqtini qisqartirib, ish vaqtini oshirishga undayveradi. Dam olish vaqtining qisqarib borishi, uning shaxs uchun bo'lgan qimmatini oshiradi. Bo'sh vaqtni qimmatini oshib borishi shunga olib keladiki, daromad samarasi, o'rni bosish samarasidan oshib ketadi. Natijada ish vaqti $T_2 = 24 - t_2$ dan $T_1 = 24 - t_1$ gacha qisqaradi.

Shaxsning bo'sh vaqti esa O_{t_2} dan O_{t_1} ga o'sadi. Bo'sh vaqt qimmatini ortishi, ish haqi oshganda individual shaxsning mehnat taklifi chizig'i manfiy yotqlikka ega bo'ladi

Ish haqi o'sishning dam olish vaqti bilan ishlash vaqti o'rtasidagi nisbatga ta'siri. Odatda ish haqi oshganda, ko'pchilik ko'proq ishlab, ko'proq daromad olishga harakat qiladi. Lekin, ish vaqti oshgan sari bo'sh vaqtning ham qimmati oshib boradi. Inson ma'naviy o'sishga ham intiladi. Demak, ish vaqtining o'sishi o'z chegarasiga ega. Nima uchun deganda, insonlar, ishlab topgan daromadini ko'proq zavq olish uchun, dam olishga sarflaydilar.

Ish vaqti ma'lum vaqtgacha o'sgandan keyingi ish haqining o'sishi, ish vaqtini qisqarishiga olib keladi. Ish haqi oshganda o'rni bosish samarasi hamda daromad samarasi mavjud bo'ladi. O'rni bosish samarasidagi yuqoriroq ish haqi, ishchining real daromadini oshiradi. Ishchi ko'p daromad olganda, u ko'proq ne'matlarni sotib oladi, ushbu ne'matlardan biri, yaxshi dam olishdir.



16.5-rasm. Ish haqi oshganda ish kunini qisqarish taklif chizigʻi yotiqqligi

Agar ishchi dam olishga koʻproq mablagʻ sarflasa, daromad samarasi (daromadning oshishi), uni kamroq ishlashga undaydi. Daromad samarasi juda ham katta boʻlganda, ishchi ish vaqtini qisqartiradi va mehnat taklifi chizigʻi pastga yotiq boʻladi.

16.2. Mehnat bozorida monopsoniya boʻlgan holat

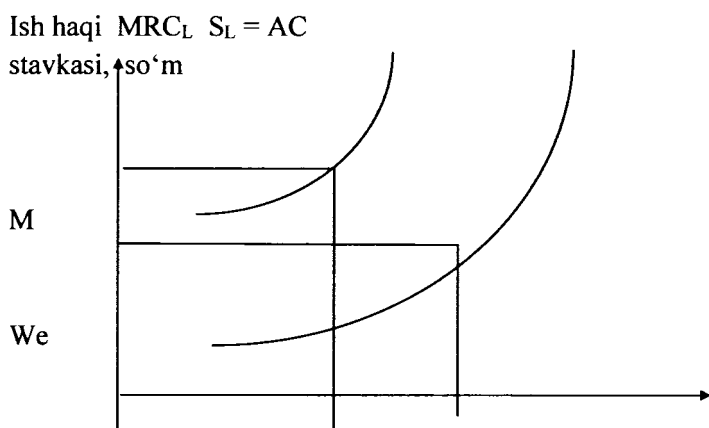
Bunday hol koʻproq kichik shaharlarda uchraydi. Shaharda yagona ishlab chiqarish korxonasi boʻlib, u shahar aholisining asosiy qismini ish bilan taʼminlaydi.

Shaharda boshqa ish joylari kam boʻlgani uchun, ushbu vaziyat monopsonik bozor vaziyatiga yaqin boʻladi. Monopol korxona mahalliy mehnat bozorida ishchi kuchini sotib oluvchi yagona korxona boʻlgani uchun ham u ish haqiga taʼsir qila oladi. Korxona ishga yollaydigan ishchilar sonini qisqartirsa, ishga kiruvchilar oʻrtasida raqobat kuchayadi va bu ish haqini muvozanat darajasidan pastga tushiradi (16.6-rasm).

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat holat E nuqtada oʻrnatiladi. E nuqtada talab va taklif chiziqlari kesishadi. Muvozanat holatida, L_e ishchi W_e miqdordagi ish haqi bilan taʼminlanadi.

Monopsonist har bir birlik mehnat uchun bir xil ish haqi to'lagani uchun taklif chizig'i o'rtacha xarajat AS chizig'idan iborat bo'ladi. Chekli mehnat xarajatlari chizig'i MRC_L o'rtacha xarajat chizig'idan yuqorida yotadi. MRC_L va MRR_L chiziqlarini kesishgan nuqtasi monopsonik holatda qancha ishchi band bo'lishini aniqlaydi. Bu yerda $MRC_L = MRR_L$ monopsonik muvozanat holati sharti. Demak, monopsonist ishchilar sonini L_e dan L_s qisqartirib, ish haqini W_e dan W_N ga qisqartirishga erishadi. Shunday qilib, monopsonist bir vaqtning o'zida ham ishchilar sonini qisqartirib, ham ish haqini pasaytirib, o'z foydasini MCN_{W_N} to'rtburchak yuziga teng bo'lgan miqdorda oshiradi.

Minimal ish haqi davlat tomonidan qonun orqali o'rnatiladi. Ko'p hollarda minimal ish haqi muvozanat ish haqi darajasidan yuqori qilib o'rnatiladi.



16.6-rasm. Monopolistik mehnat bozori

Bunday holda umumiy o'rtacha ish haqi oshadi, lekin ishchilarni ishga yollash soni qisqaradi. Minimal ish haqini o'rnatilishini va uni oshirilishini kasaba uyushmalari ham ko'pincha talab qilib chiqadilar. Minimal ish haqi qanday oqibatlar bilan bog'liqligini ko'rib chiqaylik.

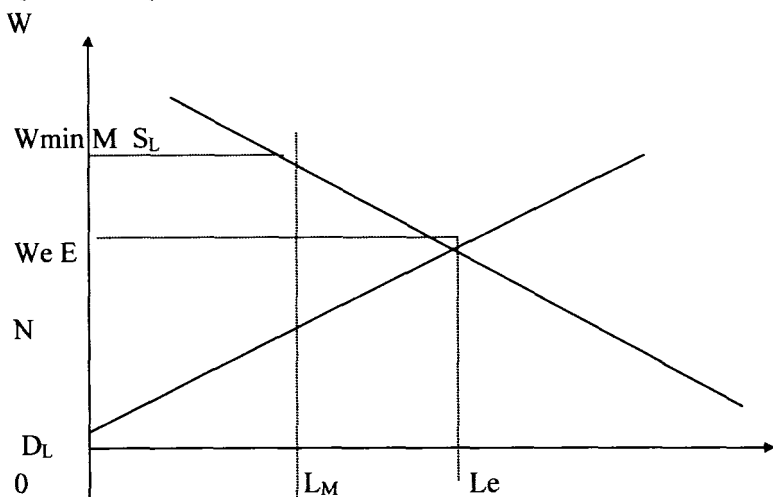
16.3. Minimal ish haqi. Ish haqi stavkalari tabaqalashuvi

Minimal ish haqi ko'proq malakasiz ishchilar va ish topa olmagan ishchilarga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Nima uchun deganda, malakali ishchilarga talab har doim mavjud bo'ladi, shu sababli ular minimal ish haqining oshishidan yutadilar. Umuman, minimal ish haqining ortishi, ish bilan band bo'lgan aholining yuqoriroq daromad olishini ta'minlaydi. Minimal ish haqi oshganda, mehnatga haq to'lashning barcha stavkalari qaytadan ko'rib chiqiladi va oshiriladi.

Quyidagi 16.7-rasmda minimal ish haqining aholi bandligiga ta'siri ko'rsatilgan. Minimal ish haqi o'rnatilmaganda ishchilarning bandlik darajasi va ish haqi muvozanat holat (E nuqta) orqali aniqlanadi. Muvozanat holatda ish bilan L_E ishchi band bo'ladi va W_E miqdorda ish haqi oladi.

Minimal ish haqini muvozanat ish haqidan yuqori qilib belgilanishi ($W_{min} > W_E$), ish bilan band bo'lgan ishchilar sonini L_M gacha qisqartiradi.

Monopolistik mehnat bozori. Amalda kasaba uyushmalarni monopolist deb qarash mumkin.



16.7-rasm. Sof monopol mehnat bozorida monopolistning ish haqi va bandlikka ta'siri

Ular ishchilarga o'z ta'sirini o'tkazib, mehnat taklifini qisqartirib, ish haqini oshirishga harakat qiladilar.

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat E nuqtada o'rnatiladi va Le ishchi ish bilan ta'minlanib, We ish haqi oladi. Mehnat bozorida kasaba uyushmasi monopol hokimiyatga ega bo'lganligi uchun, u band bo'lgan ishchilar sonini Le dan L_M ga qisqartirib, ish haqini W_e W_M ga oshirish mumkin. Ishchilar oladigan alternativ foyda (iqtisodiy renta) $ANMW_M$ to'rtburchak yuziga teng.

Mehnat bozoridagi ikki tomonlama monopoliya. Bunday bozorda monopsonist firmaga ishchi kuchini taklif qiluvchi monopolist (kasaba uyushmasi) turadi.

Ikki tomonlama monopolistik bozordagi holat quyidgi 16.8-rasmda ko'rsatilgan.

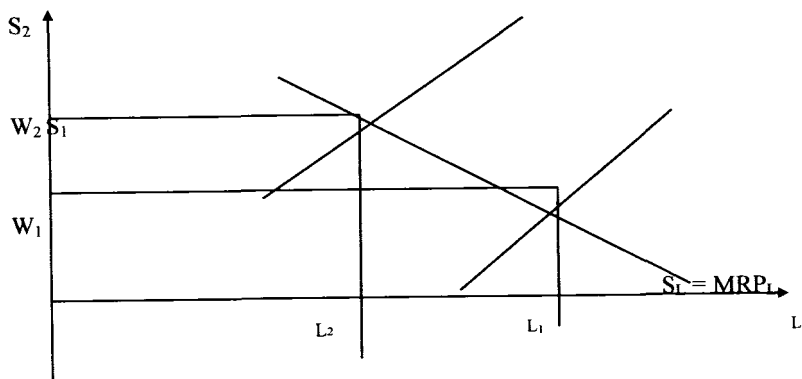
Ish haqi stavkalari tabaqalashuvi. Biz yuqoridagi mulohazalardan ish haqini o'zgarmas deb qaradik. Amalda o'rtacha ish haqi mutaxassisliklar bo'yicha ham, tarmoqlar bo'yicha ham, hattoki bir xil ishni bajaruvchi ishchilar bo'yicha ham farq qiladi. Masalan, avtomobilsozlik tarmog'ida ishlaydigan ishchilarning o'rtacha ish haqlaridan farq qiladi, xuddi shunday kimyo tarmog'idagi o'rtacha ish haqi ham yengil va oziq-ovqat sanoatidagi o'rtacha ish haqidan farq qiladi. Poliklinikada ishlovchi har xil kategoriyadagi shifokorlarning ish haqi ham bir xil emas. Yuqori kategoriyali shifokor past kategoriyali shifokorga qaraganda ko'proq maosh oladi.

Ushbu farqning tagida, insonlar qobiliyatining xilma-xilligi, ma'lumoti, bilimi, tajribasi, malakasi yotadi. Bulardan tashqari, ular bajaradigan ishlarning turi ham, ular oladigan daromadga har xil ta'sir qiladi. Ishning murakkabligi, ishlab chiqarishning inson hayoti uchun zararli bo'lishi, ushbu sohada ishlovchilarning ish haqida ushbu zararni qoplaydigan qo'shimcha ish haqida o'z ifodasini topadi.

Quyidagi 16.8-rasmda ishning og'irligi va zararliligi uchun to'lanadigan qo'shimcha ish haqi ko'rsatilgan.

Bu yerda og'ir ishni bajaruvchi, qo'shimcha $\Delta W = W_2 - W_1$ ish haqi oladi, $W_2 - W_1 = \Delta W$.

Iqtisodiy renta. Biz yuqorida resurs qanchalik ko'p cheklangan bo'lsa, uning narxi ham shunchalik yuqori bo'lishini ko'rgan edik. Shuning uchun ham yuqori malakali mutaxassis har doim ortiqcha ish haqi oladi.



16.8-rasm. Ish haqining shakllanishi

Ushbu ortiqcha ish haqi iqtisodiy renta bo'lib, u ishchining qobiliyati yoki yuqori malakasi uchun to'lanadi.

Tarmoq mehnat bozorini ko'rib chiqaylik. Muvozanat sharoitida (E nuqta) ishchilar W_0 ish haqi olib ishlashga tayyor bo'lsalar ham W_e ish haqi olayptilar (demak, ular oladigan iqtisodiy renta ($W_e - W_0$) ga teng bo'ladi).

Ishlab chiqarish omillari egasining daromadi omillar bozorida aniqlanadi. Ma'lumki, korxona egalari ishlab chiqarish omillarining egalariga (ishchi kuchi, kapital, yerga) har bir omilning Chekli mahsulotiga ko'ra haq to'laydi. Ishlab chiqarish resurslari xarajatlarini to'lagandan keyingi qolgan daromad korxona ixtiyorida qoladi va unga korxona egalarining iqtisodiy foydasi deyiladi.

Iqtisodiy = Umumiy–Ishlab chiqarish foyda daromad omillari xarajati

Mukammallashgan bozor nazariyasiga ko'ra, mukammallashgan bozorda ishlab chiqarish omillari egalari korxonadan, shu korxonada ishlatilgan omillari uchun olgan haqi, shu omillarning Chekli mahsulotiga aniq teng bo'lsa, u holda iqtisodiy foyda nolga teng bo'ladi (agar masshtab samarasi o'zgarmas bo'lsa).

Ma'lumki, korxonalar o'z kapitaliga ega, shu sababli ular o'z kapitalini ishlatgani uchun foyda oladilar.

Shunday qilib, bozor sharoitida quyidagi daromadlar asosiy daromadlar hisoblanadi: ishchi kuchi daromadi, kapital daromad (foizlarda), kichik firmalar daromadi, renta – yer egalari daromadi, sof foyda.

Nominal va real daromadlar. Nominal daromad – bu soliq va narxlarning o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan daromad darajasi. Real daromad – bu narxlarni va boshqa to'lovlarning o'zgarishini hisobga olgandagi daromad. Real daromadni aniqlashda umumiy daromaddan soliq va boshqa to'lovlarni ayirib, uni narxlar o'zgarishiga (inflyatsiyaga) ko'ra qayta hisoblaydi.

Ish haqi – ishchi kuchidan foydalanganligi uchun to'lanadigan qiymat. Ish haqi stavkasi ham ish haqining bir turi bo'lib, ishchi kuchi mehnatidan foydalangan bir birlik vaqt uchun to'lanadigan ish haqi (bir soatlik, bir kunlik, bir oylik).

Iqtisodiy renta – cheklangan resursdan foydalanganligi uchun to'lanadigan narx.

Kapitalga daromad – bu foiz deyiladi. Amalda kapitalga daromad ikki xil bo'ladi. Agar kapital pul shaklida bo'lsa, pul beruvchilar ssuda foizi bo'yicha daromad oladi. Agar kapital buyumlashgan shaklda bo'lsa, u kapitalga ko'ra umumiy daromaddan ulush oladi.

Real foiz stavkasi nominal stavkadan (pulda ifodalangan stavkadan) inflyatsiya darajasini ayirilganiga teng.

Tadbirkorlik daromadi – bu ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanganligi uchun tadbirkor oladigan daromad.

Bozor iqtisodiyotiga asoslangan davlatlarda iqtisodiyotning noformal sektor, ya'ni yashirin iqtisodiy sektorda yashirin daromad mavjud bo'ladi.

Yashirin daromad ham ikki xil bo'ladi. Birinchisi – pora olish (korrupsiya), giyohvand moddalar sotish, kontrabanda va boshqa sohalaridan olinadigan yashirin daromad. Ikkinchisi – patentsiz va litsenziyasiz sotish faoliyati bilan shug'ullanishdan tushadigan daromad va soliq xizmatidan yashirilgan daromad.

Davlat o'zining daromad siyosatini amalga oshirishda aholini turmush darajasini ifodalovchi agregat ko'rsatkichlardan foydalanadi. Ana shunday ko'rsatkichlardan biri yalpi ichki mahsulotdir.

YaIMni aholi jon boshiga hisoblangandagi ko'rsatkich aholini turmush darajasini ifodalovchi ko'rsatkich bo'lib, u har bir aholi jon boshiga jami ishlab chiqarilgan (bir yil davomida) mahsulotning qancha qismi to'g'ri kelishini ko'rsatadi. Lekin, bunday taqsimlanish aholi daromadining differensiallashganligini (har xil bo'lishini) ifodalaydi.

Aholining tarkibi har xil ijtimoiy qatlamlardan (ishchilar, qishloq xo'jaligidagi ishlovchilar, xizmatchilar, tadbirkorlar, o'qituvchilar, meditsina xizmati xodimlari va hokazolar) iborat bo'lgani uchun ushbu guruhlardagi insonlarning daromadlari ham har xil bo'ladi. Aholi daromadining taqsimlanish dinamikasi iste'mol byudjeti orqali o'rganiladi. Iste'mol byudjeti ham turli xil bo'lishi mumkin: o'rtacha oila byudjeti, yuqori darajada yetarli byudjet (bunga eng yuqori umumiy daromad oladigan oilalarni kiritish mumkin), minimal byudjet. Minimal byudjetli oilaga, oila a'zolarining (bir yillik yoki bir oylik) umumiy daromadlari minimal bo'lgan oilalar kiritiladi.

Aholini turmush darajasini ifodalaydigan ko'rsatkichlardan biri bu **yashash minimumiga** sarflangan ishchi kuchini oddiy takror tiklash uchun zarur bo'lgan daromad, deb qarash mumkin. Yashash minimumini minimal iste'mol korzinasini ham, deb qaralishi mumkin. Yashash minimumi aholini qashshoqlik chizig'i sifatida ham qarash mumkin. Yashash minimumidan past daromad oladigan aholining qismi qancha ko'p bo'lsa, aholining qashshoqlik darajasi shuncha yuqori bo'ladi.

Turmush darajasini ifodalovchi ko'rsatkichlar iste'mol savatiga ko'ra hisoblanadi. Rivojlangan davlatlarda o'rtacha daromad iste'mol savatiga quyidagi tovarlar kiritiladi: uy-joy, avtomobil, uyning zamonaviy jihozlari, audio va video texnika, sayohat qilish imkoniyati, bolalarini kiyintirish, o'qitish, ilmiy asoslangan oziq-ovqat, kiyim-kichik, ma'lum darajadagi jamg'arma. Odatda minimal iste'mol savatga boshlang'ich ehtiyojni qondiradigan tovarlar kiritiladi (kiyim-kechak, oziq-ovqat, minimal yashash sharoiti).

Jamiyatdagi barqarorlik va aholining umumiy farovonligi ko'pincha ushbu aholi tarkibidagi o'rtacha sinfdagi aholining ulushi bilan ifodalandi, deb qaraladi. O'rtacha sinfdagi aholining mamlakatni hozirgi ham siyosiy, ham iqtisodiy hayotidagi ahamiyati nihoyatda kattadir. Bozor talabini shakllantirishda, ishlab chiqarishdagi faollikni ta'minlash o'rta sinfga qarashli aholiga ko'proq bog'liq. Rivojlangan davlatlarga o'rta sinfga qarashli aholi umumiy aholinning 50 foizidan 70 foizigachasini tashkil qiladi.

Yuqorida ham ta'kidlab o'tdikki, bozor iqtisodiyoti o'z-o'zidan jamiyatdagi daromadlarni tekis taqsimlashni ta'minlamaydi, shuning uchun ham bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyatda har doim o'ta qashshoq, boy va o'ta boy aholi guruhleri saqlanib qoladi. Sivilizatsiyalashgan davlatlardagi iqtisodiy siyosat aholi daromadlaridagi keskin ravishda katta bo'lgan farqlarni qisqartirishga, daromadlarni ko'proq adolatli qayta taqsimlashga qaratilgan. Har bir sivilizatsiyalashgan davlat nog'ironlarni, nafaqaxo'rlarni, ko'p bolali oilalarni ijtimoiy himoya qilishni o'z bo'yniga olishi zarur.

Daromadlarni differensiyalashuvi. Shaxsiy daromadlarning tabaqalashuvining asosida ish haqining har xil bo'lishi yotadi. Ish haqining har xil bo'lishi esa quyidagi omillarga bog'liq: shaxslar qobiliyatining har xilligi, bilim darajasi, malakasi, tajribasi, mulkning va qimmatbaho qog'ozlarning notekis taqsimlanishi, ko'chmas mulkning notekis taqsimlanishi, ya'ni jamg'armaning notekis taqsimlanishi va hokazo.

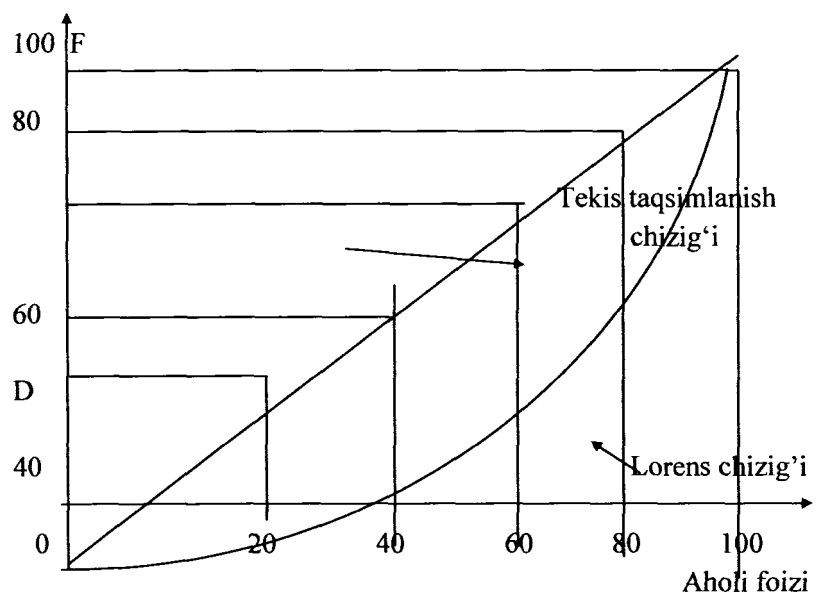
Bulardan tashqari daromadlarning notekis taqsimlanishida omad, qimmatli axborotga ega bo'lish, tavakalchilik, shaxsiy va oilaviy munosabatlar ham ma'lum rol o'ynaydi. Ushbu omillarning ta'siri har xil, ba'zi hollarda ular daromadlarni taqsimlashga qaratilgan bo'lsa, ba'zi hollarda notekislikni kuchaytiradi.

Daromadlarning notekis taqsimlanishi darajasini, chuqurligini aniqlashda Lorens egri chizig'idan foydalaniladi. Lorens egri chizig'ini chizish uchun koordinata sistemasini chizamiz. Gorizontaal o'q bo'yicha aholining yoki oilalarning foizlardagi ulushi ifodalanadi. Vertikal o'q bo'yicha – daromadlar foizi ifodalanadi (17-rasm).

Odatda aholini besh qismga bo'lad, ya'ni besh kvintelga. Har bir kvintelga (beshdan bir qismiga) aholining 20 foizi kiradi. Aholining qismlari koordinata o'qiga eng kam daromadga ega bo'lgan qismidan boshlab to eng ko'p daromad oladigan qismigacha bo'lgan ketma-ketlikda joylashtiriladi. Agar aholining barcha qismlari oladigan daromad bir xil bo'lsa, ya'ni daromad tekis taqsimlangan bo'lsa, u holda 20 foiz aholiga 20 foiz daromad to'g'ri keladi, 40 foiz aholiga 40 foiz daromad to'g'ri keladi va hokazo.

Grafikdagi OF chizig'i daromadlarni absolyut tekis (teng) taqsimlanganligini ifodalaydi. OEF chizig'i esa absolyut notekis taqsimlanganligini ifodalaydi. Lorens egri chizig'i OABCDF daromadlarini real, haqiqiy taqsimlanishini ifodalaydi.

Amalda aholining eng kam ta'minlangan qismiga daromadni 5-6 foizi to'g'ri kelsa, eng boy aholi qismiga 40-45 foizi to'g'ri keladi.



16.9-rasm. Lorens egri chizig'i

Shuning uchun ham Lorens egri chizig'i daromadlarni absolyut tekis va notekis taqsimlanishini ifodalovchi chiziqlar o'rtasida joylashgan. Daromadlar taqsimlanishi qancha notekis bo'lsa, Lorens egri chizig'i shuncha E nuqtaga tomon botiq bo'ladi. Daromadlar taqsimlanishi qancha tekis bo'lsa, Lorens egri chizig'i to'g'rilanib OF chizig'iga shuncha yaqinlashadi.

Daromadning notekis taqsimlanishi darajasini ko'rsatuvchi Djin koeffitsiyentini Dj deb belgilasak, u OABCDF yuzani OEF uchburchak yuzasiga nisbati bilan aniqlanadi:

$$D_{\text{JMC}} = \frac{S_{\text{ABCDF}}}{S_{\text{OFE}}}.$$

Bu yerda biz nominal daromadni taqsimlanishini ifodaladik. Nominal daromadga aholi tomonidan pul shaklida olingan barcha daromadlar kiradi: ish haqi, dividendlar, foizlar, barcha transfert to'lovlari (qaytarib olinmaydigan pul to'lovlari). Lekin, bu yerda aholini o'z tomorqasidan oladigan daromadi, uyidagi chorva mollaridan tushadigan daromad, davlat tomonidan ta'limga, meditsina xizmatiga sarflanadigan mablag'lar, xayriya va ehsonlar hisobga olinmagan.

Barcha rivojlangan mamlakatlar daromadlarni qayta taqsimlash siyosati davlat tomonidan amalga oshiriladi. Progressiv, ya'ni o'sib boruvchi soliq tizimiga ko'ra, aholining boy qismidan yuqoriroq foizda soliq olinsa, aholining kam daromadli qismidan kamroq foizda soliq olinadi. Soliq to'lovlaridan tushgan daromadning bir qismi kam ta'minlangan aholini ijtimoiy himoya qilishga sarflanadi. Deyarli barcha davlatlarda aholini ijtimoiy sug'urtalash va kam ta'minlangan aholiga yordam berish dasturlari mavjud. Ijtimoiy sug'urtalash dasturiga ko'ra nafaqaxo'rlar, aholining ishga yaroqsiz bo'lgan qismi, boquvchisini yo'qotgan oila, nog'ironlar ijtimoiy sug'urtalanadi. Davlatning aholini ijtimoiy himoya qilish dasturi bo'yicha ko'p bolali oilalarga yordam beriladi, oziq-ovqat mahsulotlari ajratiladi va boshqa har xil imtiyozlar belgilanadi.

Davlatning daromadlarni qayta taqsimlash siyosati natijasida Lorens egri chizig'i to'g'rilanib OF chizig'i tomon siljiydi, ya'ni Lorens egri chizig'i OABCDF holatdan OA·B·C·D·F holatga siljiydi.

Daromadlarni qayta taqsimlash siyosati istiqbolda o'zini samarasini beradi. Nima uchun deganda, kam ta'minlangan aholi o'qish, bilim olish imkoniyatiga ega bo'ladi va ular kelajakda jamiyat taraqqiyotiga o'z hissalarini qo'shadilar. Bozor munosabatlariga asoslangan jamiyat o'z a'zolariga keng va shu bilan birga teng imkoniyatlar yaratadi, lekin bu imkoniyatdan foydalanish har bir shaxsning o'ziga bog'liq.

Misol. 20 foiz aholining kam ta'minlangan qismi jamiyatdagi umumiy daromadning 10 foizini oladi, aholining eng yaxshi ta'minlangan 20 foiz qismi esa jamiyatdagi daromadning 40 foizini oladi. Berilgan ma'lumotlarga ko'ra daromadni notekis taqsimlanish darajasini ifodalovchi Djini koeffitsiyenti topilsin.

Yechish. Berilgan ma'lumotlarga ko'ra Lorens egri chizig'ini chizamiz (16.9-rasm).

Djini koeffitsiyenti quyidagicha topiladi:

$$Dj = \frac{S_{OACDF}}{S_{OFE}},$$

bu yerda $S_{OBF} = S_{OFE} - S_{OABFE}$ ¹,

$$\begin{aligned} S_{OABF} &= 0,5 \cdot (10 \cdot 20) + 0,5 \cdot (10+60) \cdot 60 + 0,5 \cdot (100+60) \cdot 20 \\ &= 100+2100+1600=3800 \end{aligned}$$

Ma'lumki,

S_{OABFE} yuzi = OVN uchburchak yuzi + S_{NABM} trapetsiya yuzi + S_{MBFE} trapetsiya yuzi.

OAN uchburchak yuzini topamiz:

$$S_{OFE} = 100 \cdot 100 \cdot 0,5 = 5000.$$

Djini koeffitsiyentini hisoblaymiz:

$$Dj = \frac{5000 - 3800}{500} = 24.$$

Shuni ham eslatib o'tish kerakki, Djini koeffitsiyenti aholining yirik guruhlari (kam ta'minlangan 20 foizi, o'rtacha ta'minlangan 60 foiz va yaxshi ta'minlangan 20 %) ichidagi notekislikni hisobga olmaydi.

Quyidagi misolni yechish tavsiya etiladi.

Misol. 50 foiz aholining o'rtacha ta'minlangan qismi jamiyat daromadining 50 foizini oladi. 20 foiz eng kam ta'minlangan qismi esa 5 foiz daromadni oladi.

Berilgan ma'lumotlarga ko'ra Lorens egri chizig'i chizilsin va Djin koeffitsiyenti aniqlansin.

Mavzu yuzasidan masalalar

1-masala

Mahalliy bozordagi ish kuchiga talab funksiyasi $L_D=1000 - 20 \times W$, taklif funksiyasi esa $L_S= -600+60 \times W$ ko'rinishida berilgan. Bu yerda, W - kunlik ish haqi dollar hisobida, L - ishchilar soni.

a) agar minimal ish haqi miqdori kunlik 25 \$ qilib belgilab qo'yilsa, qancha ishchi kuchi ishsiz bo'lib qoladi?

b) minimal ish haqi stavkasi belgilangandan keyin ishchilarning umumiy daromadi qanchaga o'zgaradi?

Yechimi

a) Dastlab bozorning muvozanat parametrlarini topib olamiz: $L_D=1000 - 20 \times W= L_S= -600+60 \times W$

$$80 \times W=1600 \quad W=20 \text{ \$}$$

$L_D= L_S=-600+60 \times W=600$ kishi minimal ish haqi 25 \$ qilib belgilangandan so'ng ishchilar taklifi $L_S= -600+60 \times W=-600+1500=900$ kishini ularga talab esa

$L_D=1000 - 20 \times W=1000-500=500$ kishini tashkil qiladi. Ushbu qaror natijasida $900-500=400$ kishi ishsiz qoladi.

b) minimal ish haqi normasi o'rnatilishidan oldin umumiy kunlik ishchilarning daromadi $L \times W=20 \times 600=12\ 000$ \$ga teng edi, keyin bo'lsa $25 \times 500=12\ 500$ \$ ni tashkil qilib $12\ 500-12\ 000=500$ \$ ga ortdi.

Javob: a) 400 kishi ishsiz qoladi. b) 500 \$ ga ortadi.

2-masala

Musulmon mamlakatlarining birida ish boshqaruvchi kadrlarga talab funksiyasi $L_D=900-4 \times W$, taklif esa $L_S=-300+8 \times W$ ko'rinishida berilgan. Bu yerda:

W – yillik ish haqi ming dollar hisobida, L_D va L_S lar yillik ishchilarga talab va taklif hajmi, ming kishi hisobida. Nimadir sabab bo'ldi-yu, ayollar boshqaruvchi lavozimida ishlashdan mahrum qilindilar. Agar mamlakatdagi erkak ish boshqaruvchilar taklifini ko'paytirish imkoni bo'lmasa, ushbu qaror natijasida ish haqi va ishchilar soni qanday o'zgaradi?

Yechimi

Ayollar boshqaruvdan ketishidan oldingi bozorning muvozanat parametrlarini topamiz $L_D=900-4 \times W=L_S=-300+8 \times W$ bundan $W=100$ va $L_D=L_S=500$ ga ega bo'lamiz, ya'ni yillik ish haqi 100 ming dollar, ishchilarning soni 500 ming kishini tashkil qilar ekan.

Ayollar boshqaruvdan chetlashtirilganlaridan so'ng yangi taklif funksiyasi

$L_S=0.6 \times (-300+8 \times W) = -180+0.48 \times W$ ko'rinishida bo'ladi. Endi yangi muvozanat parametrlarini topamiz $L_S = -180+0.48 \times W = L_D=900-4 \times W$ bundan $W=122.72$ va $L_D=L_S=409.09$ ga ega bo'lamiz. Demak, qaror qabul qilingandan keyin yillik ish haqi $122\ 720-100\ 000=22\ 720$ dollarga oshadi, yillik ishchilar soni esa $500\ 000-409\ 090=90\ 910$ kishiga kamayadi.

Javob: Yillik ish haqi 22 720 dollarga oshadi, yillik ishchilar soni esa 90 910 kishiga kamayadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Mehnat bozorini tushuntirib bering.
2. Ish haqining iqtisodiy mohiyatini tushuntiring.
3. Minimal ish haqi qanday belgilanadi.
4. Raqobatlashgan mehnat bozori nima?
5. Monopoliya shaklidagi mehnat bozori nima?
6. Kapitaldan keladigan daromad nima? Tadbirkorlik daromadi nima?

17.1. Kapital bozori

Kapital – bu o'zoq muddatli oraliqda ishlatiladigan ishlab chiqarish resursi bo'lib, uning yordamida uzoq vaqt davomida mahsulot ishlab chiqariladi.

Kapitalning ikki xil turi mavjud: **asosiy kapital** (uzoq muddatda foydalaniladigan uskuna, texnologik liniya, bino, qurilma); **aylanma kapital** (har bir ishlab chiqarish siklida o'z qiymatini tayyor mahsulot qiymatiga o'tkazadigan ishlab chiqarish resurslari, xom ashyo, materiallar, yarim fabrikatlar va hokazolar).

Asosiy kapitaldan o'zoq muddatda foydalaniladi va u o'zini qayta takror ishlab chiqaradi, ya'ni u ishlatilishi davomida o'z qiymatini ma'lum qismini mahsulot qiymatiga o'tkazadi.

Kapitaldan foydalanish davomida u ham ma'naviy, ham jismoniy eskiradi. **Jismoniy eskirish** – bu kapitalning vaqt o'tishi bilan ishga yaroqsiz bo'lishi bo'lsa, **ma'naviy eskirish** uning unumdorligining kamayishi, ya'ni Yangi ishlab chiqarilgan zamonaviy uskunalariga qaraganda unumdorligining pastligi yoki umuman barcha ko'rsatkichlari bo'yicha (mahsulot sifati, foydalanishga qulayligi) Yangi uskunadan orqada qolganligidir.

Asosiy kapital egasi kapital qiymatini undan foydalanish vaqti davomida qayta tiklaydi. Masalan, uskuna 1000000 so'm bo'lib, undan foydalanish muddati 10 yil bo'lsa, uning qiymati 10 yil davomida teng qiymatlarda mahsulot qiymatiga o'tkaziladi deb qaraydigan bo'lsak, har yilgi daromaddan 100000 so'mdan amortizatsiyaga ajratish kerak bo'ladi (tabiiy inflyatsiya sharoitida).

Aylanma kapital bir yil davomida o'zining butun qiymatini mahsulot qiymatiga o'tkazib qayta tiklanadi.

Kapitalning qiymati undan foydalanib, kelajakdan qancha daromad olishga bog'liqdir. Kelajakda ko'proq daromad olish ishtiyoqi ko'pchilikni bugungi iste'molining bir qismidan voz kechib, uni

jamg'arishga undaydi. Jamg'arilgan mablag' pul ko'rinishidagi kapital sifatida biror-bir tadbirkorga ma'lum muddatga qo'shimcha qiymat orqali qaytarilishi sharti bilan berilishi mumkin. Ushbu olingan qo'shimcha qiymatga kapitalga olingan foiz deyiladi.

Ssuda foizi kapital egasiga uning kapitalidan ma'lum muddat oralig'ida foydalaniganligi uchun to'lanadigan narxdir.

Kapitaldan foydalanishni tahlil qilganda bugun sarflangan mablag'ni kelajakda sarflanadigan mablag' bilan taqqoslash yoki bugun olinadigan daromad bilan kelajakda olinadigan daromadni taqqoslash muhim ahamiyatga egadir. Bu yerda vaqt omilini e'tiborga olish kerak bo'ladi. Bugungi sarflangan bir so'm bir yildan keyin sarflanadigan bir so'mga teng emas. Bularni bir-biriga tenglashtirish uchun, avval ularni bir vaqtga keltirish zarur bo'ladi. Turli xil yillardagi xarajatlarni yoki daromadlarni bir yilga keltirishda diskont ko'paytiruvchisidan foydalaniladi.

Xarajat va daromadlarni bir xil boshlang'ich vaqtga keltirish hisob-kitoblariga **diskontirlash deyiladi**. Bunday hisob-kitoblar investitsiya loyihalarini baholashda keng qo'llaniladi. Investitsiyalarni tahlil qilganda yillar davomida bo'ladigan xarajatlar bilan loyihadan olinadigan daromadlarni solishtirishga to'g'ri keladi. Kelajakda olinadigan daromadning nafi bugungi kunda olinadigan daromad nafidan kichik bo'ladi. Nima uchun deganda, joriy daromadga (ya'ni, bugungi kundagi daromadga) kelajakda foiz bo'yicha qo'shimcha daromad olish mumkin.

Loyihalarni tahlil qilishda loyiha qiymatini aniqlash uchun bugungi kunda qo'yilgan kapital mablag'lar bilan loyiha amalga oshirilgandan keyin olinadigan daromadlarni solishtirish zarur bo'ladi. Buning uchun joriy xarajatni va kelajakda olinadigan daromadni hisob-kitob qilish kerak.

Hozirgi davrda kapital bozorining rivojlanib kelayotgan tarmog'i kriptovalyutalardir. Hozirgi davrda barcha rivojlangan mamlakatlarda tezkor sur'atlarda rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyotning asosiy turlaridan biri – blokcheyn va kriptovalyutalar bilan amalga oshiriladigan turli xildagi moliyaviy operatsiyalar bo'lib, ularda faol va

ishning ko'zini bilgan xolda ishtirok etish uchun ularning ma'nomohiyatini bilish juda muhimdir. Shuni alohida ta'kidlash kerakki, blokcheyn va kriptovalyutalar bilan ishlashning boshqalaridan asosiy farqi ularning tuzilmasi tarqoq (*markazlashmagan*) holdaligidir. Blokcheyn va kriptovalyutalar tizimida biror bir yagona markaz yoki bank mavjud emas va barcha tarmoq **P2P (peer-to-peer)** ko'rinishidagi piring arxitekturasi asosida ishlaydi. Ya'ni, bunday tarmoq bir huquqqa ega bo'lgan mijoz dasturlaridan iboratdir. Blokcheyn va kriptovalyutaning har bir mijoz dasturi, o'z navbatida, o'z-o'zini ta'minlovchi tuzilmadan iborat bo'lib, ular global kriptovalyuta tarmog'iga ulanadilar va sutkasiga 24 soat mobaynida batamom avtomatik ravishda ishlaydilar. Kriptovalyutalarning emissiyasi esa mayning (*ma'dan qidirib topish*) tamoyili asosida amalga oshiriladi. "*Mayning*" – bu kompyuter tizimlarining hisoblash quvvatlarini kriptovalyutaning tranzaksiyalari zanjirini hosil qilish uchun ishlatilish jarayonidir. Bunda har bir blok qandaydir to'g'rilik kriteriyalariga hamda murakkablik darajasiga ega bo'lishi lozim.⁴

17.2. Investitsiya tushunchasi. Uzoq muddatli oraliqdagi investitsiya

Investitsiya – daromad olish uchun qo'yiladigan kapital mablag'.

Investitsiyalash – bu kapitalni yaratish yoki kapital zaxirasini to'ldirish jarayonidir. Investitsiyalash deganda, yalpi va sof investitsiyalash tushuniladi.

Yalpi investitsiyalash kapital zaxirasining umumiy o'sishidir.

Qoplash – asosiy kapitalning ishdan chiqqan qismini almashtirish.

Sof investitsiya – yalpi investitsiyadan qoplash uchun sarflanadigan mablag'ni ajratgandan keyingi qolgan qismi.

Sof investitsiya = Yalpi investitsiya – Amortizatsiya ajratmasi (qoplashi).

⁴ S.S. Gulyamov, R.H. Ayupov, O.M. Abdullayev, G.R. Baltabayeva. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. T., 2019.

Agar yalpi investitsiya qoplashdan yuqori bo'lsa, **sof investitsiya musbat bo'ladi** (bu holda kapital ko'payadi va ishlab chiqarish kengayadi). Agar yalpi investitsiya qoplashdan kichik bo'lsa, **sof investitsiya manfiy bo'ladi** (mavjud kapital kamayib boradi). Va nihoyat, yalpi kapital qoplashga teng bo'lsa, kapital hajmi o'zgarmaydi (bu holda kapital oddiy takror ishlab chiqariladi).

Qisqa muddatli loyihalarni (qisqa muddatli investitsiyalarni) tahlil qilganda kapitalning ichki o'zini oqlash koeffitsiyenti r dan va ssuda foizi i dan foydalaniladi. Qisqa muddatli oraliqdagi investitsiyalarning (bir yillik oraliqdagi) Chekli sof oqlashi ularning Chekli ichki oqlash koeffitsiyentidan ssuda stavkasi foizini ayirish orqali aniqlanadi:

$$\Delta r = r - i$$

Δr – Chekli sof oqlash;

r – Chekli ichki oqlash;

i – ssuda stavkasi foizi.

Agar $r=i$, bo'lsa investitsiyadan olinadigan foyda maksimal bo'ladi.

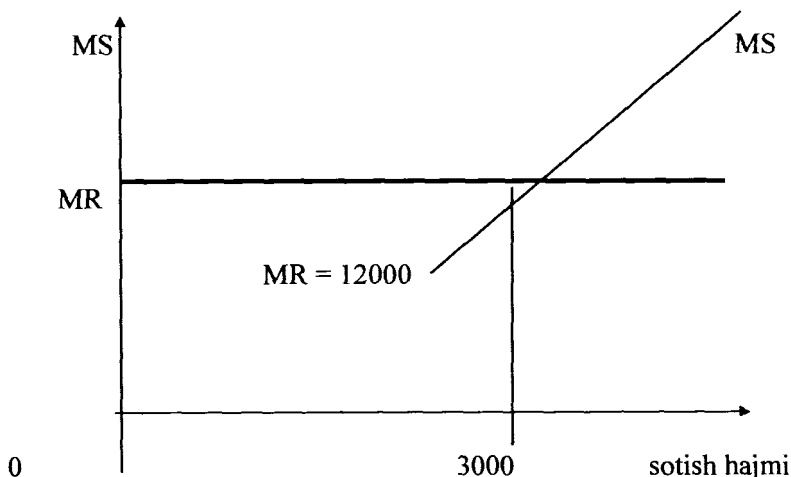
Faraz qilaylik, firma mandarin sotish bilan shug'ullanadi, deylik firma sotish quvvati turli bo'lgan do'konlarni qurmoqchi. Do'konlarni qurish uchun sarflanadigan kapital mablag'lar, sotish uchun sarflanadigan xarajatlar quyidagi jadvalda keltirilgan (17.1-jadval). Ssuda foizi stavkasi 10 foiz bo'lsin.

17.1-jadval

Bir yillik investitsiya qaytimlari

Do'kon-lar sotish quvvati (bir kunlik), kg	Umumiy inves- titsiya (kapital mablag' sarfi), so'm	Chekli inves- titsiya, so'm	Kapitalga to'lanadi- gan Chekli foiz, (MS)	Sotish xara- jatlari	Chekli umu- miy xara- jat, so'm (MS)	Inves- titsiyadan olinadigan Chekli daromad, so'm (MR)	Chekli foйда, so'm
1000	100000	100000	100000	5000	115000	120000	5000
2000	200000	100000	100000	7500	117500	120000	2500
3000	300000	100000	100000	10000	120000	120000	0
4000	400000	100000	100000	12500	122500	120000	-2500
5000	500000	100000	100000	15000	125000	120000	-5000

Bir kunda 1000 kg mandarin sotadigan do'kon qurish uchun 100000 so'm sarflanadi, 2000 kg uchun esa 200000 so'm sarflanadi va hokazo. Sotish masshtabi 1000 kg ga oshganda umumiy sarflanadigan kapital hajmi 100000 so'mga o'zgaradi. Foiz stavkasi 10 foiz bo'lgani uchun Chekli investitsiya 100000 so'mga, to'lanadigan mablag' 10000 so'mga teng. Har bir 100000 so'mlik Chekli investitsiyadan olinadigan Chekli daromad bir xil bo'lib, u 120000 so'mga teng. Sotish quvvati 1000 kg bo'lganda, Chekli umumiy xarajat (Chekli investitsiya plus kapitalga to'lanadigan Chekli foiz plus Chekli sotish xarajati) 115000 so'm bo'ladi va Chekli foyda $120000 - 115000 = 5000$ so'mni tashkil etadi. Sotish quvvati 2000 kg bo'lgan do'kon uchun ushbu ko'rsatkichlar mos ravishda 117500 va 2500 so'mga teng bo'ladi. Agar Chekli xarajat MS Chekli daromad MR ga teng bo'lsa ($MS = MR$), kapitaldan olinadigan foyda maksimal bo'ladi. Do'konlarning bir kunlik sotish quvvati 3000 kg bo'lganda foyda maksimal bo'ladi, ya'ni $5000 + 2500 = 7500$ so'm. Ushbu holat quyidagi 17.1-rasmda ifodalangan:



17.1-rasm. Qisqa muddatli oraliqdagi investitsiya

Ishlab chiqarish masshtabi oshishi bilan birga Chekli xarajat ham oshib boradi, shuning uchun ham MS chizig'i musbat oshib boradi,

shuning uchun ham MS chizig'i musbat yotiqlikka ega. Chekli daromad 120000 ga teng bo'lganligi uchun MR chizig'i 120000 nuqtadan o'tib absissa o'qiga parallel bo'ladi. MS chizig'i bilan MR chizig'ining kesishgan nuqtasi maksimal foydani ta'minlaydigan optimal sotish quvvati 3000 kg ga teng ekanligini aniqlaydi.

Endi chekli oqlash normasi koeffitsiyenti r ni ssuda foiz stavkasi i bilan taqqoslaymiz (17.2-jadval).

$$r = \frac{\text{чекли.произ.тулови.} + \text{чекли.фойда}}{\text{чекли.инвестиция}} 100\%.$$

17.2-jadval

Bir yillik qo'yilgan investitsiyaning Chekli oqlash normasi

Sotish quvvati, kg	r – Chekli oqlash normasi, %	Ssuda foizi stavkasi i ,	Investitsiyani Chekli sof oqlash normasi (Δr , %)
1000	15,0	10,0	5,0
2000	12,5	10,0	2,5
3000	10,0	10,0	0,0
4000	7,5	10,0	-25
5000	5,0	10,0	-5,0

Sotish masshtabi oshishi bilan o'zini oqlash normasi 15 foizdan 5 foizga tushadi. $i = r$ bo'lganda, investitsiyadan olinadigan daromad maksimallasadi, ya'ni sotish hajmi 3000 kilogrammga yetadi.

Ssuda foizi stavkasi o'zgarmas bo'lib, 10 %ga teng bo'lgani uchun, uning chizig'i absissa o'qiga parallel joylashdi. Chekli oqlash normasi do'konlarning sotish quvvatiga qarab o'zgaradi, ya'ni r sotish masshtabi bilan pasayib boradi.

Chekli oqlash normasi chizig'i investitsiyaga bo'lgan talab chizig'ini ifodalaydi. Talab chizig'idan ko'rish mumkinki, foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, kapitalga bo'lgan talab shuncha kam va aksincha, foiz stavkasi qancha past bo'lib, kapital mablag'ga bo'lgan talab

shuncha yuqori bo'ladi. Foydani maksimalashtiradigan sotish hajmi $i = r$ bo'lganda 3000 kilogrammga teng bo'ladi.

Uzoq muddatli oraliqdagi investitsiya. Asosiy kapitalga qo'yilgan investitsiyalar asosan uzoq muddatli bo'ladi. Asosiy kapitalning xizmat qilish, ya'ni undan foydalanish muddati mavjud bo'lib, u chegaralangan bo'ladi. Asosiy kapital xizmat ko'rsatish muddati davomida firma uchun daromad keltiradi.

Uzoq muddatli oraliqdagi kapital qo'yilmadan olinadigan foydani hisoblash uchun asosiy kapitalning xizmat ko'rsatish muddatini va undan foydalanish davomida har yilda olinadigan daromadni bilish kerak bo'ladi.

Faraz qilaylik, I – investitsiyani Chekli qiymati, $R_J - J$ – xizmat ko'rsatish yilida asosiy kapitaldan olinadigan Chekli (qo'shimcha) daromad. U holda birinchi yil uchun ($J = I$) kapitalning Chekli oqlash normasini (r) quyidagi formula orqali hisoblash mumkin:

$$I \cdot (1+r) = R_1$$

Demak, bugungi bir so'mlik kapitalning qiymati yilning oxiriga kelib $1 + r$ so'mga teng bo'ladi, agar u bir yil davomida r so'mlik foyda keltirsa.

Agar Chekli kapital qiymati 1000 so'm va Chekli kapitalning bir yildan keyin umumiy foydaga qo'shadigan Chekli hissasi 1300 so'm bo'lsa, Chekli oqlash normasi quyidagiga teng.

(1) formuladan foydalanib yozamiz:

$$r = \frac{R_1 - I}{I} = \frac{1300 - 1000}{1000} \cdot 100\% = 30\%.$$

Bugungi bir so'mlik kapital qiymati yil oxirida $1 \cdot (1+0,3) = 1,3$ so'mga teng bo'ladi.

Agar ssuda foizi stavkasi $i = 10\%$ bo'lsa, sof oqlash normasi $\Delta r = (r-i) = (30-10) = 20\%$ bo'ladi.

Agarda $I = 1000$ so'm va $r = 30\%$ berilgan bo'lsa, R_1 ni topish mumkin bo'ladi:

$$1000 \cdot (1+0,3) = 1300$$

Ikkinchi yil uchun esa

$$R_1 \cdot (1+r) = R_2, \quad (2)$$

yoki

$$R \cdot (1+r) \cdot (1+r) = R_2,$$

$$I \cdot (1+r)^2 = R_2 \quad (3)$$

Investitsiyaning yil boshidagi qiymati quyidagicha aniqlandi, (1) dan foydalanib quyidagini yozamiz:

$$I = \frac{R_1}{(1+r)}. \quad (4)$$

Ikkinchi yil uchun esa:

$$I = \frac{R_2}{(1+r)^2}.$$

Ixtiyoriy t yil uchun kapitalning yil boshidagi qiymati quyidagicha aniqlanadi:

$$I = \frac{R_1}{(1+r)}.$$

Jamg'arma va vaqt bo'yicha Chekli tanlash normasi. Insonlar joriy va kelajakdagi iste'molni bir-biri bilan solishtirib, jamg'arish to'g'risida qaror qabul qiladilar. Odatda shaxs kelajakda ko'proq iste'mol qilish uchun bugungi kundagi bir so'mlik iste'moldan voz kechadi. Masalan, shaxsning bir yillik daromadi 100 ming so'm bo'lsin. Agar u ushbu daromadini joriy yilda to'liq iste'mol qilsa, uning jamg'armasi nolga teng bo'ladi. Shaxs ushbu daromadidan 10 ming so'mini jamg'aradi (10 ming so'mlik joriy iste'moldan voz kechadi), agar u kelajakda 10 ming so'mdan ko'proq iste'mol qilish imkoniyatiga ega bo'lsa, masalan 15 ming so'mlik. U holda uning vaqt bo'yicha Chekli tanlash normasi MRTP quyidagicha aniqlanadi:

$$MRTP = \frac{\Delta C_1}{\Delta C_0} = \frac{15}{10} = 1,5.$$

MRTP – vaqt bo'yicha Chekli tanlash normasi, bu shaxsning umumiy turmush darajasi o'zgarmagan sharoitda bir birlik joriy iste'moldan voz kechish hisobiga bo'ladigan kelajakdagi qo'shimcha iste'mol qiymati bo'lib, u shu voz kechilgan birlik iste'molni qoplash uchun yetarlidir.

Vaqt bo'yicha tanlash investitsiya qo'yishga jamg'arma orqali ta'sir qiladi. Lekin, joriy iste'mol hisobidan jamg'armani xohlagancha

oshirish mumkin emas. Nega deganda, umumiy daromad cheklangan. Jamg'arma umumiy daromaddan iste'molni ayrilganiga teng.

$$S = I - C$$

bu yerda S - jamg'arma; I - umumiy daromad; S - iste'mol.

Ma'lumki foiz stavkasi (i) qancha yuqori bo'lsa, jamg'arishga moyillik shuncha yuqori bo'ladi va aksincha.

17.3. Qiymatni diskontirlash

Bir yildan keyin beriladigan bir so'mning bugungi qiymati qancha bo'ladi? Bu savolga javob foiz stavkasiga bog'liqdir. Faraz qilaylik, foiz stavkasi i bo'lsin. U holda biz bir so'mni jamg'aradigan bo'lsak, uning qiymati bir yildan keyin $I \cdot (1+i)$ so'mga teng bo'ladi (agar foiz stavkasi $I = 50\%$ bo'lsa, bugungi bir so'm bir yildan keyin 1,5 so'mga teng bo'ladi). Demak, aytishimiz mumkinki, bir yildan keyin olinadigan bir so'mning bugungi qiymati $\frac{1_{cyM}}{(1+i)}$ so'mga teng, ya'ni u bir so'mdan kichik bo'ladi. Xuddi shunday ikki yildan keyin to'lanadigan bir so'mning bugungi qiymati $\frac{1_{cyM}}{(1+i)^2}$ ga teng bo'ladi. Nima uchun deganda, bir so'm i foiz stavkasi bo'yicha investitsiyaga qo'yilsa, ikki yildan keyin u $(1+i) \cdot (1+i) = (1+i)^2$ so'mga teng bo'ladi.

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, joriy diskontirlashtirilgan qiymat PDV (Present Discount Value), ya'ni boshlang'ich yilga keltirilgan qiymat – bu ma'lum muddat o'tgandan keyin to'lanadigan bir so'mning bugungi qiymati (narxi).

Agar muddat bir yilga teng bo'lsa, $PDV = \frac{1}{(1+i)}$ ga teng.

Agar muddat n yilga teng bo'lsa, $PDV = \frac{1}{(1+i)^n}$ ga teng bo'ladi.

Quidagi jadvalda (17.3-jadval) bir dollarning har xil foiz stavkalaridagi keltirilgan qiymatlari ko'rsatilgan.

1 dollarning diskontirlangan (keltirilgan) qiymati

Foiz stavkasi	Yillar			
	1	5	10	20
0,01	0,990	0,951	0,905	0,820
0,05	0,952	0,784	0,614	0,377
0,10	0,909	0,621	0,386	0,162
0,15	0,870	0,497	0,247	0,061
0,20	0,833	0,402	0,162	0,026

Jadvaldan ko'rish mumkinki, foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, bir dollarning joriy diskontirlangan (boshlang'ich yilga keltirilgan) qiymati shuncha kichik bo'ladi. Masalan, foiz stavkasi 5 % bo'lganda, 10 yildan keyin oladigan dollarning bugungi qiymati 61,4 sentga teng bo'ladi, 10 foizlik stavkada esa ushbu ko'rsatkich 38,6 sentga va 20 % bo'lganda 16,2 sentga teng bo'ladi.

Vaqt bo'yicha diskontirlangan (boshlang'ich vaqtga keltirgan) daromadni qaraymiz. Faraz qilaylik, bizda ikki xil daromad bor. Birinchisini "A" deb belgilasak, ikkinchi daromadni "V" deylik. "A" daromad 400 so'mga teng bo'lib, uning 200 so'mi hozir to'lanadi, qolgan 200 so'mi bir yildan keyin to'lanadi. "V" daromad 440 so'm bo'lib, uning 40 so'mi bugun to'lanadi, 200 so'mi bir yildan keyin, qolgan 200 so'mi ikki yildan keyin to'lanadi. Ushbu ikki variantdan qaysi biri foydaliroq hisoblanadi? Javob: foiz stavkasiga bog'liq. Ushbu daromatlarni boshlang'ich vaqtga keltirilgan qiymatini hisoblaymiz.

$$PDV(A) = 200 + \frac{200}{1+i};$$

$$PDV(B) = 40 + \frac{200}{(1+i)} + \frac{200}{(1+i)^2}$$

17.4-jadval

Diskontlangan daromadlar turi

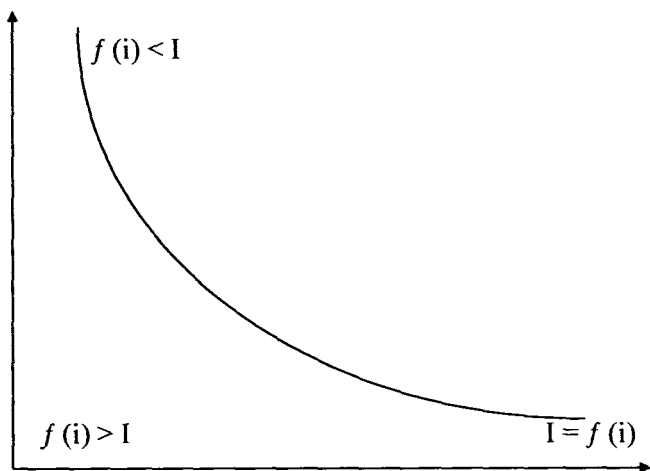
Daromadlar Turi	Yillar bo'yicha keltirilgan daromad		
	joriy yil	1-yil	2-yil
A	200	200	0
V	40	200	200

Quyidagi 17.5-jadvalda daromadlarning ikkala turi bo'yicha foizlar stavkasi 5, 10, 15, 20 % bo'lgandagi keltirilgan qiymatlari ko'rsatilgan.

17.5-jadval

Daromad Turi	Foiz stavkalarida diskontirlangan daromad, (so'mda)			
	$i = 0.10$	$i = 0.10$	$i = 0.15$	$i = 0.20$
A	390,5	381,8	373,9	366,7
V	411,9	387,1	365,1	345,6

Jadvaldagi ma'lumotlardan ko'rish mumkinki, daromadlarni tanlash foiz stavkalariga bog'liq. Agar foiz stavkasi 10 %ga teng va undan kichik bo'lganda, shaxs "A" daromad turiga qaraganda "V" daromad turini tanlash yaxshiroq bo'lardi. Foiz stavkasi 15 % va undan yuqori bo'lganda, (A) daromad turi (V) daromad turiga nisbatan yaxshiroq bo'lar edi.



17.2-rasm. Investitsiyaga talab funksiyasi grafigi

Bu yerda asosiy sabab, "A" daromad qiymati "V" daromadga qaraganda kam bo'lsa ham, u tezroq to'lanadi. Demak, $I = f(i)$ **investitsiyaga talab funksiyasi**. Ushbu funksiyaning grafigi

kamayuvchi bo'lib, investitsiya "narxi" ya'ni foiz stavkasi bilan investitsiyaga qilinadigan xarajatlar o'rtasidagi teskari aloqani ifodalaydi.

Investitsiyaga talab funksiyasi berilgan loyiha investorlar tomonidan kapital mablag' qo'yishi mumkin bo'lgan maksimal foiz stavkasini ifodalaydi. Yuqori foiz stavkasida yuqori foyda berishi mumkin bo'lgan loyihalar amalga oshiriladi. Foiz stavkasi kamayganda, kapital mablag' qo'yish masshtabi kengayadi, ya'ni kam foyda beradigan loyihalar ham mablag' bilan ta'minlanadi.

Inflyatsiyaning ta'siri. Inflyatsiya yoki narxlarning umumiy darajasining o'sishi joriy va kelajakda olinadigan mablag'lar nisbatini o'zgartiradi. Shuning uchun ham inflyatsiya darajasi loyihalarni baholashda e'tiborga olinishi zarur.

Agar barcha tovarlarga, xizmatlarga va ishlab chiqarish resurslariga (ish haqiga ham) bo'lgan narxlarning darajasi o'sganda, ular o'rtasidagi nisbat o'zgarmasa, bunday o'zgarishga balanslashgan inflyatsiya deyiladi.

Bunday holda, ya'ni narxlarning o'sish sur'ati bir xil bo'lganda loyihani tahlil qilishda inflyatsiyani hisobga olmasa ham bo'ladi. Nominal narxlardan, nominal foiz stavkasidan foydalanib daromadlar va xarajatlarni hisoblab, ularni solishtirish mumkin. Foyda va xarajatlarni belgilangan (solishtirma) narxlarda ham hisoblash mumkin, lekin bunday holda real foiz stavkasidan foydalanish kerak bo'ladi.

Agar har bir tovar, xizmat va resurs o'zining narx o'sish sur'atiga ega bo'lsa, inflyatsiya balanslashmagan bo'ladi. Balanslashmagan inflyatsiya loyiha bo'yicha hisob-kitoblarni murakkablashtirib yuboradi.

Nominal foiz stavkasi – bu joriy pul birliklarida ifodalangan jamg'armaga yoki ssudaga bo'lgan daromad normasi.

Real foiz stavkasi – bu o'zgarmas (ya'ni, inflyatsiya darajasiga ko'ra o'zgartirilgan) pul birliklarida ifodalangan jamg'arma yoki ssudaga bo'lgan daromad normasi.

Faraz qilaylik, i – nominal, E – real foiz stavkasi bo'lsin. P – inflyatsiya darajasi sur'ati, ya'ni:

$$\pi = \frac{P_1 - P_0}{P_0},$$

bu yerda:

R_0 - joriy narx darajasi;

R_1 - ma'lum vaqt o'tgandan keyingi (bir yildan keyingi) narx darajasi;

Faraz qilaylik, qandaydir joriy qiymat M_0 berilgan bo'lib, u bir yildan keyin M_1 bo'lsin. U holda $M_1 = M_0 \cdot (1+i)$.

Pulning sotib olish kuchini aniqlaymiz. Bu yerda $\frac{M_0}{P_0}$ hozirgi sotib olish kuchi; $\frac{M_1}{P_1}$ - kelajakda sotib olish kuchi.

U holda

$$\frac{M_1}{P_1} = \frac{M_0 \cdot (1+i)}{P_0 \cdot (1+\pi)} = \frac{M_0}{P_0} \cdot (1+\varepsilon).$$

Bundan real foiz stavkasi ε quyidagiga teng.

$$\varepsilon = \frac{\frac{M_1}{P_1} - \frac{M_0}{P_0}}{\frac{M_0}{P_0}} = \frac{1+i}{1+\pi} - 1,$$

$$\text{ya'ni, } (1+\varepsilon) \cdot (1+\pi) = 1+i, \text{ёкуε} = \frac{i-\pi}{1+\pi}.$$

Inflyatsiya darajasi (sur'ati) kichik bo'lganda real foiz stavkasi quyidagicha hisoblanishi mumkin:

$$\varepsilon = i = \pi.$$

Umuman olganda, firmalarning talabi moddiy kapital ne'matga (uskuna, texnologik liniya) emas, balki vaqtincha bo'sh bo'lgan pul mablag'igadir. Ushbu pul mablag'ini moddiy kapitalga sarflab, ulardan foydalanish natijasida kelajakda oladigan foydaning bir qismini pul egasiga qaytarish kerak bo'ladi. Shuning uchun ham investitsiyaga talab, bu pul jamg'armasiga bo'lgan talab, foiz to'lovi esa qarzga olingan pulning narxidir.

Misol. Nominal stavka $i = 60\%$; ε – real stavka; π – inflyatsiya davrajasi; $\pi = 90\%$.

Formulaga ko'ra quyidagini yozamiz:

$$(1+\varepsilon) \cdot (1+0,9) = 1+0,6$$

yoki real foiz stavkasi $\varepsilon = 15,8 \%$.

Zayomlarning qiymatini diskontirlash. Zayomlar to'lov majburiyati bo'lib, ularning mohiyati shundan iboratki, zayom beruvchi zayom oluvchiga (kreditorga) ma'lum muddat o'tishi bilan ma'lum summada pul to'laydi. Faraz qilaylik, davlat yoki biror korxonaning zayomi yaqin 10 yil ishlab chiqarishda har yilda 100 so'mdan daromad keltiradi, 10 yil o'tgandan keyin pirovard dividend 1000 so'm bo'lsin. Ushbu zayomga zayom oluvchi qancha to'lashini ko'rib chiqamiz. Buning uchun daromadlarning diskontirlangan summasini hisoblab chiqamiz.

$$PDV = \frac{100}{(1+i)} + \frac{100}{(1+i)^2} + \dots + \frac{100}{(1+i)^{10}} + \frac{1000}{(1+i)^{10}}. \quad (1)$$

Bu yerda ham zayom qiymati foiz stavkasiga bog'liq. Foiz stavkasi qancha ko'p bo'lsa, zayomning qiymati shuncha past bo'ladi. Masalan, 5 foizli stavkada zayom narxi 1386 so'mni tashkil qilsa, 15 foizda u 747 so'mga teng bo'ladi.

Zayomlar muddatsiz bo'lganda zayom olgan shaxs cheklanmagan muddatda har yili ma'lum o'zgarmas summa olib turadi. 1000 so'mlik dividend beradigan cheksiz muddatli zayomning narxi quyidagiga teng:

$$PDV = \frac{100}{(1+i)} + \frac{100}{(1+i)^2} + \dots + \frac{100}{(1+i)^3} + \dots$$

Bunday holda PDV quyidagicha hisoblanadi:

$$PDV = \frac{100}{i}.$$

Shunday qilib, agar foiz stavkasi 5% bo'lsa, muddatsiz zayomning qiymati $\frac{1000}{0,05} 20000$ so'm bo'ladi. Agar foiz stavkasi 20 % bo'lsa, zayomning qiymati 5000 so'mga teng bo'ladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Asosiy va aylanma kapital nima?
2. Investitsiya va investitsiyalashni tushuntirib bering.
3. Loyiha nima?
4. Investitsiyani qoplash nima?

18-bob. KORXONALAR FAOLIYATINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH

18.1. Tranzaksion xarajatlar

Tranzaksion yoki operatsiyalar xarajati bu tovarlar almashuvi sohasidagi xarajatlardir. Ushbu xarajat Ronald Kouz tomonidan 1930- yillarning boshlarida kiritilgan.

Tranzaksion xarajatlar quyidagi besh ko‘rinishda bo‘ladi:

1. Axborot qidirish xarajati;
2. Muzokara olib borish va shartnoma tuzish xarajati;
3. O‘lchash xarajatlari;
4. Mulk egasi huquqini himoya qilish va spetsifikatsiya xarajatlari;
5. Opportunistik harakat xarajatlari.

Axborot qidirish xarajati bozordagi axborotning asimmetrik holati bilan bog‘liq. Xaridorlarni, sotuvchilarni qidirib topish ma’lum xarajat bilan bog‘liq. Axborotlarni aniq va to‘liq bo‘lmasligi ortiqcha xarajatlarga olib keladi, ya’ni tovar muvozanat narxidan yuqori yoki past narxda sotib olinadi.

Muzokara olib borish va shartnoma to‘zish xarajatlari – shartnomalarni tuzish uchun ketgan vaqt, resurslar, savdo-sotiqni huquqiy rasmiylashtirish bilan bog‘liq xarajatlar.

O‘lchash bilan bog‘liq xarajatlar, asosan o‘lchash asboblari uchun hamda o‘lchash uchun sarflangan xarajatlar bilan bog‘liq. Ko‘p hollarda o‘lchash jarayoni qiyin kechadi. Masalan, tovar sifatini baholash, ishga qabul qilinadigan ishchining malakasini baholash.

Mulk egasini himoya qilish va spetsifikatsiya xarajatlari ko‘pincha ishonchli huquqiy himoya yaxshi yo‘lga qo‘yilmagan joylarda vujudga keladi. Bunday joylarda iqtisodiy subyektlar huquqining buzilishi kuchayadi. Huquqlarni joyiga qo‘yish uchun vaqt, mablag‘ sarflanadi.

Opportunistik harakatlari xarajatlari ham axborotning asimmetrikligi bilan bog‘liq. Opportunistik xarajat deb, sherik hisobidan

foyda olish maqsadida shartnomada ko'rsatilgan shartlari bajarishdan voz kechadigan shaxslar harakatiga aytiladi.

Shunday qilib, tranzaksion xarajatlar tovarlar almashishi jarayonigacha, almashishi jarayonida va almashishdan keyingi davrda vujudga keladi.

18.2. Kouz teoremasi. Ijobiy va salbiy tashqi samaraga ta'sir qilish

Tashqi samaralar yoki eksternalilar (externalites) – bozordagi oldi-sotdidan olinadigan, lekin narxda o'z ifodasini topmagan xarajat yoki foyda. Ular muayyan operatsiyada qatnashadigan bozor subyektlari bilan bir qatorda uchinchi tomon bilan bog'liq bo'lgani uchun ham "tashqi", deb qabul qilinadi. Ushbu xarajatlar yoki yutuqlar (foyda) tovarlar va xizmatlarni ham ishlab chiqarishda, ham iste'mol qilishda vujudga keladi.

Tashqi samara musbat (ijobiy) va manfiy (salbiy) samaralarga bo'linadi. **Manfiy samara** xarajatlar bilan bog'liq bo'lsa, **musbat samara** uchunchi tomonning yutug'i bilan bog'liqdir. Shunday qilib, tashqi samara ijtimoiy xarajatlar (yutuqlar) va xususiy xarajatlar (yutuqlar) o'rtasidagi farqni ko'rsatadi.

$$MSC = MPC + MEC,$$

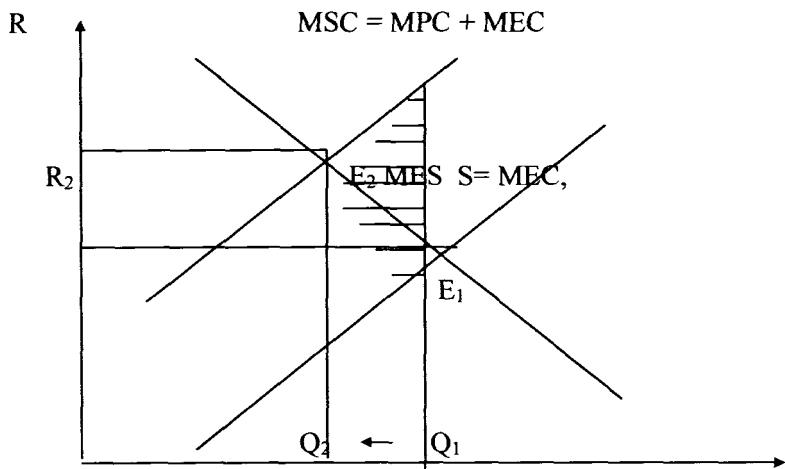
bu yerda: MSC - ijtimoiy Chekli xarajat;

MPC - xususiy Chekli xarajat;

MES - tushqi Chekli xarajat (Marginal External Cost).

Agar bir iqtisodiy subyektning faoliyati boshqa iqtisodiy subyektlar faoliyatida xarajatlarga olib kelsa, salbiy tashqi samara vujudga keladi. Masalan, ximiya zavodi foydalanilgan suvni yetarli darajada tozalamasdan daryoga oqizmoqda, deylik. Chiqindi suv hajmi zavod ishlab chiqarishiga proporsional bo'lsa, zavod qancha ko'p mahsulot ishlab chiqarsa, u atrof-muhitni shuncha ko'p ifloslantiradi. Ximiya zavodi maxsus suv tozalash inshooti qurmaganligi uchun, chiqindi suv to'liq tozalanmaydi, demak zavodning xususiy Chekli xarajati ijtimoiy Chekli xarajatidan past bo'ladi, nima uchun deganda uning xarajati

suvni tozalash bilan bog'liq xarajatdan xoli. Zavod xarajatlarni tejash asosida ko'proq mahsulot ishlab chiqaradi. Ishlab chiqargan mahsulot hajmi samarali hajmdan ko'p bo'ladi. (18.1-rasm).



18.1-rasm. **Manfiy (salbiy) tashqi samara**

Suvni tozalashga xarajat qilmaganda zavodning ishlab chiqarish hajmi Q_1 ga, uning narxi R_1 ga teng va E_1 nuqtada bozor muvozanati o'rnatiladi. E_1 nuqtada kesishadigan talab chizig'i Chekli ijtimoiy yutuq MSVni ifloslansa, taklif chizig'i xususiy Chekli xarajat MRS ni ifodalaydi. E_1 nuqtada bozor muvozanati o'rnatilganda Chekli xususiy xarajat Chekli ijtimoiy yutuqqa teng bo'ladi:

$$MRS = MSV.$$

Lekin, Chekli ijtimoiy xarajat Chekli xususiy xarajat bilan Chekli tashqi xarajat yig'indisiga teng:

$$MSC = MPC + MEC.$$

Agar tashqi xarajat zavodining ichki xarajatiga aylantirilsa, samarali ishlab chiqarish hajmi Q_1 dan Q_2 ga qisqargan bo'ladi. Mahsulot narxi R_1 dan R_2 ga ko'tariladi va E_2 nuqtada Chekli ijtimoiy yutuq Chekli ijtimoiy xarajat bilan tenglashardi, ya'ni:

$$MSV = MSC.$$

Shuni e'tiborga olish kerakki, E_2 nuqtada tashqi muhitni ifloslantirishning oqibatlari to'liq yo'qotilmaydi, nima uchun deganda, ximiya zavod Q_2 miqdorda mahsulot ishlab chiqarishni davom ettiradi va shu ishlab chiqarish hajmiga proporsional chiqindi ham atrof-muhitga chiqaradi. Lekin, atrof-muhitni ifloslantirishdan bo'ladigan zarar ancha kamayadi. 18.1-rasmdagi E_1 E_2 E uchburchakning yuzi xususiy Chekli xarajatni ijtimoiy Chekli xarajattan past bo'lishi bilan bog'liq bo'lgandagi yo'qotilgan samarani ko'rsatadi.

Shunday qilib, salbiy tashqi samara mavjud bo'lganda iqtisodiy ne'mat samarali hajmdan ko'proq hajmda sotiladi va sotib olinadi, aniqroq qilib aytadigan bo'lsak salbiy tashqi samaraga ega bo'lgan tovarlar va xizmatlar keragidan ortiqcha ishlab chiqariladi.

Musbat (ijobiy) tashqi samara biror iqtisodiy subyektning faoliyati boshqa subyektlarga yutuq keltirganda vujudga keladi.

$$\mathbf{MSB = MPB + MEB.}$$

Bu yerda: MSB - ijtimoiy Chekli yutuq;

MPB - xususiy Chekli yutuq;

MEB - tashqi Chekli yutuq.

Ijobiy tashqi samaraga maorifni va ilmiy izlanishlarni keltirish mumkin. Maorif yaxshi yo'lga qo'yilsa, bundan jamiyatning har bir a'zosi yutadi. Xuddi shunday ilmiy izlanishlardagi kashfiyotlardan ham jamiyat va uning a'zolari yutadi. Har bir shaxs ta'lim olayotganda o'zi oladigan yutuqni o'ylashi mumkin, lekin, bundan jamiyat qanday yutuq olish mumkinligini o'ylamaydi, ya'ni o'zi oladigan yutuqni hisobga oladi, xolos. Shaxs ta'lim olishga qaror qilishidan oldin ta'limga ketadigan xarajat bilan ta'limdan oladigan yutuqni bir-biri bilan taqqoslab ko'radi. Inson kapitaliga qilingan investitsiyalar jamiyat uchun optimal bo'lgan miqdordan past bo'ladi (18.2-rasm).

Bozor muvozanati U_1 xususiy Chekli yutuq bilan ijtimoiy Chekli xarajat chiziqlari kesishgan nuqtada o'rnatiladi.

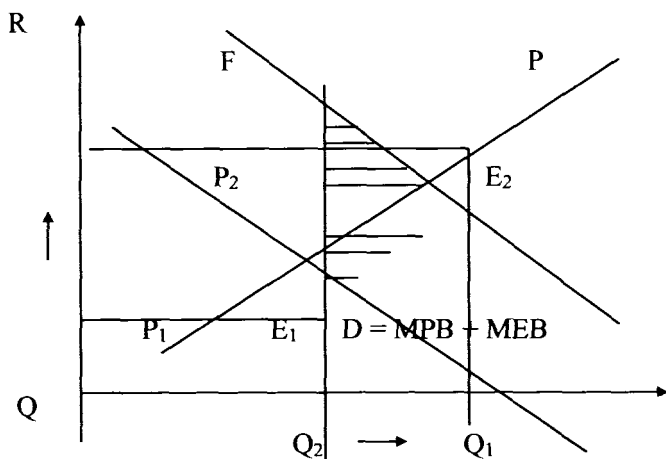
$$\mathbf{MPB = MSS.}$$

Ya'ni tenglikda jamiyat oladigan Chekli yutuq hisobga olinmagan. Umuman olganda ijtimoiy Chekli yutuq xususiy Chekli yutuqdan tashqi Chekli yutuq miqdoriga katta.

Shuning uchun ham, ishlab chiqarish hajmini umumiy Chekli yutuq, ya'ni ijtimoiy Chekli yutuq ijtimoiy Chekli xarajatga teng bo'lganga qadar oshirish mumkin. Demak, jamiyat uchun samarali bo'lgan muvozanat, ijtimoiy Chekli yutuq chizig'i bilan ijtimoiy Chekli xarajat chizig'i kesishgan E_2 nuqtada erishilishi mumkin. Natijada, samaradorlik FE_2E_1 uchburchak yuziga teng miqdorga oshadi.

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, ijobiy tashqi samara bo'lganda iqtisodiy ne'matlar samarali hajmdan kam miqdorda sotiladi va sotib olinadi, ya'ni ijobiy tashqi samarali tovarlar va xizmatlar kamroq ishlab chiqiladi.

Ijobiy va salbiy tashqi samaraga ta'sir qilish. Salbiy tashqi samaraga ega bo'lgan tovarlar va xizmatlarni ko'p ishlab chiqarilishini kamaytirish va ijobiy tashqi samarali tovarlar va xizmatlarni optimal hajmgacha oshirish uchun tashqi samaralarni ichki samaraga aylantirish (transformatsiya qilish) kerak.



18.2-rasm. Ijobiy tashqi samara

Tashqi samaralarni ichki samaraga aylantirish uchun xususiy Chekli xarajatlarni (va mos holda Chekli yutuqni) ijtimoiy Chekli xarajatlarga (Chekli yutuqlarga) yaqinlashtirish lozim.

Ushbu muammoni yechish uchun soliqlardan va subsidiyalardan foydalanish A.S. Pigu tomonidan taklif qilingan.

Tartiblashtiradigan soliq – bu salbiy tashqi samaraga ega bo‘lgan iqtisodiy ne‘matlarni ishlab chiqarishga qo‘yiladigan va xususiy Chekli xarajatni ijtimoiy Chekli xarajatgacha ko‘taradigan soliq.

Demak, yuqoridagi misolda soliq T tashqi Chekli xarajatga teng bo‘lsa, ya‘ni T MES bo‘lsa, bozor muvozanatini samarali muvozanatga yaqinlashtiradi:

$$MSB = MSS.$$

Tartiblashtiruvchi subsidiya – bu ijobiy tashqi samaraga ega bo‘lgan iqtisodiy ne‘matlarni ishlab chiqaruvchilarga va iste‘mol qiluvchilarga beriladigan subsidiya bo‘lib, u xususiy Chekli yutuqni ijtimoiy Chekli yutuqqa yaqinlashtiradi.

Agar tashqi Chekli yutuqqa teng bo‘lgan subsidiya ($S = MEV$) talabalarga yoki ilmiy xodimlarga berilganda edi, u talabalarning ta‘lim xizmatiga talabini va ilmiy izlanuvchilarni ilmiy izlanishga talabini va ilmiy izlanuvchilarni ilmiy izlanishga talabini $MSB = MSS$ tenglikni ta‘minlaydigan darajagacha oshirgan bo‘lar edi. Lekin, tartiblashtiruvchi soliqlar va subsidiyalar tashqi samara bilan bog‘liq muammolarni to‘liq yechishga yordam berolmaydi, nima uchun deganda, amaliyotda Chekli yutuq va Chekli xarajatlarni aniq hisoblash juda qiyin bo‘lsa, ikkinchidan, ular yetkazadigan zarar miqdorini ham hisoblashda juda katta qiyinchiliklar mavjud.

Tashqi samara muammosini yechishning Yangi yo‘li R. Kouzning fikricha, ushbu muammo tomonlar uchun umumiy muammo bo‘lib, uning yechilishi ikkala tomonning birgalikda mas‘uliyatli harakat qilish bilan boqliq. Bu yerda e‘tibor ikki tomondan qaysi biri ko‘proq, qaysi biri kamroq yo‘qotishga berilmasdan, ikkala tomondan mumkin bo‘lgan jiddiy yo‘qotishni oldini olishga berilishi lozimligi ko‘rsatilgan.

A.S. Pigu tomonidan taklif qilingan yechimda alternativ xarajatlar prinsipidan foydalanilmagan va huquqiy omilga e‘tibor berilmagan.

Kouzning ijtimoiy xarajatlar bilan bog‘liq ishlarini umumlashtirib uni Dj.Stigler degan olim “Kouz teoremasi”, deb atadi. Kouz teoremasiga ko‘ra, agar barcha tomonlarning mulkiy huquqlari yaxshi

aniqlangan bo'lsa, tranzaksion xarajatlar nolga teng bo'lsa, pirovard natija (ishlab chiqarish qiymatini maksimallashtiruvchi) mulkchilik huquqini taqsimlashdagi o'zgarishlarga bog'liq emas (agar daromad samarasi e'tiborga olinmaganda). Teoremadagi asosiy mazmun Dj. Stigler fikriga ko'ra quyidagicha "Mukammalashgan raqobat bozorida xususiy va ijtimoiy xarajatlar bir-biriga teng".

Kouz tashqi samara bilan bog'liq yo'qotishlarni hisobga olish mas'uliyatini o'z ichiga oluvchi narx belgilash tizimi bilan ushbu mas'uliyatni e'tiborga olmaydigan narx belgilash tizimini bir-biri bilan taqqoslab, quyidagi fikrga keladi, ya'ni, agar qatnashuvchilar tashqi samara muammosini xarajatlarsiz birgalikda kelishib olsa (kelishish bilan bog'liq tranzaksion xarajatlar nolga teng bo'lsa), u holda raqobatlashgan bozor sharoitida ishlab chiqarish qiymatini maksimallashtiradigan mumkin bo'lgan maksimal natijaga erishish mumkin.

Kouz quyidagi misolni keltiradi. Bir-biri bilan qo'shni bug'doy yetishtiruvchi va qoramollarni boquvchi fermerlar joylashgan. Mol boquvchi fermer vaqti-vaqti bilan mollarni qo'shni fermer yerlariga qo'yib yuborib, uning bug'doylarini payhon qilib turadi. Ko'rinib turibdiki, bu yerda tashqi samara (eksternal samara) mavjud. Kouz ko'rsatganki, bu muammo davlatning aralashuvisiz ikkala fermerning kelishuvi asosida yechilishi mumkin.

Agar mol boquvchi ikkinchi fermerga keltirgan zarari uchun mas'uliyatni his qilsa, u ikki variantda yo'l tutishi mumkin: yoki mol boquvchi fermerga yetkazgan zararini qoplaydi, yoki u ushbu yerni fermerdan ijaraga oladi. Pirovard natija ikkala holda ham bir xil bo'lib, ishlab chiqarish qiymatini maksimallashtirishga olib keladi. Agar yetkazilgan zarar uchun mas'uliyat sezilmasa tashqi aralashuv vujudga keladi.

Tranzaksion xarajatlar nol bo'lganda fermerlarda o'zaro kelishish uchun iqtisodiy rag'batlantirish mavjud bo'ladi, chunki ikkala tomon ham o'z daromadlarining o'sishidan manfaatdor va ishlab chiqarish qiymatini maksimallashtirishga intiladi. Lekin, tranzaksion xarajatlar hisobga olinsa, yuqoridagiday samarali natijaga erishmasligi mumkin.

Bu yerda tranzaksion xarajatlar, ya'ni axborot olishni qimmatligi, sud ishi xarajatlari, kelishuv xarajatlari, kelishuv bilan bog'liq yutuqdan oshib ketishi mumkin. Bunga yarasha yetkazilgan zararni hisoblashda ham qiyinchiliklar tug'iladi (bittasi yetkazilgan zararni boshqa tomonga qaraganda katta baholashi mumkin). Ushbu farqlarni hisobga olib, Kouz teoremasiga daromad samarasi degan so'z kiritilgan. Bitta tomon yetkazilgan zararni ikkinchi tomonga nisbatan yuqori baholasa kelishish qiyin.

Eksperimental izlanishlar natijasi shuni ko'rsatadiki, Kouz teoremasi kelishiladigan tomonlar cheklangan ikkita va uchta bo'lgandagina o'rinli. Tomonlar soni oshgan sari tranzaksion xarajatlar oshib boradi va ushbu xarajatlarni nolga tengligi to'g'risida faraz o'z kuchini yo'qotadi.

Kouz teoremasi amaliy iqtisodiy hayotda muhim rol o'ynamoqda, undan atrof-muhitni ifloslantirishga qarshi davlat siyosatini va strategiyasini ishlab chiqishda keng foydalanilmoqda.

Atrof-muhitni muhofaza qilish siyosati. Ushbu siyosat yordamida nazorat qilishdan olinadigan ijtimoiy Chekli yutuq nazoratni amalga tatbiq etish uchun sarflanadigan ijtimoiy Chekli xarajat bilan balanslashtiriladi.

Ijtimoiy Chekli yutuq MSV nazoratni amalga tatbiq etish uchun sarflanadigan ijtimoiy Chekli xarajat bilan balanslashtiriladi. Ijtimoiy Chekli yutuq MSV chizig'i bilan ijtimoiy Chekli xarajat MSS chizig'i kesishgan nuqta zararli chiqindilarni chiqarishning jamiyat uchun samarali bo'lgan darajasini aniqlashga yordam beradi.

MSS chizig'i atrof-muhitni ifloslantiradigan chiqindilarning foiz bo'yicha kamayib borishi natijasida ijtimoiy Chekli xarajatlarni oshib borishini ifodalaydi. Shuning uchun ham chiqindilarni har bir qo'shimcha foiz kamaytirilishi yanada ko'proq xarajat bilan bog'liq. Zararli chiqindilarni atrof-muhitga chiqarilishini kamaytirishning uchta varianti mavjud: zararli chiqindilarni atrof-muhitga chiqarilishda norma va standartlarni o'rnatilishi; chiqindilar uchun to'lov o'rnatish, chiqindilarni vaqtincha chiqarish uchun ruxsatnoma sotish.

Bu yerda sanoat chiqindilari tarkibidagi zararli moddalar konsentratsiyasiga qo'yiladigan miqdoriy chek qonun tomonidan o'rnatiladi. Bunday standartlar barcha rivojlangan davlatlarda o'rnatilgan.

Masalan, avtomobillarning benzinni yoqishi natijasida chiqadigan gazda karbonat angidrid gazining miqdori cheklangan. Chiqindi gaz tarkibida ushbu modda normadan yuqori darajada bo'lsa, avtomobil egasiga jarima solinadi.

Standartlarni o'rnatishdan amaliyotda foydalanishning o'ziga yarasha kamchiliklari ham mavjud. Birinchidan, chiqindilarni ma'lum normagacha bepul chiqarish mumkinligi; ikkinchidan, barcha iqtisodiy subyektlar uchun bir xil standartni belgilashni hududlarda ekologik holatning har xil darajada dolzarbligini e'tiborga olmaydi; uchinchidan, standartlar ishlab chiqaruvchilarni zararli chiqindilarni kamaytirishga undamaydi.

Zararli chiqindilar uchun to'lov. Bu usulga ko'ra atrof-muhitga chiqaradigan har birlik zararli chiqindisi uchun fermerlarga to'lov belgilanadi. Tajribalarning ko'rsatishicha, ushbu usul atrof-muhitga chiqariladigan umumiy chiqindi hajmini kamaytirishga olib keladi. Lekin, bu tizimni aniq ishlashini to'liq kafolatlash qiyin.

Faraz qilaylik, davlat chiqindilarni 2000 kg dan 1000 kg gacha tushurmoqchi. Bu holda davlat bir kilogrammdan chiqindi chiqarishga ruxsat beradigan 1000 ta ruxsatnoma sotadi (4-rasm). Ruxsatnoma taklifi elastik bo'lmaganligi uchun muvozanat holat E_1 nuqtada o'rnatiladi.

E_1 nuqtada bir kilogramm chiqindi chiqarish ruxsatnomasi narxi 500 so'm. Agar atrof-muhitni muhofaza qiluvchi mahalliy "yashillar" harakati partiyasi mahalliy joyda ekologik vaziyatni yaxshilash maqsadida 100 ta ruxsatnomani sotib olib uni sotuvdan chiqarsa, bitta ruxsatnoma narxi ko'tarilib 600 so'mga teng bo'ladi. Bu ushbu usulning egiluvchan ekanligini ko'rsatadi.

18.3. Ijtimoiy ne'mat

Sof ijtimoiy ne'mat – bu barcha fuqarolar tomonidan, jamoa tomonidan iste'mol qilinadigan ne'mat bo'lib, ushbu iste'mol alohida insonning ushbu ne'mat uchun pul to'lashi yoki to'lamasligiga bog'liq emas.

Sof ijtimoiy mahsulot ikki xil xususiyatga ega: iste'mol qilishda tanlamaslik va iste'moldan ajratilmaslik. Shunday xususiyatga ega bo'lgan ijtimoiy ne'matga armiya va militsiya xizmati kiradi. Iste'molda tanlanmasligi xususiyati shuni bildiradiki, sof ijtimoiy ne'matni bir kishi tomonidan iste'mol qilinishi boshqa bir kishining ushbu ne'mat iste'molini kamaytirmaydi. Bunday ne'matlar raqobatdan holi, chunki qo'shimcha iste'molning Chekli xarajati nolga teng.

Iste'moldan ajratilmaslik xususiyati shundan iboratki, hech bir kishiga iste'mol qilish (hatto u ushbu iste'mol uchun to'lashdan voz kechsa ham) man qilinmaydi.

Sof xususiy ne'mat – bu shunday ne'matki, uning har birligi ma'lum to'lovga sotiladi. Sof ijtimoiy ne'matning sof xususiy ne'matdan asosiy farqi – u bo'laklarga bo'linmaydi va bo'laklarga bo'linib ham sotilmaydi. Sof ijtimoiy mahsulotning bo'laklariga narx belgilash ham mumkin emas. Sof ijtimoiy mahsulotga bo'lgan umumiy talabni aniqlash ham o'ziga xosdir. Sof ijtimoiy mahsulotning bo'laklariga narx belgilash ham mumkin emas. Sof ijtimoiy mahsulotga bo'lgan umumiy talabni aniqlash ham o'ziga xosdir. Sof ijtimoiy mahsulotga bo'lgan talab chizig'i jami mahsulotning Chekli nafilligini

Iste'molchilar soni qancha bo'lishidan qat'iy nazar, ular barcha sof ijtimoiy ne'matni iste'mol qiladi. Lekin, har bir shaxs sof ijtimoiy ne'matni iste'mol qilishdan har xil naf oladi. Sof ijtimoiy mahsulotga bo'lgan umumiy talab shaxslar oladigan Chekli yutuqlarni (mavjud hajmdan oladigan) vertikal bo'yicha qo'shish orqali aniqlanadi (5-rasm).

Sof xususiy ne'matga bo'lgan umumiy talab shaxslarning talab chiziqlarini gorizontal bo'yicha qo'shish orqali aniqlanadi (6-rasm).

Sof ijtimoiy mahsulotni jamoa bo'lib iste'mol qiladi, lekin biz yuqorida aytganimizdek, har bir shaxs bunday iste'moldan har xil naf

ko'radi. B shaxs A shaxsga nisbatan ko'proq naf ko'radi, S shaxs B shaxsga ko'ra ko'p naf oladi. Amalda har bir shaxsning qancha naf olganligini hisoblash qiyin. Bunday axborotni olish ham murakkab.

Agar iste'mol qilingan sof ijtimoiy ne'matga har bir shaxs o'zi olgan Chekli yutug'iga ko'ra pul to'laganda edi, olingan naf to'g'risidagi axborotni yashirishga undaydigan kuchli rag'batlantirish paydo bo'lar edi, hamda olinadigan nafni darajasini ko'pchilik pasaytirishga harakat qilar edi.

Haqiqatda esa, iste'molchilar iste'mol qilingan sof ijtimoiy mahsulot uchun pul to'laydimi, yo'qmi undan naf olganligi uchun ayrim hollarda ortiqcha to'lovlarsiz, bepul ushbu ne'matlarni olishga harakat qiladi. Ushbu vaziyat biletsiz muammosini, ya'ni "quyon" muammosi nomini oldi. Bu yerda iqtisodiy subyektlar bozor mexanizmi ishlamaydigan joylaridan foydalanib, boshqalar hisobidan ko'proq yutuqqa erishishga harakat qilishi nazarda tutiladi. Biletsiz yuruvchi muammosi ko'proq katta iste'molchi jamoa guruhlarida yuzaga keladi, nima uchun deganda, bunday guruhlarda kerakli, to'liq axborotni olish qiyin. Biletsizlar muammosini mavjudligi sof ijtimoiy mahsulotni ishlab chiqarish hajmini uning samarali hajmidan kam bo'lishiga olib keladi. Bozor mexanizmi bu muammoni yechishga ojiz. Ushbu xatoni tuzatishda davlatning ahamiyati nihoyatda katta.

18.4. Bozor iqtisodiyotini tartibga solishda davlatning roli

Bozor ojizligi – bu shunday hodisaki, bunda bozor resurslardan samarali foydalanishni ta'minlay olmaydi.

Bozor ojizligini ko'rsatuvchi to'rtta turdagi vaziyat mavjud va bu vaziyatlar samarasiz vaziyat hisoblanadi:

1. Monopoliya.
2. Asimmetrik axborot.
3. Tashqi samara.
4. Ijtimoiy ne'mat.

Ushbu vaziyatlarda bozorga davlatning aralashuvi maqsadga muvofiq deb hisoblanadi. Bu muammolarni davlat monopoliyaga qarshi

siyosat yuritish, ijtimoiy sug'urtalash, salbiy tashqi samaraga ega bo'lgan tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarishni cheklash va ijobiy tashqi samaraga ega bo'lgan ishlab chiqarish va iste'molni rag'batlantirish orqali yechishga harakat qilib kelmoqda.

Hozirgi vaqtda davlatning iqtisodiy funksiyalari kengayib bormoqda. Bularga quyidagilar kiradi: infratuzilmani rivojlantirish; maorifni rivojlantirish; ishsizlik bo'yicha nafaqa ajratish, kam ta'minlangan oilalarga moddiy yordam berish va hokazolar. Bulardan bir qisminigina sof ijtimoiy ne'matga kiritish mumkin. Ularning ko'pchiligi jamoa va shaxslar tomonidan iste'mol qilinadi.

Hozirgi vaqtda jami yalpi mahsulot tarkibida davlatning xarajatlari ulushi barcha rivojlangan davlatlarda oshib borish tendensiyasiga ega. Yuqoridagilardan qarshi siyosat olib bormoqda, barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashga e'tibor bermoqda, iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlarni muvofiqlashtirishmoqda, ilmiy-texnik tadqiqotlarni qo'llab-quvvatlashmoqda.

Davlat iqtisodiyotda asosan ikkita masalani yechishga harakat qilib kelmoqda: bozorni normal ishlashini ta'minlash va dolzarb bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni yechish.

Shuni ham aytish kerakki, davlatning bozor mexanizmiga asoslangan iqtisodiyotga aralashuvi o'zining chegarasiga ega bo'lishi kerak. Birinchi navbatda, davlatning bozor mexanizmiga aralashuvi bozor mexanizmini buzilishiga olib kelmasligi kerak. Davlatning iqtisodiyotga aralashuvi ko'proq bozor mexanizmini kuchaytirishga olib kelishi maqsadga muvofiq.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tranzaksion xarajatlar va ularning tarkibiga qanday xarajatlar kiradi?
2. Tashqi samaraga hayotdan aniq bir misol keltirib, izohlab bering.
3. Davlatning atrof-muhitni muhofaza qilish siyosati nimalardan iborat?
4. Sof ijtimoiy ne'mat va uning xususiyatlari nimalardan iborat?

5. Sof xususiy ne'matning sof ijtimoiy ne'matdan farqi nimalardan iborat?

6. Davlat bozorni tartibga solish uchun qanday hollarda bozor faoliyatiga aralashadi?

7. O'zbekistonda iqtisodiyotni rivojlantirishda davlatning roli nimalardan iborat?

19-bob. DAVLATNING BOZORGA TA'SIRINI BAHOLASH VA RAQOBATLASHGAN BOZOR SAMARADORLIGI

19.1. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi

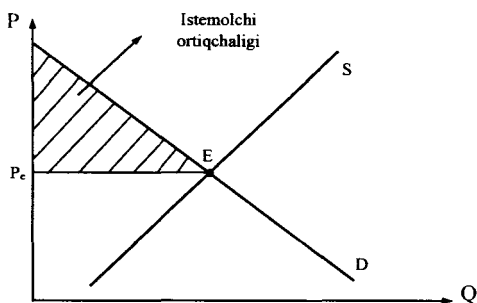
Tovarga narx bozor tomonidan o'rnatiladigan raqobatlashgan bozorda tovarni ishlab chiqaruvchilar bozor narxida (muvozanat narxida) sotadi, shu bozor narxida iste'molchilar tovarni sotib oladi.

Lekin, ayrim iste'molchilar uchun tovarning qiymati uning bozor narxidan ko'ra yuqoriroq. Shuning uchun ham u tovarni bozor narxidan yuqoriroq narxda ham sotib olishi mumkin.

Iste'molchi ortiqchaligi – iste'molchi tomonidan tovara to'lashi mumkin bo'lgan maksimal narx bilan tovarning haqiqiy narxi o'rtasidagi farqni bildiradi. Aniqroq qilib aytadigan bo'lsak, iste'molchining tovar uchun berishi mumkin bo'lgan maksimal narxdan tovarni sotib olishda to'lanadigan haqiqiy narxning ayirmasiga teng.

Iste'molchi ortiqchaligi (qo'shimcha naf) alohida insonning qanchalik o'rtacha yaxshi yashayotganligini ko'rsatadi.

Iste'molchining umumiy ortiqchaligi bu talab chizig'i bilan bozor narxi chizig'i o'rtasida joylashgan soha (19.1-rasmda shtrixlangan soha).



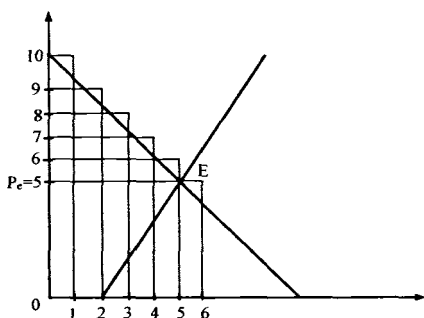
19.1-rasm. Iste'molchi ortiqchaligi

Iste'molchi ortiqchaligi barcha iste'molchilarning umumiy sof nafini o'lashga yordam beradi va bunda biz bozorni davlat tomonidan muvofiqlashtirilishi samaradorligini, iste'molchi ortiqchaligini umumiy natijasining o'zgarishini o'lash asosida aniqlashimiz mumkin.

Misol. Faraz qilaylik bir dona apelsinning bozor narxi 5 so'm deylik, lekin iste'molchi ushbu bir dona apelsin uchun 10 so'm berishga tayyor, ya'ni apelsinning iste'molchi uchun qiymati 10 so'mga teng.

Iste'molchi ushbu bir dona apelsinni bozor narxida, ya'ni 5 so'mga oladi va u iqtisod qilgan $10-5=5$ so'm iste'molchi ortiqchaligini bildiradi, iste'molchi qo'shimcha 5 so'mlik naf oladi (19.2-rasm).

Iste'molchi ikkinchi apelsinni ham sotib oladi, chunki u ikkinchi apelsin uchun berishi mumkin bo'lgan maksimal narx 9 so'm, iste'molchi ortiqchaligi 4 so'mga teng. Xuddi shunday davom etsak 4-apelsin uchun iste'molchi ortiqchaligi 1 so'mga teng, beshinchi apelsinni sotib olishga iste'molchi befarq qaraydi, chunki u iste'molchining umumiy ortiqchaligini oshirmaydi.



19.2-rasm. Umumiy iste'molchi ortiqchaligini grafikda aniqlash

Shunday qilib, iste'molchining iste'molchi ortiqchaligi $5+4+3+2+1=15$ so'mga teng. Iste'molchining sarfi 25 ga teng.

Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi ishlab chiqaruvchi tomonidan olingan umumiy manfaatni bildiradi.

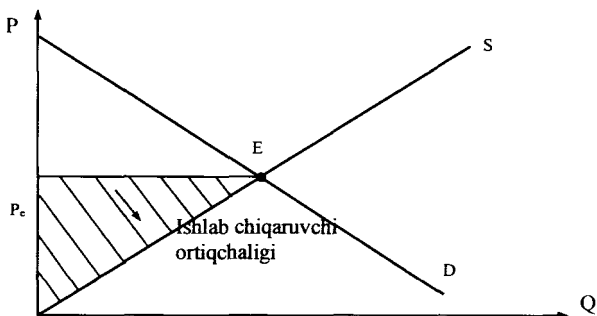
Bir xil ishlab chiqaruvchilar uchun bir birlik mahsulot xarajatlari bozor narxiga teng bo'lsa, boshqa ishlab chiqaruvchi uchun ushbu

xarajatlar bozor narxidan kichikdir. Demak, ishlab chiqaruvchilar ushbu tovarni sotishdan foyda, ya'ni ortiqcha manfaat oladilar. Har bir tovar uchun ushbu ortiqcha manfaat tovarning bozor narxi bilan uni ishlab chiqarishdagi Chekli xarajati o'rtasidagi farqqa teng bo'lib, uni ishlab chiqaruvchi oladi.

Bu farq bir birlik mahsulotdan oladigan foyda bilan ishlab chiqarishdagi har qanday rentani qo'shilganiga teng.

Umuman ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi bu barcha ishlab chiqaruvchilar tomonidan olinadigan foydalarning umumiy yig'indisidir.

Bozor uchun umumiy ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi taklif chizig'idan tortib to bozor narxi chizig'igacha bo'lgan oraliqdagi yuzaga teng (19.3-rasm).



19.3-rasm. Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining grafikdagi tasviri

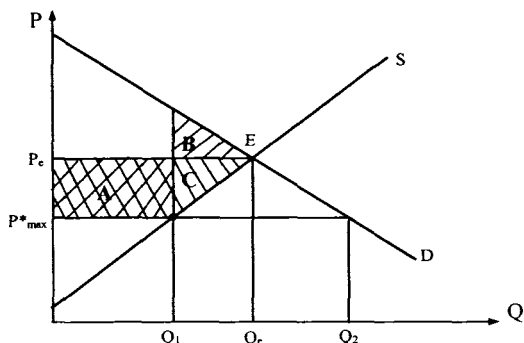
Rasmdagi shtrixlangan uchburchak iste'molchi ortiqchaligini ifodalaydi. Iste'molchi ortiqchaligi ishlab chiqaruvchilarning umumiy sof foydasini o'lchashga yordam berishini e'tiborga olsak, biz bu ko'rsatkich yordamida davlatning bozorga aralashuvidan olinadigan qo'shimcha foyda yoki zararni iste'molchi ortiqchaligining natijaviy o'zgarishni o'lchash yordamida aniqlashimiz mumkin.

19.2. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidan foydalanish

Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi yordamida davlatning iqtisodiy siyosatini baholash mumkin. Biz oldingi ma'ruzalarning birida

narxlarni davlat tomonidan nazorat qilinishi, ya'ni davlat tomonidan o'rnatiladigan maksimal va minimal narxlar va bu siyosatning iqtisodiy oqibatlari to'g'risida gapirgan edik.

Faraz qilaylik, tovarga davlat tomonidan maksimal narx P^* o'rnatildi deylik, ya'ni $P^* < P_e$ (P_e muvozanat narx) (19.4-rasm).



19.4-rasm. Narx davlat tomonidan nazorat qilinganda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining grafikdagi tasviri

Maksimal narx o'rnatilganda bir qator ishlab chiqaruvchilar (xarajatlarini maksimal narxda qoplay olmagan uchun) bozordan siqib chiqariladi va ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot hajmi Q_e dan Q_1 gacha kamayadi. Tovarni sotib olishni davom ettirayotgan iste'molchilar tovarni past narxda sotib oladilar va ularning iste'mol ortiqchaligi oshadi. Ushbu oshgan ortiqchalik grafikda qo'shshtrixlangan A to'rtburchak yuzi bilan ifodalangan. Lekin bir qator iste'molchilar tovar hajmi qisqargani uchun uni sotib ola olmaydilar. Ularning iste'mol ortiqchaligining qisqarganligi shtrixlangan V uchburchak yuziga teng. Demak, iste'molchi ortiqchaligining sof o'zgarishini quyidagicha aniqlash mumkin.

$$\Delta_{\text{ист.}} = A - B, \quad (1)$$

bu yerda, $\Delta_{\text{ист.}}$ - iste'molchi ortiqchaligining sof o'zgarishi.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, $A > B$ bo'lgani uchun sof iste'molchi ortiqchaligi musbat $\Delta_{\text{ист.}} > 0$.

Endi ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini qaraymiz. Bozorda qolib ishlab chiqarishni davom ettirayotgan ishlab chiqaruvchilar bozor

narxidan past narxda Q_1 hajmda mahsulot ishlab chiqaradi. Ishlab chiqaruvchilar grafikda ko'rsatilgan A to'rtburchak yuziga teng bo'lgan iste'molchi ortiqchaligini yo'qotadilar.

Bozordan siqib chiqarilgan ishlab chiqaruvchilar tomonidan yo'qotilgan ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi esa S uchburchak yuzi bilan ifodalangan. Demak, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining umumiy o'zgarishi teng:

$$\Delta W_{\text{ch}} = -A - C,$$

bu yerda, $\Delta i/\text{ch}$ - ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining sof o'zgarishi.

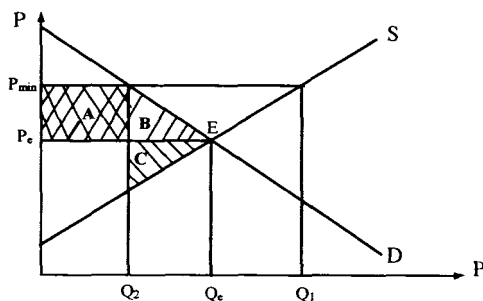
Maksimal narx o'rnatilganda asosiy yo'qotishlar ishlab chiqaruvchilar zimmasiga to'g'ri keladi.

Ortiqchaliklarning umumiy o'zgarishini aniqlash uchun biz iste'molchi ortiqchaligi o'zgarishi (Δi_{st}) va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi o'zgarishi ($\Delta i/\text{ch}$)ni qo'shamiz.

$$\Delta = \Delta i_{\text{st}} + \Delta W_{\text{ch}} = A - B + (-A - C) = A - B - A - C = -B - C. \quad (3)$$

Shunday qilib, biz V va S uchburchaklarning yuziga teng bo'lgan to'liq yo'qotishni olamiz. Bu to'liq yo'qotish narxlarni nazorat qilish bilan bog'liq davlatning iqtisodiy siyosatining samarasiz ekanligini ko'rsatadi.

Bu yerda ishlab chiqaruvchilar tomonidan yo'qotilgan ortiqchalikning iste'molchilar yutib olgan ortiqchalikdan katta ekanligini ko'rish mumkin.



19.5-rasm. Narx muvozanat narxidan yuqori belgilangandagi ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarning yo'qotishlari

Endi faraz qilaylik davlat tomonidan minimal narx P' o'rnatildi deylik ($P_{min} > P_e$, P_e - muvozanat narx), ya'ni davlat narxini muvozanat narxidan yuqori qilib belgilanadi (19.5-rasm).

Rasmdan ko'rish mumkinki, ishlab chiqaruvchilar narx oshganda Q_e nisbatan ko'proq Q_1 mahsulotni ishlab chiqarishga harakat qiladi. Iste'molchilar kamroq (Q_e o'rniga Q_2 miqdorda) mahsulot sotib olishga harakat qiladi.

Agar biz ishlab chiqaruvchilar bozorda qancha mahsulot sotilsa shuncha mahsulot ishlab chiqaradi, deb faraz qilsak, bozorga ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori Q_2 ga teng bo'ladi va bu yerda ham ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar ortiqchaligi yo'qotiladi. Bu yerda A to'rtburchakning yuzi ishlab chiqaruvchilarning olgan qo'shimcha ortiqchaligini ifodalaydi. Lekin, minimal (P_{min}) narxda mahsulotni hajmi Q_e miqdordan Q_2 ga qisqargani uchun ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining bir qismi yo'qotiladi. Natijada ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining o'zgargan qismi quyidagiga teng:

$$\Delta W/q. = A - C.$$

Iste'molchilar minimal (P_{min}) narxda har bir mahsulot uchun muvozanat narxdan yuqori narx to'laydi va natijada ularning iste'mol ortiqchaligiga A to'rtburchak yuziga teng bo'lgan miqdorda kamayadi. Narx oshganligi munosabati bilan ba'zi bir iste'molchilar ushbu bozordan chiqib ketadi va tovarni sotib ola olmaydilar va bunga mos bo'lgan ortiqchalikni yo'qotadi. Bu yo'qotish rasmda C uchburchak bilan ifodalangan. Demak, iste'molchilarning ortiqchaligini umumiy o'zgarishi quyidagini tashkil qiladi:

$$\Delta_{\text{ист.}} = -A - B.$$

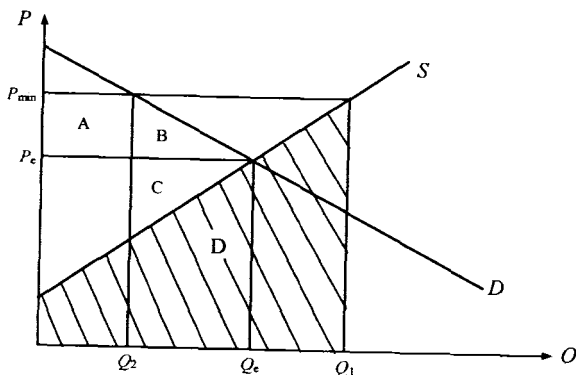
Ko'rinib turibdiki, bunday siyosat iste'molchilarning turmush darajasini tushurib yuboradi.

(4)- va (5)- ifodalarni qo'shib umumiy ortiqchalikdagi o'zgarishni aniqlaymiz:

$$\Delta = \Delta W/q. + \Delta_{\text{ист.}} = \Delta = i/ch. + \Delta_{\text{ист.}} = A - S + (-A - V) = -S - V$$

Demak, davlat tomonidan minimal narx o'rnatilganda umumiy to'liq yo'qotish vujudga keladi va u ikkita S va V uchburchaklar yuzalarining yig'indisi bilan ifodalanadi.

Endi biz ishlab chiqaruvchilar ortiqchaligini ishlab chiqarish Q_2 miqdordan Q_1 miqdorga kengaytirilganda qarab chiqamiz. Haqiqatdan ham minimal narx muvozanat narxdan yuqori bo'lganda u ishlab chiqaruvchilarni Q_1 miqdorga mahsulot ishlab chiqarishga undaydi. Lekin, ular bozorda faqat Q_2 hajmdagi mahsulotni sotishi mumkin xolos. Ular $\Delta O = Q_1 - Q_2$ miqdordagi mahsulotni ishlab chiqarishga ketgan xarajatlarni qoplaydigan daromadni ola olmaydi (19.6-rasm).



19.6-rasm. Minimal narx o'rnatilishi natijasidagi yo'qotishlar grafigi

Rasmda ushbu xarajatlar shtrixlangan D trapetsiya yuzi bilan ifodalangan.

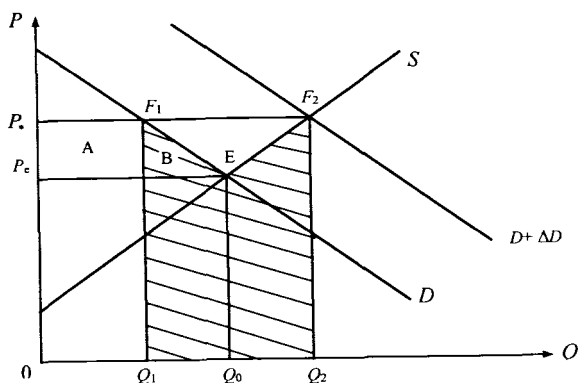
Natijada ishlab chiqaruvchilarning ortiqchaligi o'zgarishi quyidagiga teng: $\Delta w/q. = A - C - D$.

Barqaror narxlarni ushlab turish. Rivojlangan davlatlarda barqaror narx ko'pincha sutga, tamaki va donga qo'llaniladi, bundan maqsad, ushbu tovarlarni ishlab chiqaruvchilarning daromadlarini yetarli darajada bo'lishini ta'minlash.

Bunday siyosatda davlat mahsulotga narxni R^* darajada belgilab, uni shu darajada bo'lishini ta'minlash uchun kerakli hajmdagi

mahsulotni sotib oladi. Ushbu holat 19.7-rasmda ko'rsatilgan. Bu holatda davlatning, iste'molchilarning va ishlab chiqaruvchilarning yutuq va yo'qotishlarini tahlil qilib chiqamiz.

Narx P_c darajada o'rnatilgandan keyin iste'mol talabi Q_0 dan Q_1 ga pasayadi, taklif esa Q_2 ga qadar oshadi. P_c narxni ushlab turish uchun va omborlarda tovar zaxiralarni to'planishini oldini olish uchun davlat ortiqcha $\Delta Q = Q_2 - Q_1$ miqdordagi tovarni sotib olishi kerak. Iste'mol talabiga davlat talabi ΔQ qo'shiladi va ishlab chiqaruvchilar barcha mahsulotni P_c narxda sotishi mumkin bo'ladi.



19.7-rasm. Narxni barqaror bo'lishini ta'minlash

Tovarni sotib oluvchi iste'molchilar tovarni R_0 ga nisbatan qimmatroq P_c narxda sotib oladilar va ular o'zlarining iste'molchi ortiqchaligini A to'rtburchak yuziga teng bo'lgan qismini yo'qotadilar. Iste'molchilarning boshqa bir qismi tovarni sotib ola olmaydilar va ularning yo'qotishi V uchburchak yuzi bilan ifodalanadi, natijada iste'molchilarning umumiy yo'qotishi $\Delta \text{ikt.}$ quyidagiga teng bo'ladi:

$$\Delta \text{ikt.} = -A - B.$$

Boshqa tomondan qaraganda, ishlab chiqaruvchilar yutib chiqadi. Siyosatning maqsadi ham shundan iborat edi. Ishlab chiqaruvchilar Q_0 ga nisbatan ko'proq, ya'ni Q_2 miqdordagi mahsulotni yuqoriroq bo'lgan

P . narxda sotadilar. Ishlab chiqaruvchilarning ortiqchaligi ($\Delta W/\text{ч}$) quyidagi miqdorga oshadi:

$$\Delta W/\text{ч} = A + B + E.$$

Endi davlatning xarajatlari $(Q_2 - Q_1) \cdot P$. ga teng, ya'ni bu davlat tomonidan sotib olingan tovar summasi. Bu xarajat ham pirovardida iste'molchi yo'qotishiga qo'shiladi, chunki u Soliqlar hisobidan to'lanadi. 19.7-rasmda davlatning xarajati $Q_2 Q_1 F_1 F_1$ katta to'rtburchak bilan ifodalangan. Davlatning ushbu xarajatlari kamayishi mumkin, agar u sotib olgan mahsulotining bir qismini chetga (odatda past narxda) sotsa. Lekin, bu davlat ichidagi ishlab chiqaruvchilarning o'z mahsulotini chetga chiqarib sotish imkoniyatini cheklaydi.

Bunday siyosatning aholi turmush darajasiga ta'sirini baholash uchun biz iste'molchi ortiqchaligidagi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidagi natijaviy o'zgarishlarni qo'shib, undan davlat xarajatini ayiramiz:

$$\Delta \text{ИСТ} + \Delta W/\text{ч} - (Q_2 - Q_1) \cdot P. = -A - B + A + B + E - (Q_2 - Q_1) \cdot P. = E - (Q_2 - Q_1) \cdot P.,$$

Demak, bunday siyosatda jamiyat o'z faravonligining bir qismini yo'qotadi. 19.7-rasmda ushbu yo'qotish shtrixlangan soha yuzasi bilan ifodalanadi. Ko'rinib turibdiki, bunday siyosat juda katta jamiyat yo'qotishlari bilan bog'liq.

Siyosatning asosiy maqsadi fermerlar daromadini oshirish bo'lsa, bundan samaraliroq yo'l bormi, degan savolni qo'yadigan bo'lsak, unga bor, deb javob berish mumkin.

Fermerlarning daromadini $A + V + E$ miqdorga oshirishni jamiyatni kamroq yo'qotishi orqali amalga oshirish yo'li bu ushbu $A + V + E$ pulni to'g'ridan to'g'ri fermerlarning o'ziga berishdir. Iste'molchilarning narxni barqarorlashtirishdagi yo'qotishi baribir $A + V$ ga teng bo'lgani uchun, fermerlarga ushbu pul bevosita berilsa, jamiyat 19.7-rasmda shtrixlangan yuzaga teng bo'lgan mablag'ni iqtisod qilishi mumkin.

Ishlab chiqarishni cheklash (ishlab chiqarish kvotasi). Davlatning bozor narxiga ta'sir qilish siyosatidan biri bu — mahsulot ishlab chiqarish hajmini cheklash orqali mahsulot narxini kerakli darajagacha

ko'tarish mumkin. Davlat har bir firmaning mahsulot ishlab chiqarish hajmini qonun chiqarish orqali belgilashi (kvotalashi) mumkin. Biror mahsulotni ishlab chiqarish yoki sotish bo'yicha litsenziyaning davlat tomonidan berilishi, shunday siyosatni yuritishga misol bo'lishi mumkin. Masalan, spirtli ichimliklarni sotishga beriladigan litsenziyalarni ko'paytirish yoki kamaytirish orqali spirtli ichimlikni sotish hajmini oshirish yoki qisqartirish mumkin. Sotish hajmining qisqarishi tovar narxini kerakli darajaga oshirish imkonini beradi.

Yana AQSh davlatining qishloq xo'jaligi siyosatiga qaraymiz. AQSh davlatining qishloq xo'jaligi siyosati ko'proq mahsulot ishlab chiqarishni qisqartirishni rag'batlantirishga qaratilgan. Fermerlar ekin ekish maydonining qisqartirsalar, ya'ni ekin maydonlarining bir qismi ekilmasdan qoldirilsa, shunga yarasha pul kompensatsiyasini oladilar. Ekin maydonlarini qisqartirish hisobidan narxni oshirish mexanizmini quyidagi 19.8-rasmda keltirilgan.

Shuni ta'kidlash mumkinki, ekin maydonlari cheklanganda taklif chizig'i absolyut elastik bo'lmay qoladi, ya'ni taklif Q_1 ga teng bo'lib, u o'zgarmaydi, mahsulotning bozor narxi esa P_1 dan P_2 ga ko'tariladi.

Bunday siyosatda iste'molchi ortiqchaligining o'zgarishi quyidagiga teng:

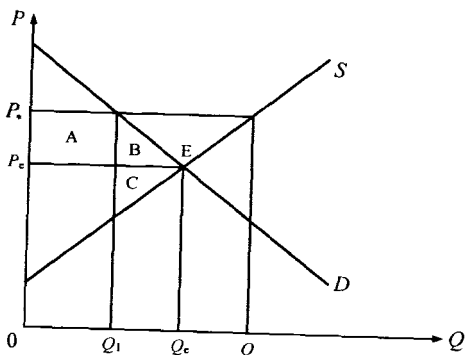
$$\Delta \text{ИСТ.} = -A - B.$$

Fermerlar Q_1 miqdorda mahsulot ishlab chiqarib, uni yuqori P_2 narxda sotadi. Natijada fermerlar ortiqchaligi A to'rtburchak yuziga teng miqdorda oshadi. Lekin, ishlab chiqarish hajmi Q_2 dan Q_1 ga qisqargani uchun fermerlar S uchburchak yuziga teng bo'lgan ortiqchalikni yo'qotadi. Bulardan tashqari, fermerlar ekin maydonini (ishlab chiqarish hajmini Q_1 ga) qisqargani uchun davlatdan pul kompensatsiyasi oladi. Shunday qilib, ishlab chiqaruvchilar ortiqchaligining umumiy o'zgarishini quyidagicha aniqlash mumkin:

$$\Delta i/ch = A - C + \text{pul kompensatsiyasi.}$$

Davlat xarajatlari, ya'ni fermerlarga to'lanadigan rag'batlantirish (kompensatsiya) puli kamida $V+S+E$ ga teng bo'lishi kerak. Bu yerda $B+C+E$ fermerlar ekin yerlarini qisqartirmaganda qo'shimcha mahsulot

ishlab chiqarib, uni yuqori P narxda sotishi natijasida olish mumkin bo'lgan qo'shimcha foydaga teng.



19.8-rasm. Ekin maydonlari cheklanganda taklif chizig'i (taklif chizig'i S_1 elastik emas bo'lgani uchun u gorizotal ko'rinishda)

Shuning uchun ham davlat xarajatlari kamida $B+C+E$ ni tashkil qiladi va u fermerlarga pul kompensatsiyasi tariqasida berilgani uchun ishlab chiqaruvchilar ortiqchaligi quyidagicha bo'ladi:

$$\Delta W/q = -A - C + B + C + E = A + B + E.$$

Ushbu ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining o'zgarishi davlatning narxlarni mahsulotning bir qismini sotib olish hisobidan barqaror bo'lishini ta'minlash siyosatidagi ortiqchalik o'zgarishining o'zi. Fermerlarga davlat yuqoridagi siyosatlaridan qaysi birini qo'llashi farq qilmaydi, ikkalasi ham fermerlarga bir xil foyda olishga olib keladi.

Iste'molchilarga ham buni farqi yo'q, nima uchun deganda, ular ikkala siyosatda ham bir xil yo'qotishga ega. U ikkala siyosatdan qaysi biri davlat uchun qimmatroq bo'lishiga qaraymiz. Bu yerda 19.8-rasmdagi uchburchaklar yuzalari yig'indisi $VKSKE$ 19.7-rasmdagi $[(Q_2 - Q_1) \cdot P - E]$ yuzadan kichik bo'lgani uchun ham davlatning ekin ekiladigan yerlarni cheklash siyosati, ortiqcha mahsulot sotib olish asosida narxlar barqarorligini ta'mirlash siyosatidan ekanligi kelib chiqadi. Ammo davlatning ekin ekiladigan yerlarni cheklash siyosati jamiyat uchun fermerlarga pul kompensatsiyasini berish siyosatiga ko'ra qimmatroqqa tushadi.

Ekiladigan yerlarni cheklash siyosatidagi jamiyat farovonligining o'zgarishi quyidagiga teng:

Jamiyat farovonligining o'zgarishi $= \Delta \text{ ist} + \Delta i / \text{ch}$ - davlat xarajatlari $= -A -$

$$V + A + V + E - V - S - E = -V - S,$$

bu yerda

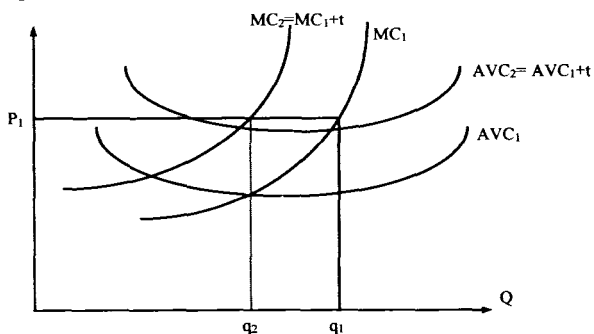
$$\text{davlat xarajati} = V + S + E.$$

Agar davlat fermerlarga $A + V + E$ pulni bevosita berib narx va ishlab chiqarish hajmiga ta'sir qilmasa, jamiyat bunday siyosatdan aniq yutadi. Bunday holatda fermerlar $A + V + E$ foydani oladi, davlat $A + V + E$ miqdorda yo'qotadi va jamiyatning umumiy farovonligi o'zgarishi nolga teng bo'ladi. Lekin, ba'zi xollarda siyosat iqtisodiyotdan ustun keladi.

19.3. Soliqni uzoq va qisqa muddatli ta'siri

Soliqni alohida firma faoliyatiga ta'sirini qaraymiz. Faraz qilaylik, Soliq firmaning ishlab chiqarish hajmidan olinadi va u mahsulot narxiga ta'sir qilmaydi.

Biz ko'ramizki, ishlab chiqarish hajmiga qo'yilgan Soliq firmani ishlab chiqarish hajmini qisqartirishga undaydi (19.9-rasm).

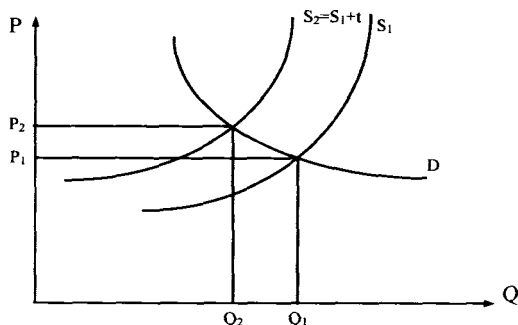


19.9-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish hajmiga Soliqning ta'siri

Rasmdan ko'rish mumkinki, qisqa muddatli oraliqda musbat iqtisodiy foyda bilan ishlayotgan firma q_1 hajmda mahsulot ishlab

chiqarib P_1 bozor narxida sotadi. Soliq har bir ishlab chiqarilgan mahsulot birligiga qo'yilganligi uchun, u firmaning Chekli xarajatini MC_1 dan $MC_2 = MC_1 + t$ (t - bir birlik mahsulotga qo'yilgan Soliq) holatga siljitadi. Soliq xuddi shunday o'rtacha o'zgaruvchan xarajatni ham t miqdorga yuqoriga siljitadi.

Endi faraz qilaylik, tarmoqdagi barcha firmalar soliqqa tortilgan. Mavjud bozor narxida har bir firma o'z ishlab chiqarish hajmini qisqartirgani uchun tarmoqning ham yalpi mahsuloti qisqaradi va bu bozor narxining oshishiga sabab bo'ladi (19.10-rasm).



19.10-rasm. Soliqni tarmoq ishlab chiqarish hajmiga ta'siri

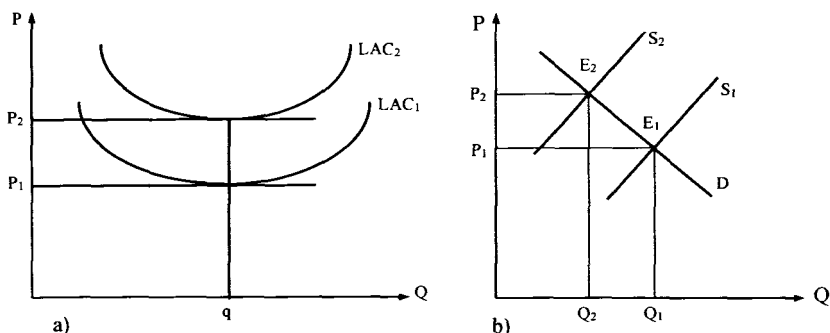
Rasmdan ko'rish mumkinki, tarmoqning umumiy taklifini S_1 $S_2 = S_1 + t$ holatga siljishi bozor narxini P_1 dan P_2 ga o'stiradi. Narxning oshishi, firmalarni ishlab chiqarish hajmini narx o'zgarmagandagiga nisbatan kamroq qisqartirishga undaydi.

Uzoq muddatli oraliqni qaraydigan bo'lsak, ishlab chiqarish hajmiga qo'yilgan Soliq ba'zi bir firmalarni biznesdan chiqishga majbur qiladi.

19.11-rasmda Soliqni uzoq muddatli oraliqdagi ta'siri aks ettirilgan.

a) rasmdan ko'rish mumkinki, Soliq har bir firmaning uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatini siljishga olib keladi. Bu o'z navbatida ba'zi bir xarajatlari yuqori bo'lgan firmalar foydasini

qisqartirib nolga tenglashtiradi. Ular bu tarmoqdan chiqib boshqa, ko'proq foyda oladigan tarmoqlarga o'ta boshlaydi.



19.11-rasm. Tarmoq ishlab chiqarish hajmiga Soliqning uzoq muddatli ta'siri

Natijada bu bozor taklifi chizig'ini chapga (b rasm) yuqoriga siljitadi (S_1 dan S_2 holatga) va xarajatlar oshganini ko'rsatadi. Bozor narxi P_1 dan P_2 ga o'sadi, bozor taklifi esa Q_1 dan Q_2 ga kamayadi. Soliq ta'siri tugagandan keyin, ya'ni tarmoqda Yangi uzoq muddatli muvozanat (E_2 nuqta) vujudga kelganda tarmoqda kamroq mahsulot ishlab chiqaruvchi firmalar qoladi.

19.4. Raqobatlashgan bozor samaradorligi

Biz ko'rdikki, davlatning bozor mexanizmiga aralashuvi jamiyatda to'liq yo'qotishga olib keladi. Shuning uchun ham davlat o'zining iqtisodiy siyosatini ishlab chiqqanda to'liq yo'qotishlarni hisob-kitobdan chetda qoldirmasligi kerak. Lekin, bundan davlatning raqobatlashgan bozorga aralashuvi har doim ham yo'qotishlarga olib kelaveradi, deb bo'lmaydi. Quyidagi ikki holda davlatning aralashuvi raqobatlashgan bozorda iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning turmush darajasini o'sishga olib keladi.

Birinchidan, iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning harakati natijasida vujudga keladigan yutuq yoki yo'qotish bozor narxida o'z ifodasini topmasa. Bunday yo'qotish yoki yutuqlar bozorga nisbatan tashqi samara deyiladi, nima uchun deganda, ular bozorga nisbatan tashqarida ro'y beradi. Bozorga nisbatan tashqi samaraga misol qilib ishlab chiqaruvchilar tomonidan atrof-muhitni zaxarlash natijasida vujudga keladigan jamiyat xarajatlarini keltirish mumkin. Ushbu xarajatlarni faqat davlatning aralashuvi orqali bartaraf qilish mumkin.

Ikkinchidan, "bozor qiyinchiligi" – bu yerda mahsulotning sifati, kim tomonidan, qachon ishlab chiqarilganligi to'g'risida axborotning to'liq bo'lmasligi, iste'molchilarni ortiqcha yo'qotishlarga olib kelishi mumkin, ya'ni iste'molchi nafillikni maksimallashtiradigan tovarlarni sotib olish bo'yicha to'g'ri qaror qila olmasligi mumkin. Bunday holda davlatning aralashuvi (tovarlar yorlig'ida tovar to'g'risida to'liq axborot bo'lishini davlat tomonidan talab qilinishi)ga samarali, deb qarash mumkin.

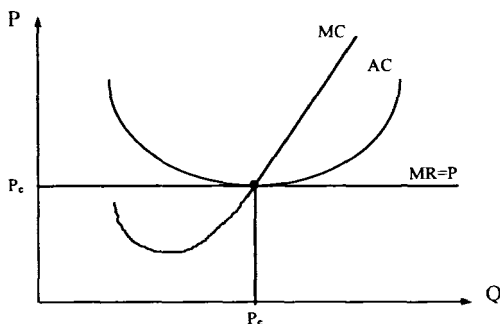
Raqobatlashgan bozorning muvozanat holatda ishlashi iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini maksimal bo'lishini ta'minlaydi, demak, muvozanat holatda iste'molchilr o'z talabini mavjud ishlab chiqarish xarajatlarida mumkin bo'lgan eng past narxda qondiradi. Raqobatlashgan bozor samaradorligi ishlab chiqarishni ta'minlaydi. Uzoq muddatli oraliqda raqobatlashgan bozorning muvozanat holati sharti quyidagicha tenglik bilan ifodalanadi:

$$MR = MC = AC = P.$$

Ma'lumki qisqa muddatli oraliqda, raqobatlashgan bozor sharoitida firma ortiqcha foyda olishi yoki zarar ko'rishi mumkin. Lekin, uzoq muddatli oraliqda bunday holat istisno qilinadi, chunki tarmoqqa kirish, undan chiqish erkin bo'lganda, tarmoqdagi yuqori foyda boshqa firmalarni o'ziga jalb qiladi, tarmoqdagi zarar bilan ishlaydigan firmalar boshqa tarmoqqa o'tadilar.

Raqobatlashgan bozor cheklangan resurslarni optimal taqsimlashga yordam beradi va natijada iste'molchilarning ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga erishiladi. Bunday taqsimlanish $P = MC$ shartida ta'minlanadi. Firmalar ushbu shartga ko'ra ishlab chiqarishni narx

Chekli xarajatga teng bo'lgunga qadar mumkin darajada maksimalashtiradilar.



19.12-rasm. Raqobatlashgan firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati

Ushbu shart bajarilganda nafaqat resurslarni samarali taqsimlashga erishiladi, balki maksimal ishlab chiqarish samaradorligiga ham erishiladi. Raqobatlashgan bozor firmalarni minimal xarajatlarda mahsulot ishlab chiqarishga va uni ushbu xarajatlarga mos bo'lgan narxda sotishga majbur qiladi.

Agar $AC > P$ bo'lsa, firma zarar ko'radi va tarmoqdan ketishga majbur bo'ladi. Agar $AC < P$ bo'lsa, bozorda qisqa muddatli oraliqda ortiqcha foyda olish imkoniyati tug'iladi. Lekin, bu ortiqcha foyda tarmoqqa boshqa firmalarni kirib kelishiga sabab bo'ladi. Boshqa firmalarning kirib kelishi ortiqcha foydani nolga tushiradi. Bu o'z navbatida muvozanat holatni uzoq muddatgacha turg'un saqlanishidan dalolat beradi.

Raqobatlashgan bozorda va muvozanat holat sharoitida raqobatlashuvchi tarmoqqa qarashli firmalar xarajatlari bir xil, deb qaraladi. Lekin, biz bilamizki, ba'zi bir firmalar sifatli xom ashyoda ishlaydi, boshqalari zamonaviyroq va samaraliroq uskunada va texnologiyada ishlaydi, yana boshqasi yuqori malakali kadrlar bilan ishlaydi. Umuman olganda ikkita bir xil firmaning o'zi bo'lmaydi. O'z o'zidan ravshanki, sifatli resurslar bilan ishlaydigan firmalarning xarajatlari boshqalarnikiga qaraganda kam bo'ladi.

Bu holatda raqobatlashgan bozordagi firmalarning oʻrtacha xarajatlari bir xil boʻladi, degan shart bilan mos kelishini iqtisodda quyidagicha tushuntiradi: yaʼni sifatli resurs egalari oʻz resurslari uchun koʻproq ish haqi oladi, mukammallashgan samarali uskunalarning ijara haqi ham yuqori boʻladi. Samarali resurs egalari olinadigan qoʻshimcha foydaga ***iqtisodiy renta*** deyiladi. Iqtisodiy renta – bu raqobatlashgan bozorda kerakli resurs uchun firma toʻlashi mumkin boʻlgan narx bilan ushbu resursning minimal narxi oʻrtasidagi farq. Masalan, oʻrtacha xom ashyodan foydalanib ishlab chiqarilgan har bir mahsulot 10 soʻm keltirsin, cheklangan sifatli xom ashyodan foydalanib ushbu mahsulotni ishlab chiqarganda (xarajatlarning kamayishi va mahsulot sifatini oshishi hisobiga) har bir mahsulotdan oladigan foyda 20 soʻmni tashkil qilsin, deylik. Sifatli resursni hamma firmalar ham sotib olishga harakat qiladi. Lekin, sifatli resurs cheklangan boʻlgani uchun hamma firmalar sotib ola olmaydi. Agar sifatli xom ashyo raqobatlashgan bozorda sotilsa, uning narxi oʻrtacha xom ashyo narxidan albatta yuqori boʻladi. Agar oʻrtacha xom ashyo narxi P_1 va sifatli xom ashyo narxi P_2 ($P_2 > P_1$) boʻlsa, sifatli xom ashyo egasi $\Delta P = P_2 - P_1$ ga teng boʻlgan iqtisodiy rentani oladi. Natijada mahsulot ishlab chiqaruvchi firmalarning oʻrtacha xarajati bir-biriga teng boʻladi.

Shunday qilib, samarali resurslardan foydalanib olingan barcha foyda ushbu resurslarni sotib olishga sarflanadi. Ushbu holat raqobatlashgan bozordagi firmalarning oʻrtacha xarajatlari tenglashish tendensiyasiga ega ekanligini koʻrsatadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Davlatning iqtisodiy siyosati deganda nimani tushunasiz?
2. Davlatning iqtisodiy siyosatini baholashda isteʼmolchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidan qanday foydalanish mumkin?
3. Ishlab chiqarish hajmini cheklash qanday oqibatlarga olib keladi?
4. Ishlab chiqarishga Soliqni uzoq va qisqa muddatli taʼsirini izohlab bering.
5. Bozor qaysi holatda samarali faoliyat koʻrsatadi?

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: O'zbekiston, 2014. 46 b.
2. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli farmoni// Xalq so'zi. 2017. 8-fevral. №28 (6722).
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy majlisga murojaatnomasi. 2020-yil 24-yanvar. <https://www.pv.uz/oz/newspapers/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirzieeva-olij-mazhlisu-2020>
4. Mirziyoyev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. T.: O'zbekiston, 2017.
5. Mirziyoyev SH.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz.T.: O'zbekiston, 2016. 56 b.
6. S.S. G'ulomov, R.X. Alimov, B.T. Salimov, B.YU. Xodiyev, A.I. Ishnazarov. Mikroiqtsodiyot: Darslik.T.: SHARQ, 2001. 320 b.
7. S.S.Gulyamov, R.H.Ayupov, O.M.Abdullayev, G.R.Baltabayeva. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari.T., 2019.
8. A.B. Shakarov va boshqalar. Mikroiqtsodiyot: O'quv qo'llanma. T.: Iqtisod-Moliya, 2009. 149 b.
8. Bakiyeva I.A., Fayziyev Sh.Sh., Mirzayev M. Mikroiqtsodiyot fanidan masalalar to'plami.T., 2018.
9. Campbell R. McConnell. Microeconomics. Copyright, 2015. Macmillan Publishing Company, a division of Macmillan, Inc.
10. Pindyck Robert S.Microeconomics. Copyright, 2013. Macmillan Publishing Company, a division of Macmillan, Inc.
11. Тарануха Ю.В., Земляков Д.Н. Микроэкономика:Учебник. М.: Кнорус, 2011. 320 с.
12. Ильяшенко В.В. Микроэкономика:Учебник. М.: Кнорус, 2012. 288 с.
13. Максимова В.Ф. Микроэкономика:Учебник. М.: Маркет DS, 2010. 368 с.

14. Баринов В.А. Организационное проектирование: Учебник. М.: Infra-M, 2010. 384 с.
15. Самуэлсон П.Е., Нордхаус В.Д. Эконометрика. М.: Вильямс, 2009. 1360 с.
16. Нуриев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник. М.: Норма-Infra, 2007. 361 с.
17. В.М. Гальперин и др. Микроэкономика. СПб.: Экономическая школа, 2003. 378 с.
18. Роберт Х. Франк. Микроэкономика и поведение. М.: Infra, 2003. 189 с.

Internet saytlari

19. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portalı.
20. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
21. www.ziynet.uz
22. www.worldeconomics.com
23. www.tradingeconomics.com
24. www.stat.uz
25. www.mineconomy.uz
26. www.mf.uz
27. www.sies.uz – Samarqand iqtisodiyot va servis institutining rasmiy sayti.

Kirish	3
1-bob. MIKROIQTISODIYOT FANINING MAZMUNI, MAQSADI VA VAZIFALARI. IQTISODIY BAZIS TUSHUNCHALARI	
1.1. Mikroiqqtisodiyot fanining predmeti, vazifalari va o'rganish usullari.....	5
1.2. Bozor, uning iqtisodiy mohiyati va vazifalari. Noyob ne'matlar tushunchasi	9
2-bob. IQTISODIY BAZIS TUSHUNCHALARI	
2.1. Iqtisodiy bazis tushunchalari	14
2.2. Tovarlar aylanmasi modeli va uning ahamiyati.....	17
3-bob. TALAB VA TAKLIF TAHLILI ASOSLARI	
3.1. Talab va taklifning bozordagi ahamiyati	21
3.2. Talab va taklifning o'zgarishi va unga ta'sir etuvchi omillar.....	23
4-bob. BOZOR MUVOZANATI, MAKSIMAL VA MINIMAL NARXLAR	
4.1. Bozor muvozanati	31
4.2. Tovarining maksimal va minimal bahosi.....	37
5-bob. TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIGI	
5.1. Elastiklik tushunchasi, narxga bog'liq talab elastikligi	40
5.2. Nuqtaviy, yoysimon va kesishgan talab elastikligi.....	41
5.3. Taklif elastikligi	46
6-bob. ISTE'MOLCHI TANLOVI NAZARIYASI	
6.1. Iste'molchi tanlovi nazariyasi, naflilik funksiyasi.....	50
6.2. Befarqlik egri chizig'i. Byudjet chizig'i.....	54
7-bob. DAROMAD SAMARASI VA ALMASHTIRISH SAMARASI	
7.1. "Daromad-iste'mol" va "narx-iste'mol" chiziqlari	63
7.2. Daromad va almashtirish samarasi	65
8-bob. BOZOR VA TAVAKKALCHILIK	
8.1. Noaniqlik sharoitida tanlash	70
8.2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat	72
8.3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish.....	73
9-BOB. FIRMA VA ULARNING TASHKILIY-IQTISODIY ASOSLARI	
9.1. Firmalar haqida umumiy tushuncha	83
9.2. Firmalar va uning tashkiliy shakllari	83
10-bob. ISHLAB CHIQARISH NAZARIYASI	
10.1. Ishlab chiqarish tushunchasi va ishlab chiqarish funksiyasi	85
10.2. Izokvantalar. Izokosta.....	87
10.3. Firmaning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati.....	99
11-BOB. ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI	
11.1. Firmalarda xarajatlar, ishlab chiqarish va foyda.....	103

12-bob. MUKAMMAL RAQOBATLASHGAN BOZORDA, QISQA MUDDATLI ORALIQLDA FIRMA FOYDASINI MAKSIMALLASHTIRISH VA UNING TAKLIFI	
12.1. Raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda firma foydasini maksimallashtirish va uning taklif chizig'i.....	111
12.2. Qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini aniqlash va foydani maksimallashtirish	113
13-bob. RAQOBATLASHUVCHI FIRMA VA TARMOQNING UZOQ MUDDATLI ORALIQLAGI MUVOZANATI VA TARMOQNING TAKLIFI	
13.1. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati.....	126
13.2. Tarmoqning muvozanat holati va tarmoq taklifi	130
13.3. Masshtab samarasi	138
14-bob. RAQOBAT VA YAKKA HOKIMLIK	
14.1. Sof monopoliya va bozor turlari	142
14.2. Oligopoliya. Narxlar jangi	148
15-bob. BOZOR HOKIMIYATI SHAROITIDA NARX BELGILASH TAMOIYILLARI	
15.1. Qamalgan shaxs muammosi («dilemma zaklyuchennogo»)	153
15.2. Qamalgan shaxs muammosi yordamida narx belgilash	154
16-bob. MEHNAT BOZORI VA KORXONALARDA MEHNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH	
16.1. Mehnat bozori, raqobatlashgan mehnat bozori.....	158
16.2. Mehnat bozorida monopsoniya bo'lgan holat	164
16.3. Minimal ish haqi. Ish haqi stavkalari tabaqalashuvi.....	166
17-bob. KAPITAL QO'YILMALAR VA KAPITAL BOZORI	
17.1. Kapital bozori.....	178
17.2. Investitsiya tushunchasi. Uzoq muddatli oraliqdagi investitsiya	180
17.3. Qiymatni diskontirlash.....	186
18-bob. KORXONALAR FAOLIYATINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH	
18.1. Tranzaksion xarajatlar.....	192
18.2. Kouz teoremasi. Ijobjiy va salbiy tashqi samaraga ta'sir qilish	193
18.3. Ijtimoiy ne'mat.....	201
18.4. Bozor iqtisodiyotini tartibga solishda davlatning roli	202
19-bob. DAVLATNING BOZORGA TA'SIRINI BAHOLASH VA RAQOBATLASHGAN BOZOR SAMARADORLIGI	
19.1. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi	205
19.2. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidan foydalanish.....	207
19.3. Soliqni uzoq va qisqa muddatli ta'siri	216
19.4. Raqobatlashgan bozor samaradorligi.....	218
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.....	222

QAYDLAR UCHUN

**SHAKAROV ALLAYOR BARATOVICH,
XOLBOYEV UMID XOLBOYEVICH**

MIKROIQTISODIYOT

DARSLIK

Muharrir **Sh. Bazarova**

Badiiy muharrir **K. Boyxo'jayev**

Kompyuterda sahifalovchi **K. Boyxo'jayev**

Nashr lits. AI' 305. Bosishga ruxsat etildi 22.06.2020.
Qog'oz bichimi 60x84 1/16. Shartli bosma tabog'i 9,0.
Hisob-nashr tabog'i 9,2. Adadi 50.
5-buyurtma.

«IQTISOD-MOLIYA» nashriyotida tayyorlandi.
100000, Toshkent, Amir Temur ko'chasi, 60^A.

«DAVR MATBUOT SAVDO» MChJ
bosmaxonasida chop etildi.
100198, Toshkent, Qo'yliq, 4-mavze, 46.

ISBN 978-9943-7321-3-1



9 789943 732131