

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
UNIVERSITY OF BUSSINES AND SCIENCE OLIY TA'LIM
MUASSASASI



“IQTISODIYOT ” KAFEDRASI
“MIKROIQTISODIYOT” FANIDAN
O`QUV-USLUBIY MAJMUUA

Bilim sohasi:	300 000 – Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
Ta'lim sohasi:	310 000 – Ijtimoiy va xulq atvorga mansub fanlar
Ta'lim yo'nalishlari:	60310100 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) 60410100 - Buxgalteriya hisobi va audit 60410400 - Moliya va moliyaviy texnologiyalar

Namangan-2024

Ushbu o'quv uslubiy majmua University of Business and Science oliy ta'lim muassasasining 2024 yil 28 avgustdagi 1 - sonli kengashida tasdiqlangan o'quv dasturi asosida tuzilgan.

Tuzuvchi:

A.Ubaydullayev

UBS "Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti v.v.b PhD.

O'quv uslubiy majmua "Iqtisodiyot" kafedrasining 2024 yil 26 avgustdagi 1-sonli yig'ilishida muhokamadan o'tgan va fakultet kengashida ko'rib chiqish uchun tavsiya etilgan.

Kafedra Mudiri:



A.Ubaydullayev

Uslubiy majmua "Iqtisodiy" fanlar fakultetining 2024 yil 27 avgustdagi 1-sonli yig'ilishida ko'rib chiqilgan va foydalanishga tavsiya etilgan.

Fakultet dekani:



N.Sotvoldiyev

Taqrizchilar:

M.G'aniyev

I. Jurayev

NamMTI "Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti, i.f.d. (DSc)

UBS, "Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti, i.f.f.d (PhD)

O'quv uslubiy majmua O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2017 yil 1 martdagi 107-sonli talablari asosida ishlab chiqilgan.

MUNDARIJA

I. O'quv materiallari	
1.1 Ma`ruza mashg'ulotlar.....	5
1.2 Amaliy mashg'ulotlar.....	154
II. Mustaqil ta'lim mashg'ulotlari mavzulari va ularni	
o'zlashtirish bo'yicha uslubiy kursatma.....	202
III. Glossary.....	207
IV. Foydalanilgan adabiyotlar.....	215
V. Ilovalar.....	216
a. Fan o'quv dasturi	
b. Sillabus	
c. Testlar	
d. Tarqatma materiallar	
e. Baholash mezonlari	

KIRISH

Hozirgi sharoitda mamlakatimiz ta'lim tizimida yuz berayotgan o'zgarishlar tayyorlanayotgan yosh mutaxassislarni jahon talablariga javob beradigan darajada bo'lishini talab etmoqda. Ayniqsa, bu iqtisodiyot sohasidagi mutaxassislarni tayyorlashda alohida ahamiyat kasb etadi. Iqtisodiyot sohasidagi mutaxassisliklarni tayyorlashda oliy ta'lim muassasalarida o'qitiladigan iqtisodiy fanlar muhim o'rin tutadi.

O'zbekistonning 2030 yilgacha bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasini ta'minlashda barqaror rivojlanishga erishish vositalari hisoblangan iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik komponentlarni o'zaro muvofiqlashtirish murakkab vazifa hisoblanadi. Iqtisodiy va ijtimoiy komponentlar jamiyat oldiga bir avlod mobaynida adolatga erishish va aholining kambag'al guruhlarga maqsadli yordam ko'rsatish kabi yangi vazifalarni qo'yimoqda. Eng avvalo, mahalliy xomashyo resurslarini chuqur qayta ishlash asosida yuqori qo'shimcha qiymatli tayyor mahsulot ishlab chiqarishni jadal rivojlantirishga qaratilgan sifat jihatidan yangi bosqichga o'tkazish orqali sanoatni yanada modernizatsiya va diversifikatsiya qilish, iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish, printsiplial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o'zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta'minlash, ishlab chiqarishni mahalliyashtirishni rag'batlantirish siyosatini davom ettirish hamda, eng avvalo, iste'mol tovarlar va butlovchi buyumlar importining o'rnini bosish, tarmoqlararo sanoat kooperatsiyasini kengaytirish, iqtisodiyotda energiya va resurslar sarfini kamaytirish, ishlab chiqarishga energiya tejaydigan texnologiyalarni keng joriy etish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanishni kengaytirish, iqtisodiyot tarmoqlarida mehnat unumdorligini oshirish kabi vazifalar belgilangan bo'lib, bu vazifalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish ko'p jihatdan mamlakatimiz milliy iqtisodiyotining birlamchi bo'g'ini hisoblangan firmalar faoliyati, iste'molchilar hatti-harakati hamda turli resurslar va tovarlar bozorlari holatini alohida olingan tarzda tahlil qilish, ularni rivojlantirish omillaridan samarali foydalanish yo'llarini o'rganish kabi jarayonlarni tadqiq qilishga bog'liqdir.

Shunday jarayonlarni tadqiq qiluvchi fan sifatida "Mikroiqtisodiyot" fani qatnashadi. Talabalarga mazkur fan xususiyatlari doirasida mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar va ularning natijalarini aks ettiruvchi materiallar, qoidalar va xulosalarni puxta o'zlashtirishlari, kelgusi faoliyatida samarali foydalanishlari hamda ijodiy yondoshishlarini ta'minlash fanni o'rganish oldida turgan asosiy vazifalaridan biridir "Mikroiqtisodiyot

Makroiqtisodiyot" fanini o'qitishning maqsadi bakalavriat yo'nalishlarida ta'lim oluvchi talabalarda alohida firmalar faoliyati, iste'molchilar hatti-harakati hamda turli resurslar va tovarlar bozorlari holatini alohida olingan holda tahlil etish, ular dinamikasini qiyosiy taqqoslash, davlatning firmalar faoliyatiga bog'liq siyosatini muvofiqlashtirgan holda qo'llash va bu boradagi strategiyani to'g'ri asoslay olish ko'nikmasini shakllantirishdan iborat.

Fanning maqsadi va vazifalaridan kelib chiqqan holda mazkur o'quv qo'llanma talabalarga mikroiqtisodiyotdan turli mavzular, ularga oid masalalarni hal etish uchun ko'nikmalarni shakllantirishda muhim ahamiyatga egadir.

Bu o'quv qo'llanmani tayyorlashda B.T. Salimov, M.S. Yusupov, B.B. Salimov.

Mikroiqtisodiyot.(Darslik. –T.: Iqtisodiyot, 2019, - 366 b) kitobidan foydalanilgan va ulardagi asosiy mavzular ushbu o'quv qo'llanmaning asosini tashkil etgan. Mazkur o'quv qo'llanmadan barcha qiziquvchilar: talabalar, dars olib boruvchi o'qituvchilar foydalanishlari mumkin.

Ma`ruza mashg'ulotlari

1-MAVZU: “Mikroiqtisodiyot” faniga kirish. Fanning mazmuni, vazifalari, predmeti

Reja:

1. Fanning predmeti va vazifalari
2. Fanni o`rganish usullari
3. O`zgaruvchan miqdorlarni o`lchash, taqqoslash va grafiklar yordamida tahlil etish

1. Fanning predmeti va vazifalari

Insoniyat tabiatdan biologik, ijtimoiy va boshqa ehtiyojlar qurshovida yaratilgan. Biz farovon hayot kechirishimiz uchun turli ne'matlarga, ya'ni oziq-ovqatlar, kiyim-kechaklar, tovarlar va xizmatlarga ehtiyoj sezamiz. Ayrim ne'matlarni tabiat insoniyatga iste'molga tayyor holatda in'om etgan bo'lsa (masalan, suv, yovvoyi mevalar va hayvonlar), ayrimlarini takror ishlab chiqarish zarur bo'ladi.

Iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish uchun ma'lum miqdordagi iqtisodiy resurslardan: yer, ishchi kuchi, tadbirkorlik qobiliyati, boshqaruv malakasi, kapital, xomashyo va materiallardan foydalanishni talab etadi. Agar jamiyatdagi iqtisodiy resurslar miqdori cheklanmagan bo'lganida, har bir inson o'zi istagan hamma narsaga ega bo'lishi mumkin bo'lardi. Ammo, insoniyatning moddiy ehtiyojlari xayol va orzular ummoni singari cheksiz bo'lgan bir sharoitda, bu ehtiyojlarni qondirish vositalari bo'lgan iqtisodiy resurslar miqdori o'ta cheklangan. Bu shuni anglatadiki, jamiyatdagi mavjud barcha iqtisodiy resurslarning ishlab chiqarish imkoniyatlari jamiyat a'zolarining ehtiyojlarini to'liq qondirish uchun yetarli emas. Bunday holat jamiyat a'zolarining o'z ehtiyojlarini to'liq qondirishga bo'lgan imkoniyatlarini doimo va muqarrar ravishda cheklab turadi.

Har qanday jamiyat iqtisodiy resurslar cheklangan sharoitda o'zining ehtiyojlarini maksimal qondirishga intilarkan, kundalik hayotda quyidagi uchta asosiy vazifalar echimini topishga urinadi:

1. **Nimani ishlab chiqarish**, ya'ni qaysi turdagi tovarlar va xizmatlardan qancha miqdorda ishlab chiqarish talab etiladi?
2. **Qanday qilib ishlab chiqarish**, ya'ni tovarlar va xizmatlar qanday texnologiyalardan foydalanib, qaysi yo'l bilan ishlab chiqarilishi lozim?
3. **Kim uchun ishlab chiqarish**, ya'ni tovarlar va xizmatlarning iste'molchilari kimlar?

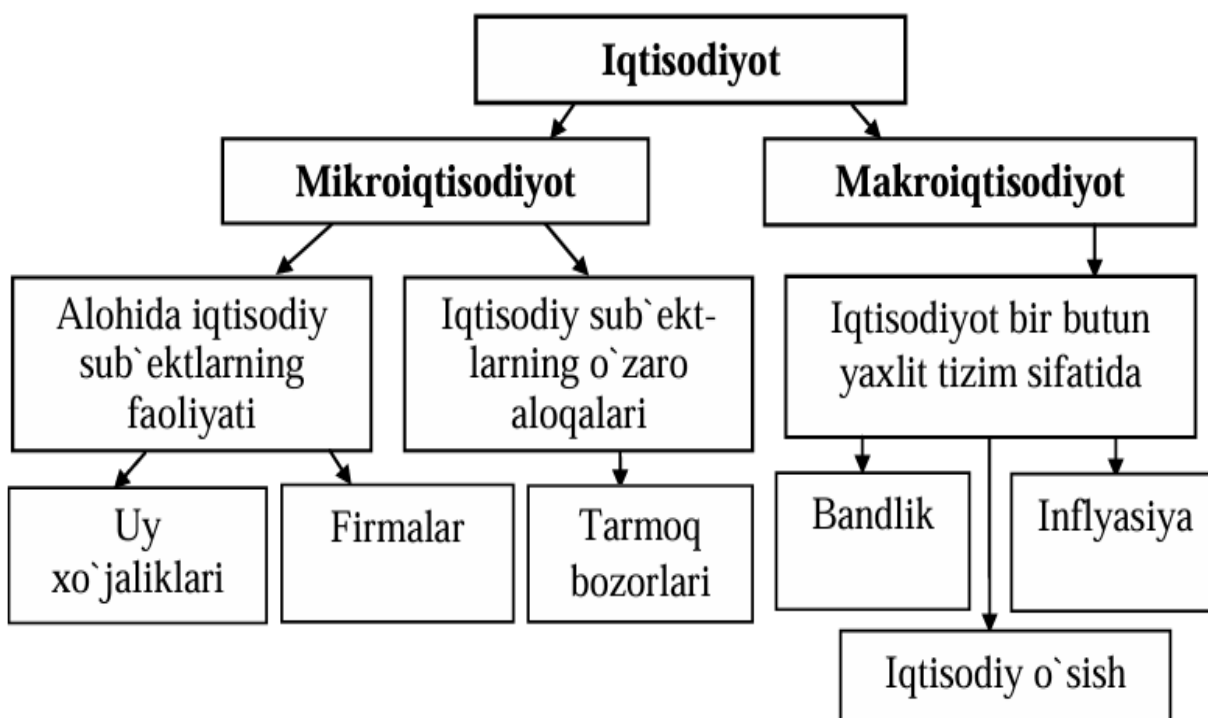
Nimani, qanday qilib va kim uchun ishlab chiqarish masalasi jamiyat oldida turgan eng asosiy iqtisodiy muammolardan sanaladi. Shundan kelib chiqqan holda iqtisodiyot faniga quyidagicha ta'rif berish mumkin.

Iqtisodiyot – bu jamiyat a'zolarining cheksiz ehtiyojlarini to'laroq qondirish maqsadida cheklangan va noyob resurslaridan foydalanib, nimani, qanday qilib va kim uchun ishlab chiqarish muammosini echish yo'llarini o'rgatadigan fandir. Boshqacha qilib aytganda iqtisodiyot insoniyatning moddiy ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga erishish yo'lida cheklangan resurslardan samarali foydalanish masalalarini tadqiq etadigan fandir.

Kundalik hayotimizda har birimiz o'zimizning cheklangan vaqtimizdan samarali foydalanish, oylik maoshimizni oziq-ovqat, kiyim kechak yoki maishiy texnikalar sotib olish

uchun to'g'ri taqsimlash kabi o'nlab masalalar xususida qaror qabul qilishimizga to'g'ri keladi. Xuddi shuningdek, tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi firmalar ham sarmoyani qaysi sohaga tikish, xom ashyo va asbob uskunalarini qancha miqdorda va qaerdan xarid etish, qanday texnika va texnologiyalardan foydalanish, resurslarni sarfini qanday tejash, mahsulotni xaridorgir qilib tayyorlash, to'g'ri narx siyosatini yuritish kabi ko'plab masalalar yuzasidan optimal qarorlar qabul qilishga harakat qiladilar.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar asosida shunday xulosaga kelish mumkinki, jamiyatning induvidial a'zosi, firma va kompaniyalar yoki umumdavlat darajasidagi ko'plab masalalar yuzasidan to'g'ri qarorlar qabul qilish uchun, iqtisodiy jarayonlarni o'rganishi va bu sohada kerakli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lish talab etiladi. Iqtisodiy jarayonlarni o'rganish va tahlil qilish **mikro va makro** darajada amalga oshiriladi (1.1 rasm).



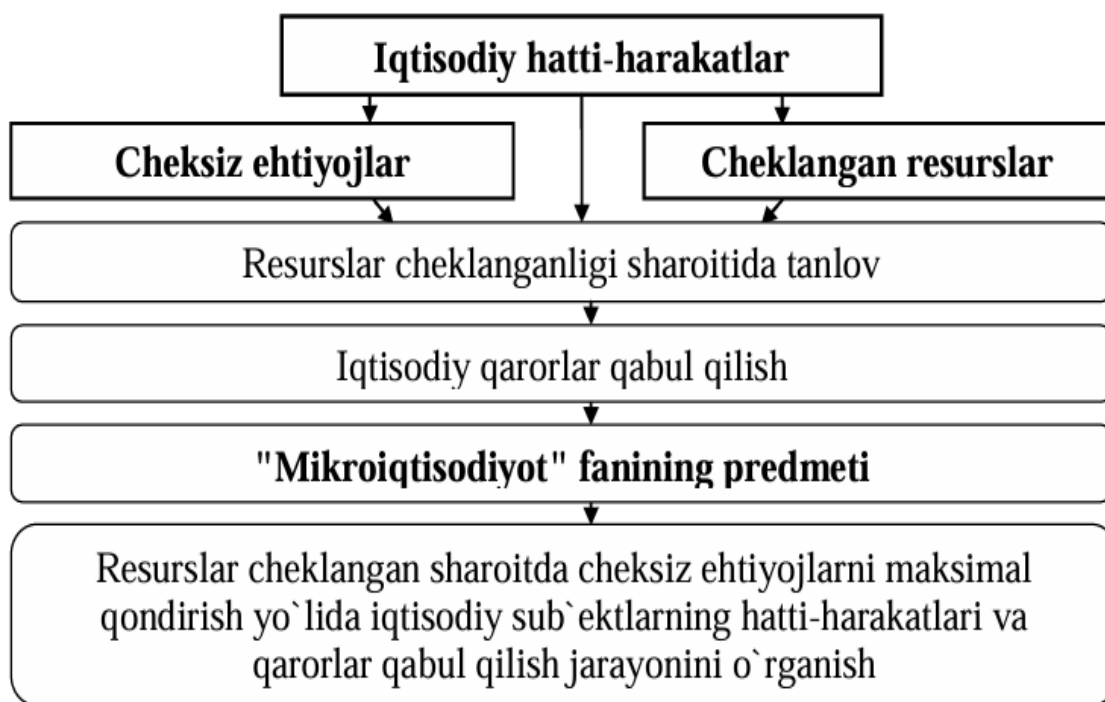
1.1-rasm. Iqtisodiy jarayonlarni mikro va makro darajada o'rganish¹

Makroiqtisodiy tahlil iqtisodiyotni bir butun tizim sifatida, yoki uning tarkibiga kiruvchi yirik bo'linmalari, davlat, uy xo'jaligi va xususiy sektor darajasida o'rganishni nazarda tutadi. Shuning uchun ham makroiqtisodiy tadqiqotlar yalpi ichki mahsulot, ishsizlik va bandlik, inflyatsiya va narxlarning umumiy darajasi, iqtisodiy o'sish, xalqaro savdo va to'lov balansi kabi umumiy masalalarni qamrab oladi.

Mikroiqtisodiy tahlil aniq iqtisodiy sub'ektlar faoliyati bilan bog'liq va ularning bozordagi hatti-harakatini o'rganadi. Bu yerda iqtisodiyotning alohida tarmoqlari, bozorlar, firmalar va iste'molchilar xususida fikr yuritiladi. Tahlil ob'ekti sifatida aniq bir mahsulotni ishlab chiqarish hajmi va narxi, ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxi, firma daromadi va foydasi, iste'molchilarning bozordagi hatti-harakati va tanlovi, turli bozorlarda narxlarning shakllanishi va

¹ Тарануха .В. Микроэкономика (в структурно-логических схемах). 2002. – стр. 5 asosida tayyorlangan.

foydani maksimallashtirish shartlari kabi masalalar yuzaga chiqadi. Odatda mikroiqtisodiy tahlilda quyidagi savollarga javob topishga harakat qilinadi: Mahsulot narxining o'zgarishi talab va taklifga qanday ta'sir ko'rsatadi? Minimal ish haqi yoki resurslar narxining oshishi mahsulot tannarxiga qanday ta'sir ko'rsatadi? Firma foydasini maksimallashtirish shartlari nimalardan iborat? "Mikroiqtisodiyot" resurslar cheklangan sharoitda cheksiz ehtiyojlarni maksimal qondirish yo'lida aniq induvidual sub'ektlarning iqtisodiy hatti-harakatlari va qarorlar qabul qilish jarayonini o'rganish bilan shug'ullanadi (1.2-rasm).



1.2-rasm. "Mikroiqtisodiyot" fani predmetining shakllanishi²

Induvidual iqtisodiy sub'ektlar deganda firmalar, uy xo'jaliklari, tarmoqlar va bozorlarni tushunamiz. «Mikroiqtisodiyot» fanining asosiy maqsadi bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotda amal qiladigan qonuniyatlarni, resurslar taqchilligi sharoitida jamiyat ehtiyojini maksimal qondirish yo'llari to'g'risida iqtisodiy bilimlarni va ularni amalda tadbiq etish yo'llarini o'rgatishdan iborat.

1.2. Fanni o'rganish usullari

Iqtisodchilar faoliyatining mazmuni nimadan iborat? Ular nima maqsadni ko'zlab ish olib borishadi va qanday usullardan foydalanishadi?

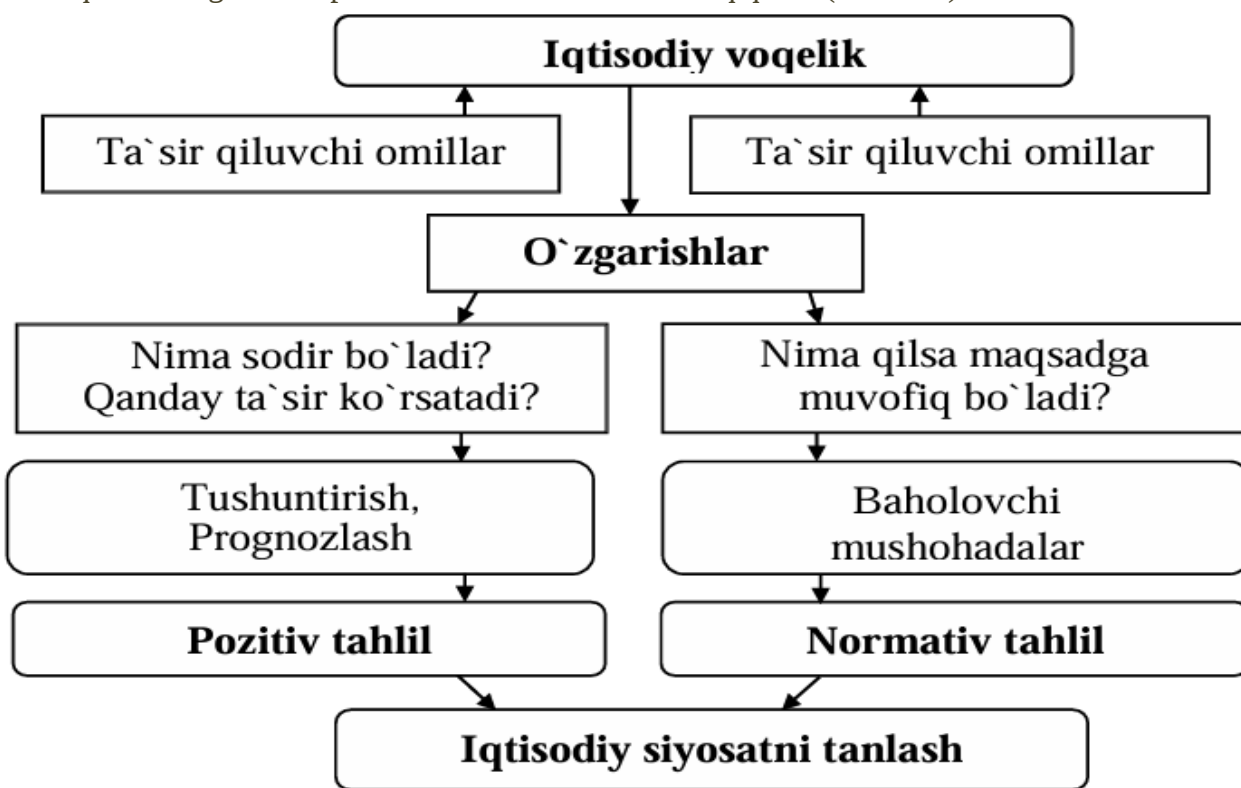
Iqtisodchilar iqtisodiy muammolar yechimini topishni maqsad qilib qo'yar ekanlar, iqtisodiy siyosatni ishlab chiqishga yordam beruvchi tamoyillarni shakllantiradilar. Mantiqiy to'g'ri xulosalar chiqarish va qarorlar qabul qilish har bir nazariya va modelni, iqtisodiy qonunlarni shu sohaning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda qo'llashni taqozo qiladi. "Mikroiqtisodiyot" fani ham bundan mustasno emas.

Iqtisodiy fanlarda qo'llanilgan ilk usul formal mantiq bo'lib, u fanga Aristotel tomonidan kiritilgan. **Formal mantiq** – bu g'oyani uning tarkibiy qismlari va shaklidan kelib chiqib o'rganishdir. Uning eng sodda kategoriyasi tushunchadir. **Tushuncha** predmet to'g'risidagi fikrni izohlaydi.

² .В. Тарануха. икροэкономика (в структурно-логических схемах). сервис, 2002. – стр. 8 asosida tayyorlangan.

Fikrlash – bu biror gʻoyani tasdiqlash yoki inkor etishni anglatuvchi jarayon. Uning asosida xulosa shakllantiriladi. **Xulosa** – bu fikrlash usuli boʻlib, uning vositasida birlamchi bilimlardan yakuniy bilimlar olinadi. Koʻp hollarda iqtisodiy tadqiqot oʻrganilayotgan obʻektga tegishli biror muammoni yechimini topishga qaratilgan boʻladi. **Muammo** – ilmiy anglab yetish jarayonida shakllantirilgan masala yoki ular yigʻindisidir. Iqtisodchilar avvalo maʼlum iqtisodiy muammoga taalluqli dalillarni aniqlash va toʻplashdan ish boshlaydilar. Bu jarayonni baʼzan **tavsiflovchi** yoki **emperik iqtisodiy fan** deb atashadi. Iqtisodiy tadqiqot ayrim dalillardan nazariyaga qarab harakat qilganda **induksiya** usulini, aksincha nazariyadan ayrim dalillarga qarab harakat qilganda esa **deduksiya** usulini ifoda qiladi.

Dalillarni tahlil qilish orqali iqtisodiy tamoyillar yoki nazariya yaratiladi. Bu jarayon iqtisodiy nazariya yoki tahlil deb nomlanadi. **Tahlil** (analiz) usulida jarayonlar mayda boʻlaklarga, alohida-alohida dalillarga ajratib oʻrganilsa, **sintez** usulida ayrim dalillarni birlashtirish, oʻzaro bogʻliqlikda oʻrganish orqali umumlashtiriladi va yakuniy xulosa chiqariladi. Iqtisodiy jarayonlar va voqelikni oʻrganishda pozitiv va normativ usullar farq qiladi (1.3-rasm).



1.3-rasm. Pozitiv va normativ tahlil mezonlari³

Pozitiv yoki **diskriptiv tahlil** iqtisodiy faoliyatning obʻektiv holatini yoki iqtisodiy hatti-harakatlarning ilmiy talqinini ifodalaydi. U subʻektiv baholovchi mushohadalardan yiroq boʻlib, tanlab olingan va nazariya darajasiga yetgan faktlar bilan ish koʻradi. Masalan, muayyan tovarga nisbatan aksiz soligʻini joriy etilishi uning narxini oshishiga yoki qulay obʻhavo sharoiti qishloq xoʻjaligi mahsulotlaridan moʻl hosilni taʼminlab, ularning narxlari va fermerlar daromadlari pasayib ketishiga olib kelishini prognoz qilish pozitiv tahlilga xos.

Normativ tahlil esa subʻektiv yoki alohida shaxslarning baho beruvchi mushohadalariga tayangan holda iqtisodiy hatti-harakatlar retseptini taklif etadi. Yaʼni u iqtisodiyot qanday faoliyat

³ З.В. Тарануха. икреэкономика (в структурно-логических схемах). Дело и сервис, 2002. – стр. 11 asosida tayyorlangan.

ko'rsatishi kerakligini yoki muayyan bir nazariya va tajribalarga tayangan holda qanday chora-tadbirlarni qo'llash maqsadga muvofiqligini ifodalaydi.

Dalillarni keng qamrovli tahlil etish uchun iqtisodiy tadqiqotning turli usullaridan foydalaniladi. Ularning ichida eng ko'p statistik, hisob analitik, iqtisodiy-matematik, tajriba usullaridan foydalaniladi.

Statistik, ya'ni dinamik qatorlar, o'rtacha sonlar, guruhlashtirish, analitik, korelyatsion, dispersion va regression tahlil usullari orqali firmalarda sodir bo'ladigan miqdor o'zgarishlari qanday qilib sifat o'zgarishlariga olib kelishi, ayrim omillar va dalillar o'rtasida qanday aloqa va bog'lanishlar borligi anqlanadi. **Hisob-analitik usullardan** biron loyihani ishlab chiqishda yoki firmalarning istiqbolli rivojlanishi bilan bog'liq prognozlarni ishlab chiqishda keng foydalaniladi.

Tajriba usuli normativ asosda belgilangan me'yoriy tadbirni yoki biron-bir nazariyani keng miqyosda qo'llashdan oldin kichik doirada sinab ko'rishdir. Agar bu sinov natijalari amalda o'zini oqlasa, xuddi shu sharoit bo'lgan joylarda ularni keng qo'llashga tavsiya etiladi. Chunki amaliyot - haqiqat mezonidir. Iqtisodchilar hayotning moddiy tomonlarini o'lchash va tavsivlash bilan shug'ullanadilar, ammo ularning asosiy maqsadi iqtisodiyotning qanday amal qilishini tushunish hisoblanadi. Real iqtisodiy hayot juda murakkab bo'lib, unda millionlab jarayonlar amalga oshiriladi va tahlilda ularning barchasini qamrab olish mumkin emas. Shu tufayli iqtisodchilar tahlil qilish imkoni bo'lgan soddalashtirilgan modellar orqali murakkab jarayonlar hamda real holatlarda qo'llash mumkin bo'lgan umumiy qoidalarni ishlab chiqishga harakat qiladilar.

Model deganda reallikni soddalashtirilgan holda aks ettirish tushuniladi. Modelning ahamiyati o'rganilayotgan iqtisodiy reallikning eng muhim xususiyatlariga e'tiborni jamlab, ishga aloqador bo'lmagan yoki ahamiyatsiz detallarni tahlildan chetlashtirilishidadir. Bunda asosiy e'tibor tizimdagi asosiy elementlar va ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka qaratiladi.

Iqtisodiy model – iqtisodiy jarayon yoki hodisalarning formallashtirilgan tasnifi bo'lib, uning tarkibi tadqiqot maqsadidan kelib chiquvchi ob'ektiv yoki sub'ektiv xususiyatlarga bog'liq holda shakllantiriladi.

Modelga tayyor holda kiritiladigan, avvaldan ma'lum miqdoriy qiymatliklar **ekzogen**, model doirasida qo'yilgan vazifani echish jarayonida olinadigan miqdoriy qiymatliklar esa **endogen omillar** deb ataladi. Modelning real iqtisodiy voqeliklar bilan aloqasi ikki xil xususiyatga ega: bir tomondan u real voqelikning aksi, uni shartli qayta hosil qilishdir; ikkinchi tomondan esa qo'yilgan maqsaddan kelib chiqib real voqelikni o'zgartirishga, yaqin, o'rta va uzoq muddatda kutiladigan o'zgarishlar natijalarini prognoz qilishga xizmat qiladi.

Modellar turli maqsadlar va vazifalarning yechimini topishga xizmat qiladi. Ularni umumlashtirish darajasiga ko'ra abstrakt-nazariy va aniq iqtisodiy, qamrab olish sohasiga ko'ra - mikro va makroiqtisodiy, vaqt oralig'iga ko'ra statik va dinamik, omillar soniga ko'ra - bir va ko'p omilli, modelga kiritilgan omillar o'zaro ta'siriga ko'ra - chiziqli va chiziqsiz turlarga ajratish mumkin.

3. O'zgaruvchan miqdorlarni o'lchash, taqqoslash va grafiklar yordamida tahlil etish

Zamonaviy iqtisodiy nazariyaning aniqroq bo'lishi u o'rganilayotgan iqtisodiy jarayonlarning miqdoriy tomonlarini tadqiq etish matematik instrumentlardan kengroq foydalanishni taqozo qiladi. Hozirgi vaqtda iqtisodchilar iqtisodiy jarayonlarni o'rganishda model tushunchasidan keng foydalanmoqdalar. **Model** deganda, iqtisodiy jarayonning chizmasi, loyihasi yoki matematik formulalar bilan ifodalanishi tushuniladi. Amaliyotda kengroq ishlatiladigan modellardan biri iqtisodiy-matematik model hisoblanadi. Iqtisodiy matematik modellar iqtisodiy

jarayonlarning miqdoriy jihatlarini funksiya, tenglama yoki tengsizliklar orqali ifodalaydi. Mikroiqtisodiy tahlilda qo'llaniladigan modellar, ularga kiritilgan natijaviy va o'zgaruvchan omillar o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalash uchun matematik funksiyalar (tengliklar yoki tengsizliklar) yoki grafiklardan foydalaniladi.

Funksiya - bu matematik tushuncha bo'lib, bog'liq o'zgaruvchi bilan erkin o'zgaruvchilar o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlikni ifodalaydi. Biz ko'pincha qandaydir bir o'zgaruvchini ikkinchi bir o'zgaruvchi ta'siriga bog'liq holda o'zgarishini ko'rsatmoqchi bo'lamiz. Ammo bizga mazkur ikki o'zgaruvchilar o'rtasidagi aniq algebraik bog'liqlik ayon emas. Bunday holda biz ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni $y = f(x)$ funksiya orqali ifoda etamiz.

Iqtisodchilar funksiyadagi o'zgaruvchilardan qaysi biri "sabab" va qaysi biri "natija" ekanligini aniqlashga urinishadi. Boshqacha aytganda, o'zgaruvchilarning qaysisi "erkin" va qaysisi unga "bog'liq" holda o'zgarishini aniqlash zarur. Odatda erkin o'zgaruvchi – "sabab", bog'liq o'zgaruvchi esa – "natija" ni 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 $y=f(x)$ ko'rinishida yoziladi. $y=f(x)$ funksiyada x erkin o'zgaruvchi, y esa bog'liq o'zgaruvchi vazifasini o'taydi. Ya'ni x qiymati mustaqil, y qiymati esa x qiymatiga bog'liq holda o'zgaradi.

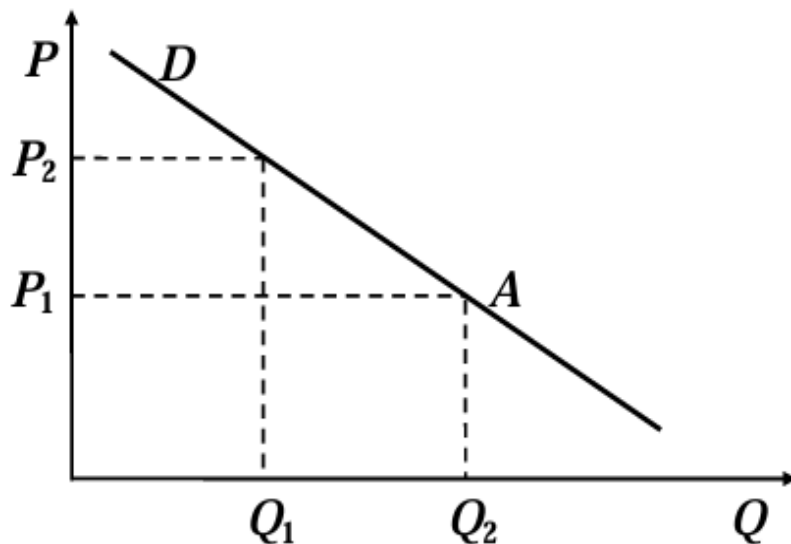
Faraz qilaylik, biz bug'doy narxining o'zgarishi unga bo'lgan talab miqdoriga qanday ta'sir ko'rsatishini ifodalamoqchimiz. Bunda natijaviy omilga (talab miqdoriga) faqat bitta o'zgaruvchi, ya'ni narx ta'sir ko'rsatyapti. Uni ifodalash uchun bir omilli matematik funksiyadan, ya'ni $y=f(x)$ dan foydalanib, bug'doy narxi va unga mos talab miqdori o'zgarishi o'rtasidagi bog'liqlikni $Q_d=f(P)$ model orqali ifodalaymiz. Bu erda P – bug'doy narxini, Q_d - narx o'zgarishi ta'sirida bug'doyga talab miqdorini va f - ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifoda etadi.

Ba'zan y qiymatining o'zgarishiga bitta emas, bir nechta omillar ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bunda holda ko'p omilli funksiyadan foydalanib, ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni $y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$ ko'rinishida ifodalaymiz. Yuqorida keltirgan misolimizdagi bug'doyga bo'lgan talabga bug'doy narxidan tashqari boshqa omillar (masalan, iste'molchilar daromadi (R) va soni (N)) ham ta'sir ko'rsatsa, ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ko'p omilli funksiya orqali quyidagicha ifodalaymiz:

$$Q_d = f(R, R, N)$$

O'zgaruvchilar orasidagi bog'liqlikni chiziqli yoki chiziqsiz funksiyalar (tenglama yoki tengsizliklar) orqali ham ifodalash mumkin. Chiziqli funksiyaga misol sifatida $y=ax-b$ tenglikni keltirish mumkin. Bu erda a va b lar konstanta. Bug'doyga talab va bug'doy narxi o'rtasidagi bog'liqlikni $QD=a-bP$ chiziqli tenglama orqali tasvirlash mumkin. Iqtisodiy modelning eng sodda ko'rinishlaridan biri – grafik hisoblanadi.

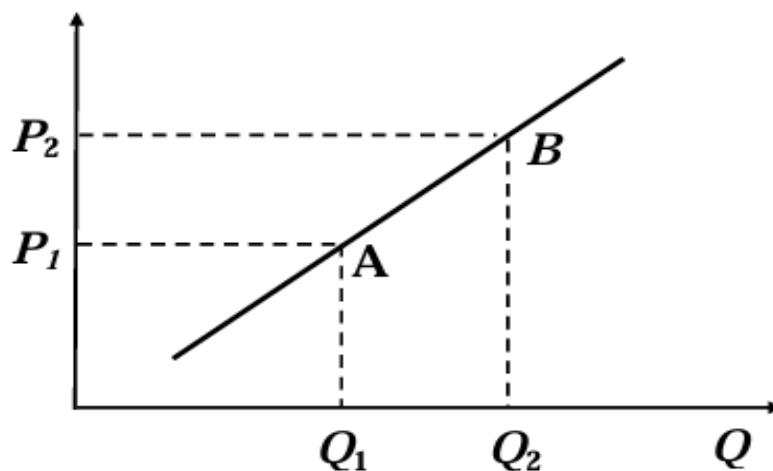
Grafik - bu o'zgaruvchilar yoki berilgan miqdorlar o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi tasvirdir (1.4-rasm).



1.4-rasm.
Bug`doy narxi va unga talab o`rtasidagi bog`liklik

Masalan, bug`doyning narxi va unga talab o`rtasidagi bog`liklikni quyidagi grafik orqali ifodalash mumkin. Matematikada erkin o`zgaruvchi qiymatlari grafikning gorizontal o`qiga (absissa o`qiga), bog`liq o`zgaruvchi qiymatlari esa vertikal o`qqa (ordinata o`qiga) joylashtiriladi. Ammo iqtisodchilar erkin o`zgaruvchi qiymatlarini grafikning vertikal o`qiga, bog`liq o`zgaruvchi qiymatlarini esa gorizontal o`qqa joylashtirishadi. Misolimizdagi bug`doyning birlamchi (P_1) va o`zgargan ( $P_2$ ) narxlarini (erkin o`zgaruvchi) vertikal, bu narxlarga mos keluvchi talabning boshlang`ich ( $Q_1$ ) va o`zgargan (Q_2) miqdorini (bog`liq o`zgaruvchi) gorizontal o`qqa joylashtiramiz. Shu tariqa narx o`zgarishlariga mos holda talab hajmidagi o`zgarishlarni A va B nuqtalar bilan belgilaymiz hamda shu nuqtalarni birlashtirib talab chizig`ini hosil qilamiz.

O`zgaruvchilar o`rtasidagi o`zaro bog`liqlik to`g`ri (musbat) yoki teskari (manfiy) bo`lishi mumkin. 1.4-rasmda keltirilgan bug`doyga talab hajmi bug`doy narxiga teskari mutanosiblikda o`zgarmoqda va bu holatda talab chizig`i pastga qarab yo`nalgan chiziqdan iborat bo`ladi. Agar har ikkala o`zgaruvchi qiymatlari, masalan bug`doy narxi va bug`doy taklifi hajmi bir xil tomonga o`zgarsa (oshsa yoki kamaysa) ular o`rtasida to`g`ri bog`liqlik yuzaga keladi va bunda taklif chizig`i yuqoriga qarab yo`nalgan o`suvchi chiziqdan iborat bo`ladi (1.5-rasm).



1.5-rasm.
Bug`doy narxi va taklifi o`rtasidagi bog`liklik

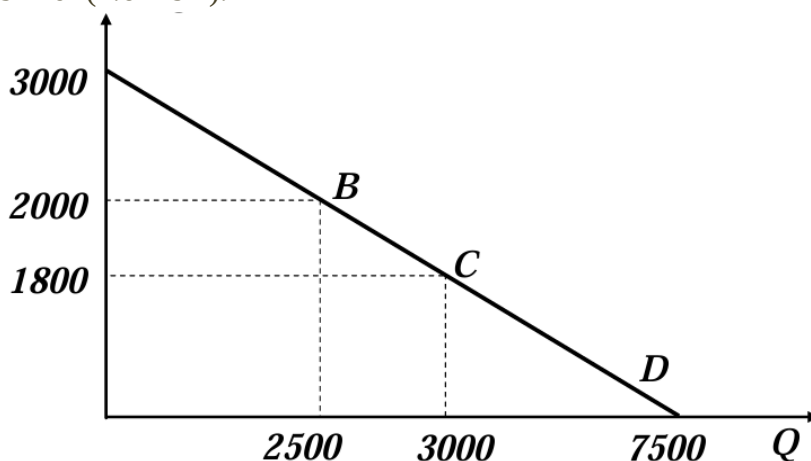
Grafikdagi chiziqlar ularning yotiqligiga qarab turli xususiyatga ega. Ikki nuqtadan o`tuvchi to`g`ri chiziqning yotiqligi vertikal o`qdagi o`zgarishning (oshish yoki kamayishning) gorizontal o`qdagi o`zgarishga nisbati orqali aniqlanadi.

Yotiqlik = vertikal o`zgarish / gorizontal o`zgarish

Ammo iqtisodchilar erkin va bog'liq o'zgaruvchilar qiymatlarini grafikda teskari joylashtirishlarini e'tiborga olsak, to'g'ri chiziq yotiqqligi quyidagicha ko'rinishga ega bo'ladi:

Yotiqqlik = gorizontal o'zgarish / vertikal o'zgarish

Bizning misolimizdagi (1.5-rasm) bug'doy taklifi to'g'ri chizig'ining yotiqqligi gorizontal o'qda joylashgan bug'doy taklifi hajmidagi o'zgarish (oshish yoki kamayish) hamda vertikal o'qda joylashgan bug'doy Q narxidagi o'zgarish nisbati bilan ifodalanadi: $Yotiqqlik_s = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$ Bunda har ikkala o'zgaruvchi bir tomonga o'zgarayotgani sababli taklif chizig'ining yotiqqligi musbat ishoraga ega. Agar o'zgaruvchilar o'rtasidagi bog'liqlik 1.4-rasmdagi singari teskari bo'lsa, to'g'ri chiziq manfiy yotiqqlikka ega bo'ladi. Grafikdagi to'g'ri chiziq holatini uning yotiqqligidan tashqari chiziqning ordinata va absissa o'qlarini kesib o'tish nuqtalari ham belgilab beradi (1.6-rasm).



Keltirilgan grafikdan (1.6-rasm) ko'rinish turibdiki, bug'doyga bo'lgan talab chizig'i narx 3000 so'm/kg bo'lganda ordinata o'qini kesib o'tgan, ya'ni bu narxda talab hajmi nolga tenglashadi. Qandaydir sababga ko'ra bug'doy tekinga tarqatilganda, ya'ni uning narxi nolga teng bo'lganda bozorda maksimal talab 7500 kg ni tashkil etib, talab chizig'i aynan shu nuqtada absissa o'qini kesib o'tardi. Bug'doyga talab chizig'ining yotiqqlik koeffitsiyenti $-2,5$ ga teng.

$$YotiqqlikD = \frac{3000 - 2500}{1800 - 2000} = \frac{500}{-200} = -2,5$$

Talab chizig'ining yotiqqlik koeffitsiyenti hamda chiziqning koordinata o'qlarini kesib o'tish nuqtalarini bilgan holda biz bug'doyga talab chizig'ini quyidagi tenglama ko'rinishida tasvirlashimiz mumkin:

$$QD = a - bP \Rightarrow QD = 7500 - 2,5P$$

Bu erda: QD – bog'liq o'zgaruvchi talab hajmi;

a – gorizontal o'qni kesib o'tuvchi nuqta yoki narx nolga teng bo'lganda maksimal talab hajmi;

b – talab chizig'ining yotiqqligi yoki maksimal talabning maksimal narxga nisbati; P – erkin o'zgaruvchi narx.

Keltirilgan misollarda talab chizig'i faqat ikki nuqtadan o'tganligi uchun to'g'ri chiziq ko'rinishida. Agar narxning o'zgarishi va unga mos keluvchi talab hajmining o'zgarishi ikkitadan ortiq nuqtadan o'tsa hamda ularning o'zgarish nisbatlari bir xil bo'lmasa talab chizig'i egri chiziq ko'rinishiga ega bo'ladi.

Ba'zan grafikda vaqt oralig'idagi miqdoriy yoki qiymat o'zgarishlari dinamikasi (trendi) ifodalanadi va bunda vaqt qatorlari gorizontal o'q bo'ylab joylashtiriladi.

Qisqa xulosalar

Iqtisodiy jarayonlarni o'rganish va tahlil qilish mikro va makro darajada amalga oshiriladi. "Mikroiqtisodiyot" resurslar cheklangan sharoitda cheksiz ehtiyojlarni maksimal qondirish yo'lida

aniq induvidual sub'ektlarning iqtisodiy hatti-harakatlari va qarorlar qabul qilish jarayonini o'rganish bilan shug'ullanadi. Induvidual iqtisodiy sub'ektlar deganda firmalar, uy xo'jaliklari, tarmoqlar va bozorlarni tushunamiz.

Iqtisodchilar avvalo ma'lum iqtisodiy muammoga taalluqli dalillarni aniqlash va to'plashdan ish boshlaydilar. Bu jarayonni ba'zan **tavsiflovchi** yoki **emperik iqtisodiy fan** deb atashadi. Iqtisodiy tadqiqot ayrim dalillardan nazariyaga qarab harakat qilganda **induksiya** usulini, aksincha nazariyadan ayrim dalillarga qarab harakat qilganda esa **deduksiya** usulini ifoda qiladi. **Tahlil** (analiz) usulida jarayonlar mayda bo'laklarga, alohida-alohida dalillarga ajratib o'rganilsa, sintez usulida ayrim dalillarni birlashtirish, o'zaro bog'liqlikda o'rganish orqali umumlashtiriladi va yakuniy xulosa chiqariladi.

Pozitiv yoki **diskriptiv** tahlil iqtisodiy faoliyatning ob'ektiv holatini yoki iqtisodiy hatti-harakatlarning ilmiy talqinini ifodalaydi. U sub'ektiv baholovchi mushohadalardan yiroq bo'lib, tanlab olingan va nazariya darajasiga etgan faktlar bilan ish ko'radi. Normativ tahlil esa sub'ektiv yoki alohida shaxslarning baho beruvchi mushohadalariga tayangan holda iqtisodiy hatti-harakatlar retseptini taklif etadi.

Iqtisodiy model – iqtisodiy jarayon yoki hodisalarning formallashtirilgan tasnifi bo'lib, uning tarkibi tadqiqot maqsadidan kelib chiquvchi ob'ektiv yoki sub'ektiv xususiyatlarga bog'liq holda shakllantiriladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Iqtisodiyot oldida turgan muammolarning qaysi birlari mikro darajada o'rganiladi?
2. Iqtisodiyotning bosh muammosi deganda nimani tushunasiz?
3. Har qanday jamiyat resurslar cheklangan sharoitda qanday markaziy 3 ta savolga javob topishga urinadi?
4. Mikroiqtisodiy tahlilning makroiqtisodiy tahlildan asosiy farqi nimada?
5. "Mikroiqtisodiyot" fanining predmeti nimadan iborat?
6. "Mikroiqtisodiyot" fanini o'rganish usullari nimalardan iborat?
7. Tavsiflovchi yoki emperik iqtisodiy fan deganda nima nazarda tutiladi?
8. Pozitiv va normativ tahlil nima bilan farq qiladi?
9. Induksiya va deduksiya, analiz va sintez usullarining mohiyati nimada?
10. Iqtisodiy model deganda nimani tushunasiz va u qanday vazifalarni yechishda qo'llaniladi?

2-mavzu: Iqtisodiy bazis tushunchalari.

Reja:

1. Iqtisodiy ehtiyoj, ne'mat va resurs tushunchalari.
2. Iqtisodiyotning bosh muammosi: ehtiyojlarning cheksizligi va resurslarning cheklanganligi.

3. Iqtisodiy tanlov va muqobil xarajatlar.
4. Ishlab chiqarish imkoniyatlari va mahsulotning optimal tarkibi.
5. Resurslar va ne'matlarni taqsimlashning bozor mexanizmi. Iqtisodiy doiraviy aylanish modeli

1. Iqtisodiy ehtiyoj, ne'mat va resurs tushunchalari

Insoniyat tabiatdan biologik, iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy, ma'naviy va boshqa xarakterdagi turli-tuman ehtiyojlar qurshovida yaratilgan. Bu ehtiyojlar ichida iqtisodiy, ya'ni moddiy ehtiyojlar muhim o'rin tutadi. Moddiy ehtiyojlar - shaxs, firmalar va jamiyatning faoliyati uchun zarur bo'lgan ehtiyojlarni aks ettiradi.

Iste'molchilarning ehtiyojlari turli-tuman bo'lib, ularning ro'yxati juda keng va balki son-sanoqsizdir. Bu ehtiyojlarni qondirish uchun zarur bo'ladigan tovarlar va xizmatlarni shartli ravishda ikkiga, ya'ni **birlamchi ehtiyojlarni** qondiruvchi va **hasham predmetlariga** bo'lish mumkin. Ba'zan ayrim iste'molchilar uchun birlamchi sanalgan buyumlar ikkinchi bir iste'molchilar uchun hasham va dabdaba buyumi bo'lishi ham mumkin.

Xuddi insonlarniki singari firmalar va davlat tashkilotlarining ham ehtiyojlari mavjud. Masalan, firmalar faoliyat ko'rsatishi uchun binolar, inshootlar, mashina va uskunalar, xomashyo hamda ishchi kuchiga ehtiyoj sezadi. Davlat esa mamlakat fuqarolarining jamoaviy manfaatlarini ifodalab kasalxonalar, maktablar, teatrlar, yo'llar, harbiy qurol-aslahalar va boshqa ijtimoiy ne'matlarga ehtiyoj sezadi.

Ayrim ehtiyojlar - masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy insonlarning biologik ehtiyojlari tufayli, ayrimlari ularning mentaliteti, ya'ni yashash manzili, turmush tarzi, madaniyati, ijtimoiy statusi, urf-odatlar va qadriyatlar ta'sirida, ayrimlari esa texnik taraqqiyot va global rivojlanish ta'sirida vujudga keladi.

Biz moddiy ehtiyojlarimizni qondirish va farovon hayot kechirishimiz uchun oziq-ovqatlarga, kiyim-kechaklarga, turli xil tovarlar va xizmatlarga ehtiyoj sezamiz. Iqtisodiy ehtiyojlarni qondirish vositalari iqtisodiy ne'matlar deb ataladi. Ayrim ne'matlarni tabiat insoniyatga iste'molga tayyor holatda in'om etgan bo'lsa (masalan, suv, yovvoyi mevalar va hayvonlar), ayrimlarini ishlab chiqarish zarur bo'ladi.

Ba'zan bir xil ehtiyojni turli xil ne'matlar orqali qondirish mumkin. Masalan, go'sht mahsulotiga bo'lgan ehtiyojimizni mol go'shti, qo'y go'shti yoki parranda go'shti orqali qondirish mumkin. Bir xil ehtiyojni qondiruvchi turli ne'matlar o'rinbosar ne'matlar deb ataladi.

Ba'zan iqtisodiy ehtiyojlarni birgalikda qondiradigan ne'matlar guruhi ham mavjud bo'ladi. Masalan, avtomobilga bo'lgan ehtiyoj o'z navbatida benzin va garajlarga ehtiyojni yuzaga keltiradi. Ularni **to'ldiruvchi ne'matlar** deb ataymiz. Bizning ehtiyojlarimizni qondirish uchun talab etiladigan aksariyat iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish zarur bo'ladi. Buning uchun esa ma'lum miqdordagi

iqtisodiy resurslar, ya'ni yer, ishchi kuchi, tadbirkorlik qobiliyati, boshqaruv malakasi, kapital, xomashyo va materiallar, axborot talab etiladi. «

”**Iqtisodiy resurslar**” deganda nimani tushunamiz? Iqtisodiy resurslar – tovarlar ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatish va ishlar bajarish jarayonida foydalaniladigan barcha tabiiy, mehnat hamda inson tomonidan yaratilgan vositalarni o'z ichiga oladi. Iqtisodiy resurslarga yer, kapital, ishchi kuchi, xomashyo va materiallar kabi vositalar kiradi. Ularni olti kategoriyaga ajratish

mumkin (2.1-rasm):



2.1-rasm. Iqtisodiy resurslarning turkumlanishi

1. **Yer** – insonga tabiat tomonidan tuhfa etilgan barcha tabiiy resurslarni, ya'ni iqtisodiyot tarmoqlarida foydalaniladigan yer resurslari, yer osti qazilma boyliklari, o'rmonlar va suv resurslarini o'z ichiga oladi.

2. **Kapital yoki** yoki “investitsion resurslar»ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan barcha asosiy vositalarni, ya'ni fabrika va zavod binolari, turli inshootlar, qurilmalar, mashinalar va asbob-uskunalar, traktorlar, transport vositalari, kompyuter va axborot-kommunikatsiya vositalarini ifodalaydi. Bu vositalarni ishlab chiqarish va jamg'arish jarayonini “investitsiyalash” deb ataymiz. Ba`zan iqtisodchilar asosiy vositalar sotib olishga sarflanadigan pul mablag'larini ham “kapital” deb atashadi. Ammo pul mablag'lari o'zicha hech qanday tovar ishlab chiqarmasligini e'tiborga olsak, ularni ishlab chiqarish resursi deb emas, balki “moliyaviy kapital” deb atash to'g'riroq bo'ladi.

3. **Xomashyo va materiallar** – ishlab chiqarish jarayonida «asosiy kapital»singari uzoq muddat emas, balki qisqa muddatda, ya'ni bir ishlab chiqarish bosqichida qatnashadi hamda o'zining qiymatini yaratilayotgan tovarga to'liq ko'chirib, uning tarkibiy qismiga aylanadi.

4. **Ishchi kuchi** – tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishda foydalaniladigan insonlarning barcha aqliy va jismoniy qobiliyatlarini (tadbirkorlik qobiliyati alohida kategoriyaga ajratiladi) aks ettiradi. Ishchilar, injenerlar, quruvchilar, iqtisodchilar, buxgalterlar va boshqa mutaxassislar tomonidan bajaradigan ishlar “ishchi kuchi” yoki “mehnat resursi” tushunchasini o'z ichiga qamrab oladi.

5. **Tadbirkorlik qobiliyati** – mehnat resurslarining alohida xususiyatga kategoriyasi bo'lib, uning mohiyati quyidagi funksiyalarida o'z ifodasini topadi:

- tadbirkor ishlab chiqarish jarayonida yer, kapital, xomashyo, ishchi kuchi va boshqa barcha resurslarni birlashtiradi va o'ziga xos "katalizator" vazifasini o'taydi;

- tadbirkor biznesni yuritish jarayonida firma faoliyatining asosiy strategiyasi hamda muvaffaqiyatini ta'minlab beruvchi eng asosiy qarorlarni qabul qilish bilan bog'liq qiyin vazifalarni zimmasiga oladi;

- tadbirkor ishlab chiqarishga innovatsion texnologiyalar, yangi mahsulot turlari va biznesni tashkil etishning ilg'or usullarini joriy etishga harakat qiluvchi tashabbuskor shaxs hisoblanadi;

- tadbirkor biznes yuritish bilan bog'liq katta tavakkalchilikni (riskni) o'z zimmasiga oladi. Bozor iqtisodiyotida tadbirkorga foyda olish kafolatlanmagan, ya'ni u yilni zarar bilan yakunlashi ham mumkin. Shu tufayli tadbirkor nafaqat o'z kapitalini, balki sarflagan vaqti, mehnati va sha'nini ham tavakkalchilik ostiga tikib harakat qiladi.

6. **Axborot va nomoddiy aktivlar** keyingi yillarda resurs sifatida katta ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa axborot va kommunikasiyalar asrida biznes uchun axborotning muhimligi shubhasiz. Iqtisodiy ehtiyojlarni qondirish maqsadida resurslardan foydalanib moddiy ne'matlar ishlab chiqarish jarayonini **iqtisodiy tizim** deb ataymiz.

2. Iqtisodiyotning bosh muammosi: ehtiyojlarning cheksizligi va resurslarning cheklanganligi

Jamiyatning butun iqtisodiy tizimi asosan ikkita fundamental muammo ustiga qurilgan bo'lib, uni iqtisodchilar iqtisodiyotning bosh muammosi deb ataydilar (2.2-rasm).

1. Jamiyat va uning a'zolari bo'lmish individial shaxslar, korxonalar va tashkilotlarning moddiy ehtiyojlari cheksiz.

2. Moddiy ehtiyojlarni qondirish vositalari, ya'ni tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'ladigan iqtisodiy resurslar cheklangan yoki taqchil (noyob).



2.2-rasm. Iqtisodiyotning bosh muammosi⁴

Agar e'tibor bilan nazar solsak, iste'molchilar, firmalar va davlatning (jamiyatning) moddiy ehtiyojlari cheksiz ekanligiga amin bo'lamiz. Chunki bu ehtiyojlar nafaqat son-sanoqsiz, balki vaqt o'tishi bilan to'xtovsiz yangilanib, ko'payib borayotgani ma'lum bo'ladi. Insonlarning turmush tarzi, urf-odatlar, didi va modalar o'zgarishi, ilmiy-texnik taraqqiyot natijasida ayrim tovarlar va

⁴ В. Тарануха. икροэкономика (в структурно-логических схемах). 2002. – стр. 6 asosida tayyorlangan.

xizmatlar iste'moldan chiqib ketib, ularning o'rniga yangilari kirib keladi. Yangi tovarlar va xizmatlar turlarining paydo bo'lishi bizning ehtiyojlarimiz chegaralarini tinimsiz kengaytirib boradi. Iqtisodiy faoliyatning bosh maqsadi esa jamiyatning turli-tuman, cheksiz va kengayib borayotgan ehtiyojlarini imkoniyat darajasida maksimal qondirishga erishishdir.

Endi ikkinchi fundamental muammo – cheksiz ehtiyojlarni qondirish uchun iqtisodiy resurslarning cheklanganligi masalasini ko'rib chiqamiz. Agar jamiyatdagi iqtisodiy resurslar miqdori cheklanmagan bo'lganida, har bir inson o'zi istagan hamma narsaga ega bo'lishi mumkin bo'lardi. Ammo, insoniyatning moddiy ehtiyojlari xayol va orzular ummoni singari cheksiz bo'lgan bir sharoitda, bu ehtiyojlarni qondirish vositalari bo'lgan iqtisodiy resurslar miqdori jamiyatda cheklangandir. Bu shuni anglatadiki, jamiyatdagi mavjud iqtisodiy resurslarning ishlab chiqarish imkoniyatlari jamiyat a'zolarining ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli emas.

Dehqonchilik va chorvachilik uchun zarur yer maydonlari, sanoat uchun yer osti qazilma boyliklari, kapital va xomashyo resurslari, yuqori malakali ishchi kuchi va mutaxassislar, katta kapitalga ega tadbirkorlar va banklar, hamma-hammasi o'ta cheklangan. Bunday holat jamiyat a'zolarining o'z ehtiyojlarini to'liq qondirishga bo'lgan imkoniyatlarini doimo va muqarrar ravishda cheklab turadi. Mana shuning uchun ham absolyut moddiy farovonlik va to'kin-sochinlikka ega jamiyat qurish haqidagi urinishlar amalga oshmaydigan haqiqat sanaladi.

Jamiyat a'zolarining moddiy ehtiyojlari cheksiz va resurslarimiz cheklangan ekan, hech qachon cheksiz ehtiyojlarimizni to'liq qondirish mumkin emas. Shunday ekan, iqtisodchilar jamiyat ixtiyorida mavjud cheklangan (taqchil) resurslardan optimal foydalangan holda **cheksiz ehtiyojlarni maksimal darajada qondirish** ustida bosh qotirishlariga to'g'ri keladi. Buning uchun mavjud **resurslardan oqilona va samarali foydalanish** yo'llarini izlab topish zarur bo'ladi.

Iqtisodchilar **“samaradorlik”** tushunchasiga qanday ta'rif beradilar. Samaradorlik tushunchasi texnik yoki texnologik sohalarda ham qo'llanilib, biror-bir harakat yoki bajarilgan ishning natijasini baholashda foydalaniladi. **“Iqtisodiy samaradorlik”** tushunchasi **“xarajatlar (sarflar) – natija (mahsulot)”** nisbatini ifodalaydi. Aniqroq qilib aytganda, ishlab chiqarishga sarflangan resurslar birligiga nisbatan olingan mahsulot, foyda ko'rsatkichlari iqtisodiy samaradorlik darajasini belgilab beradi.

Jamiyat o'zining cheklangan resurslaridan samarali foydalanish evaziga maksimal darajada tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishga intiladi. Bunga erishish uchun **to'la bandlik** va **to'liq ishlab chiqarish** hajmiga erishish lozim bo'ladi. **To'la bandlik** deganda ishlab chiqarishga yaroqli barcha resurslardan foydalanish imkoniyatiga aytiladi. Iqtisodiyot mehnat qilish yoshidagi ishga yaroqli barcha ishchilarni ish bilan ta'minlashi zarur. Haydaladigan yerlar, fabrika va zavodlar, asbob-uskunalar bekor turib qolmasligi, barcha asosiy va aylanma kapital ishlab chiqarishga jalb qilinishi maqsadga muvofiq.

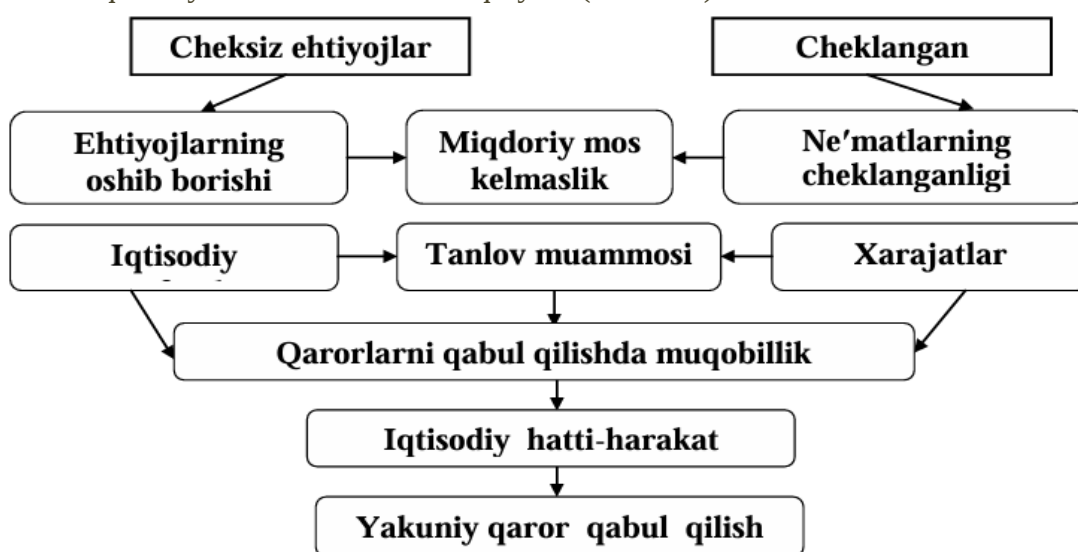
Ishlab chiqarishning to'liq hajmi deganda resurslarni optimal taqsimlash va ulardan samarali foydalanish evaziga maksimal darajada mahsulot ishlab chiqarish tushuniladi. Ishlab chiqarishga sarflangan har bir resurs birligi jamiyat uchun maksimal qaytimni ta'minlashi zarur.

3.Iqtisodiy tanlov va muqobil xarajatlar

Kundalik hayotimizda har birimiz cheklangan vaqtimizdan samarali foydalanish, daromadimizni oziq-ovqat, kiyim-kechak yoki maishiy texnikalar sotib olishga to'g'ri taqsimlash kabi o'nlab masalalar xususida qaror qabul qilishimizga to'g'ri keladi. Xuddi shuningdek, firmalar ham sarmoyani qaysi sohaga tikish, xomashyo va asbob-uskunalarni qancha miqdorda va qaerdan xarid etish, qanday texnika va texnologiyalardan foydalanish, resurslarni sarfini qanday tejash, mahsulotni xaridorbop qilib tayyorlash, to'g'ri narx siyosatini yuritish kabi ko'plab masalalar

yuzasidan optimal qarorlar qabul qilishga harakat qiladilar. Bu muammolarni yechish uchun beshta fundamental iqtisodiy savolga javob berishi lozim (2.3-rasm):

1. Nimani, ya'ni iste'molchilar talabidan kelib chiqib qanday tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish kerak?
2. Bu tovar va xizmatlar qancha miqdorda ishlab chiqarilishi kerak?
3. Qanday qilib, ya'ni tovar va xizmatlarni qaysi usulda va qanday texnologiyalardan foydalanib ishlab chiqarish maqsadga muvofiq?
4. Kim uchun ishlab chiqarish kerak, ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarning iste'molchilari kimlar bo'ladi?
5. Iqtisodiy tizim yuz berayotgan o'zgarishlarga moslasha oladimi? Yuqoridagi savollardan ikkitasi, ya'ni nima ishlab chiqarish kerak? va qanday ishlab chiqarish kerak? degan savollar - resurslardan mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniladigan va ishlab chiqariladigan mahsulot tarkibining juda ko'p alternativ variantlari mavjudligini taqozo qiladi. Bu esa firmalar oldida iqtisodiy tanlov muammosini qo'yadi (2.3-rasm).



2.3-rasm. Iqtisodiyotning bosh muammosi va iqtisodiy tanlov⁵

Iqtisodiy tanlov tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishda cheklangan resurslardan foydalanishning muqobil variantlari ichidan cheksiz ehtiyojlarni maksimal qondirishga imkon beruvchi eng optimal variantni tanlashni anglatadi. Iqtisodiy tanlov firmalarni belgilangan maqsadga erishish uchun xo'jalik yuritishning ratsional usullarini tanlashga, eng kam xarajatlar evaziga maksimal hajmda mahsulot ishlab chiqarish va maksimal foyda olishga undaydi.

Iqtisodiyotda har bir sub'ekt maksimallikka intiladi: iste'molchi – o'z ehtiyojlarini maksimal qondirishga, firma – foydani maksimalashtirishga, davlat esa – jamiyat a'zolarining farovonligi yuksaltirishga harakat qiladi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlarining cheklanganligi, ishlab chiqarish variantlaridan bittasi yoki bir nechtasini tanlab, qolganlaridan voz kechishni taqozo qiladi. Bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarish ikkinchi biridan voz kechishni anglatadi. Optimal iqtisodiy tanlovga erishish uchun nafaqat bo'lg'usi xarajatlar, balki foydalanilmagan ishlab chiqarish imkoniyatlari ham e'tiborga olinishi lozim. Boshqa variantlardan voz kechish natijasida, biz ulardan olinishi mumkin bo'lgan foydadan ham voz kechamiz, ya'ni bu boy berilgan imkoniyatlar bo'lib, **muqobil (alternativ) xarajatlarni** tashkil etadi.

⁵ Тарануха .В. икροэкономика (в структурно-логических схемах). 2002. – стр. 7 asosida tayyorlangan.

Muqobil xarajatlar - iqtisodiy tanlovda resurslardan samarali foydalanish bilan bog'liq eng yaxshi alternativ variantdan voz kechish natijasida boy berilgan imkoniyatlarni (olinadigan foydani) aks ettiruvchi xarajatlardir.

Muqobil xarajatlar yordamida noyob resurslardan foydalanish yo'nalishlari bo'yicha eng yaxshi (optimal) taqsimlash masalasi, ya'ni muayyan variantda resurslarni sarflashdan olinadigan foyda va xarajatlarni boshqa variantlar bo'yicha olinadigan foyda va xarajatlar bilan solishtirish orqali yechiladi (ya'ni muqobil xarajatlarni bir-biri bilan solishtirish orqali).

Masalan, Toshkentdan Samarqandga avtobusda borishni xohlagan yo'lovchi biletni 30 minut turib, kassadan 25000 so'mga olishi mumkin, yoki 30000 so'mga navbatsiz xizmat ko'rsatuvchi firma orqali olishi mumkin deylik. Agar yo'lovchining 30 minut vaqtining alternativ xarajati 30000 so'mdan kam bo'lsa (u o'zining 30 minut vaqtini 30000 so'mdan kam baholasa), u biletni navbatda turib sotib oladi, agar alternativ xarajati 30000 so'mdan yuqori bo'lsa (u o'zining 30 minut vaqtini 30000 so'mdan yuqori baholasa), u holda yo'lovchi biletni xizmat ko'rsatuvchi firma orqali sotib oladi. Agarda yo'lovchi vaqtining alternativ xarajati 30000 so'mga teng bo'lsa, u ikkala variantdan xohlaganini tanlashi mumkin. Haqiqatdan ham vaqtini yuqori baholaydigan va yuqori daromad oluvchilar ko'pincha navbat kutishni xohlamaydilar.

4.Ishlab chiqarish imkoniyatlari va mahsulotning optimal tarkibi

Har bir jamiyat, firma yoki tadbirkor cheklangan iqtisodiy resurslarga ega va bu holat ularning ishlab chiqarish imkoniyatlarini doimiy ravishda cheklab turadi. Ishlab chiqarish imkoniyatlari jamiyat yoki firmaning muayyan texnologik rivojlanish bosqichida mavjud resurslardan to'liq va samarali foydalanib maksimal hajmda tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish imkoniyatlarini aks ettiradi.

Resrslarning cheklanganligi mahsulot ishlab chiqarish hajmini ham cheklab turadi. Shunday ekan jamiyat va firmalar mavjud resurs zaxiralarini qanday tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishga yo'naltirish xususida tanlov qilishga majbur bo'ladi. Tahlilni soddalashtirish uchun firma faqat ikki xil mahsulot, masalan televizor va muzlatkich ishlab chiqaradi deb faraz qilaylik. Firma 100 mln. dollar kapitalga ega. Tabiiyki firma resurslar cheklanganligi sharoitida bir vaqtning o'zida har ikkala mahsulot ishlab chiqarish hajmini ham oshirishga erisha olmaydi. Firma oldida ishlab chiqarish hajmi xususida qaror qabul qilishning 5 xil varianti mavjud deylik (2.1-jadval).

2.1-jadval

Firmaning ishlab chiqarish imkoniyatlari jadvali

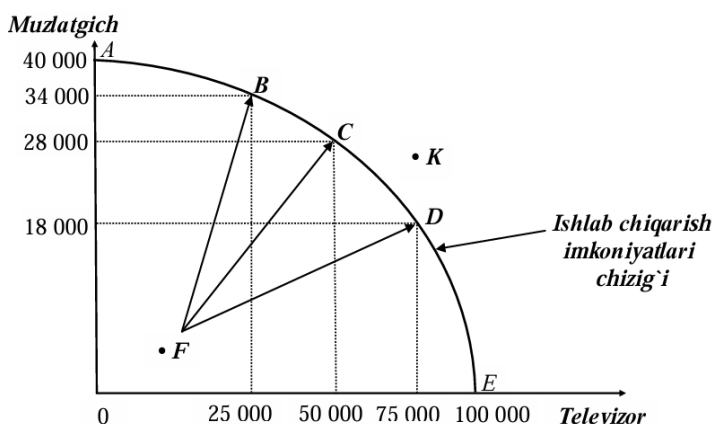
Mahsulot turlari	1	2	3	4	5
Televizor	100 000	75 000	50 000	25 000	0
Muzlatkich	0	18 000	28 000	34 000	40 000

Manba: shartli raqamlar

Yuqoridagi jadvalda keltirilgan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, birinchi variantda firma barcha resurslarini televizor, beshinchi variantda esa muzlatkich ishlab chiqarishga yo'naltirishi mumkin. Bunda ikkinchi xil mahsulot ishlab chiqarish hajmi nolga teng bo'ladi. Birinchi variantda beshinchi variantga borgan sari televizor ishlab chiqarish hajmi qisqarib, muzlatkich ishlab chiqarish hajmi oshib boradi. Firma cheklangan resurslaridan kelib chiqqan holda televizor yoki muzlatkich ishlab chiqarishning besh xil varianti ichidan bittasini tanlashga majbur. Masalan,

ikkinchi variantda 75 000 televizor va 18 000 muzlatkich ishlab chiqarish 30 imkoni bo'lsa, to'rtinchi variantda 25 000 televizor va 34 000 muzlatkich ishlab chiqarish mumkin.

Mazkur ma'lumotlarni grafik ko'rinishida tasvirlasak firmaning ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i hosil bo'ladi (2.4-rasm).

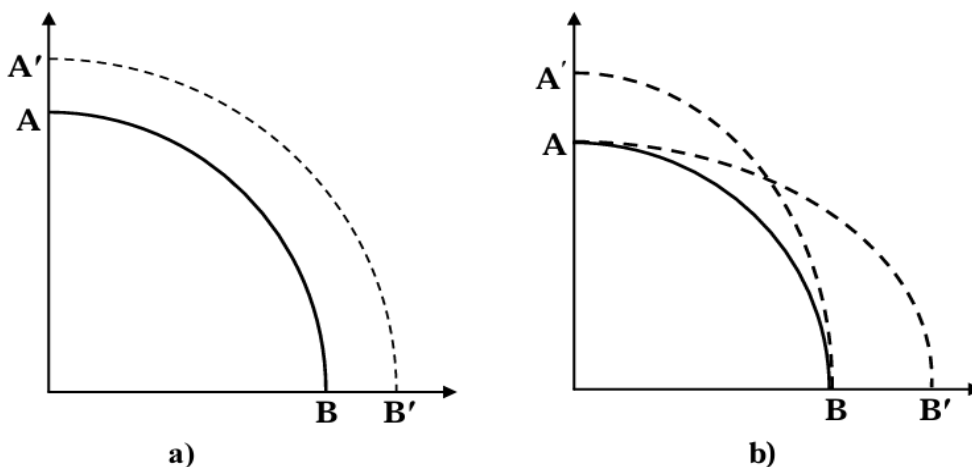


2.4-rasm.

Firmaning ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i

Firmaning ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i ustidagi har bir nuqta (A, B, C, D va E) firmaning mavjud resurslari doirasida maksimal ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan mahsulot hajmini ko'rsatadi. Agar ishlab chiqarish hajmi F nuqta ustida bo'lsa, demak firma mavjud ishlab chiqarish imkoniyatlaridan to'liq foydalanmayapti yoki resurslardan samarasiz foydalanyapti. Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'idan tashqari yotgan K nuqta firmaning hozirgi resurs salohiyati darajasidan tashqarida yotganligi bois unga erishish imkoni yo'q. Ammo kelgusida firmaning resurs salohiyati oshganda unga erishish mumkin bo'ladi.

Biz yuqorida firmaning resurslari hajmi va texnologiyalar darajasi o'zgaras bo'lgan holatda ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'ini qaradik. Resurslar taklifining oshishi, texnik taraqqiyot ta'sirida texnologiyalarning takomillashuvi firma va jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini oshiradi. Uzoq muddatli oraliqda firma resurs salohiyatining oshishi ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'ida o'zgarish bo'lishiga olib keladi. Firma resurs salohiyatining oshishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini ham oshishiga olib kelish tufayli ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i parallel o'ngga (2.5-a-rasm) yoki bir tomonlama sirilishi mumkin (2.5-b-rasm).



2.5-rasm. Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'idagi o'zgarishlar

Agar firma to'liq bandlik va to'liq ishlab chiqarish darajasida faoliyat ko'rsatsa, u ishlab chiqarish variantlaridan qaysi birini tanlashi maqsadga muvofiq? Bu savolga aniq bir javob berish mushkul, chunki jamiyat yoki firmaning rivojlanish darajasi, undagi qadriyatlar va

turmush tarzi, ishlab chiqarishni tashkil etish shakllari va usullari, texnologiyalarning rivojlanishi darajasi hamda talabdan kelib chiqib, har bir firma bu savolga o'zicha javob topishga harakat qiladi. Nima bo'lganda ham bu savolga javob topishda optimallik va samaradorlik shartlaridan kelib chiqish kerak.

5. Resurslar va ne'matlarni taqsimlashning bozor mexanizmi. Iqtisodiy doiraviy aylanish modeli

Bozor – bu xaridorlar va sotuvchilar o'zaro munosabatga kirishadigan mexanizm bo'lib, unda kelishuvlar orqali resurslar, tovarlar va xizmatlar bilan ayriboshlash amalga oshiriladi.

Bozor - bu birinchidan, sotuvchilar va xaridorlarni uchrashadigan joyi, 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 transaksion xarajatlar bo'lgani uchun ham, bozorni transaksiyalar majmuasi deb ham qarash mumkin. Bozorning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, u daromadlarni samarali faoliyat ko'rsatayotgan sub'ektlar, ya'ni zamonaviy texnologiyadan, cheklangan resurslardan samarali foydalanayotgan xo'jalik sub'ektlari hisobiga qayta taqsimlaydi.

Bozorlar o'zining hududiy masshtabiga ko'ra mahalliy, milliy va xalqaro bozorlarga bo'linadi. Oldi-sotdi ob'ekti bo'lib resurslar (ishchi kuchi, kapital, xomashyo, yer, tadbirkorlik qobiliyati, axborot), iste'mol tovarlari va xizmatlar hisoblanadi. Bozordagi narxlar oldi-sotdi jarayonida yoki undan oldin shakllanishi mumkin. Bozorning samarali faoliyat ko'rsatishi transaksion xarajatlar bilan bog'liq. Transaksion xarajatlar - bu o'zaro tovar ayriboshlash sohasidagi xarajatlardir. Bu tushuncha birinchi bo'lib R. Kouz tomonidan kiritilgan (1937 y.). Transaksion xarajatlar o'z ichiga quyidagi xarajatlarni oladi: axborot olish, o'zaro kelishuv va uchrashuvlar o'tkazish bilan bog'liq xarajatlar, tovarlar xususiyatlarini aniqlash bilan bog'liq xarajatlar, mulk huquqini himoya qilish va boshqalar.

Bozor iqtisodiyotida har bir individ o'z shaxsiy manfaatini ko'zlab harakat qiladi. Bunda firmalar va resurs egalari bo'lgan uy xo'jaliklari eng kam xarajat evaziga o'zlarining daromadlarini (foydasini) maksimallashtirishga urinsa, iste'molchilar tovarlar va xizmatlarga sarflagan har bir so'm maksimallashtirishga intiladi. xarajati olinadigan naflilikni Bozor iqtisodiyotining tarafdorlari bu mexanizmni resurslarni taqsimlash, ishlab chiqarish barqarorligini va aholi bandligini hamda iqtisodiy o'sishni ta'minlashning eng samarali vositasi deb baholaydi. Shu tufayli bozor faoliyatiga davlatning har qanday aralashuvi uning samaradorligiga putur etkazadi degan fikrni ilgari surishadi. Ammo, buyuk iqtisodchi Adam Smitning fikricha bozorning har bir ishtirokchisi o'z shaxsiy manfaatlarini qondirish yo'lida tinmay harakat qilib, o'zi bilmagan holda jamiyat va davlat manfaatlariga xizmat qiladi (go'yo «ko'rinmas qo'l» orqali).

Erkin bozor iqtisodiyotida: ishlab chiqarish va iste'mol xususidagi barcha qarorlar firma va uy xo'jaliklari tomonidan qabul qilinadi; bozor resurslarni narx mexanizmi orqali tarmoqlar va firmalar o'rtasida taqsimlaydi; resurslar, tovarlar va xizmatlar narxlari bozor tomonidan talab va taklif nisbati asosida o'rnatiladi.

Bozor iqtisodiyoti quyidagi tamoyillar va institutlarga asoslanadi:

1. Xususiy mulkchilik.
2. Tadbirkorlik va tanlov erkinligi.
3. Shaxsiy manfaatlar - iqtisodiy hatti-harakatning bosh omili.
4. Raqobatni rag'batlantirish va monopolistik faoliyatni cheklash.
5. Narxlar bozorni tartibga soluvchi asosiy mexanizm.

6. Iqtisodiyotga davlat. aralashuvining minimal darajagacha cheklanganligi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida individual tanlov, shaxsiy manfaatni qondirishga urinish, ratsional (oqilona) hatti-harakat, foyda olishga intilish va moslashuvchanlik (hamkorlik) iqtisodiy mushohada mafkurasi negizini tashkil etadi.

Har qanday iqtisodiy tizimda bozorlar narx orqali resurslarni taqsimlashda markaziy va hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Bozor tizimida noyob ne'matlar muammosi quyidagi ikkita tamoyillar asosida yechiladi:

- optimallashtirish tamoyili - har bir faoliyat va resurslardan foydalanishdan maksimal foyda olish;
- muqobil xarajatlar tamoyili

- noyob resurslardan foydalanish variantlarining barchasidan olinadigan foyda va xarajatlarni solishtirish orqali.

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

Mikroiqtisodiyot iqtisodiy sub'ektlarni ikkiga bo'lib qaraydi - 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 maksimallashtirish yoki xarajatlarni minimallashtirishdan iboratdir.

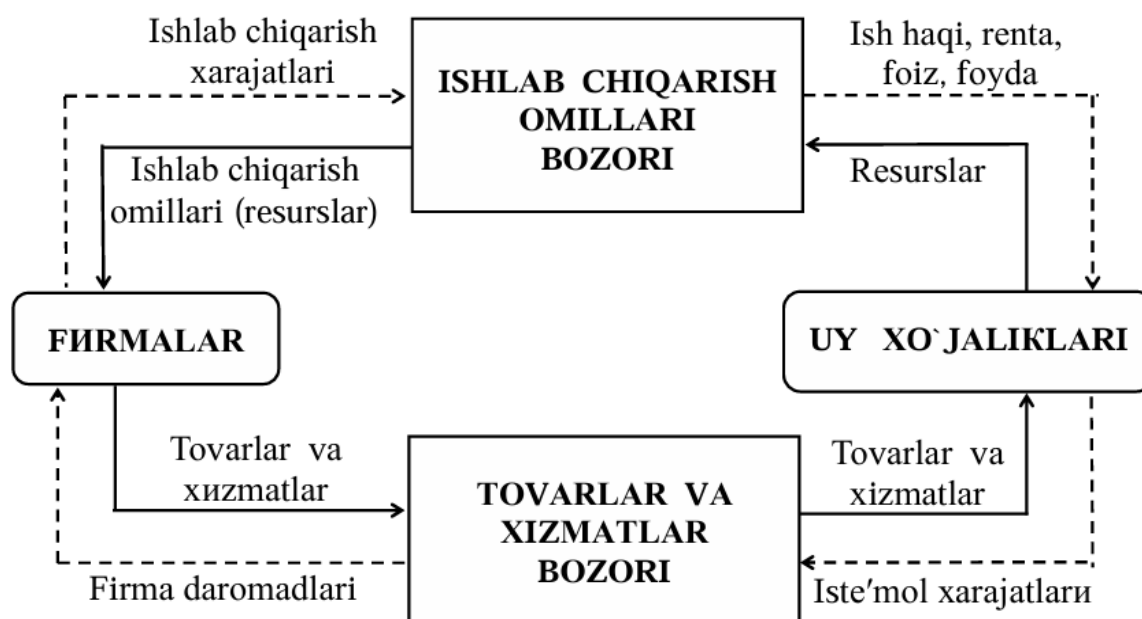
Jamiyatda vujudga keladigan yana bir muammo - bu iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar faoliyatini muvofiqlashtirishdir:

- 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 ishlab chiqarish omillari (resurslar), iste'mol tovarlari va xizmatlar oqimining doiraviy aylanish modeli orqali tahlil qilinadi (2.6 rasm). Modeldan foydalanishning afzalligi shundan iboratki, u 34 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.



2.6-rasm. Iqtisodiy doiraviy aylanish modeli

Iqtisodiy doiraviy aylanish modelida iqtisodiyot ikki sektorga bo'linadi: uy xo'jaliklari va firmalar. Uy xo'jaliklari o'z resurslarini (ishchi kuchi, kapital, xomashyo, yer va boshqa) firmalarga sotib daromad oladilar hamda bu daromadlarini firmalardan tovarlar va xizmatlar olishga ishlatadilar. Firmalar o'zlarining tovar va xizmatlarini sotib, undan tushgan daromadni uy xo'jaliklaridan resurslar sotib olishga ishlatadilar.

Ko'rinib turibdiki, xaqiqatdan ham nima iste'mol qilish kerak, 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.

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 sub'ektiga ega: sotuvchilar va xaridorlar. Bozorda qabul qilinadigan qarorlarning 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 transaksion xarajatlar deyiladi.

Bozor muvofiqlashtirishdan tashqari ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar qarorlarini vaqt bo'yicha tartiblashtiradi. Bu kelajakdagi ne'matlar bozorining (fyuchers) vujudga kelishi bilan bog'liqdir. Kelajakdagi ne'matlarning oldi-sotdisi, ularning narxlar 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.

Qisqa xulosalar

Bizning ehtiyojlarimizni qondirish uchun talab etiladigan aksariyat iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish zarur bo'ladi. Buning uchun esa ma'lum miqdordagi iqtisodiy resurslar, ya'ni yer, ishchi kuchi, tadbirkorlik qobiliyati, boshqaruv malakasi, kapital, xomashyo va materiallar, axborot talab etiladi.

Jamiyatning butun iqtisodiy tizimi asosan ikkita fundamental muammo ustiga qurilgan bo'lib, uni iqtisodchilar iqtisodiyotning bosh muammosi deb ataydilar: jamiyat va uning a'zolari bo'lmish individial shaxslar, firmalar va tashkilotlarning moddiy ehtiyojlari cheksiz; moddiy ehtiyojlarni qondirish vositalari, ya'ni tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'ladigan iqtisodiy resurslar cheklangan yoki taqchil (noyob). Bunday holat jamiyat a'zolarining o'z ehtiyojlarini to'liq qondirishga bo'lgan imkoniyatlarini doimo va muqarrar ravishda cheklab turadi. Jamiyat a'zolarining moddiy ehtiyojlari cheksiz va resurslarimiz cheklangan ekan, hech qachon cheksiz ehtiyojlarimizni to'liq qondirish mumkin emas. Shunday ekan, iqtisodchilar jamiyat ixtiyorida mavjud cheklangan (taqchil) resurslardan optimal foydalangan holda cheksiz ehtiyojlarni maksimal darajada qondirish ustida bosh qotirishlariga to'g'ri keladi. Buning uchun mavjud resurslardan oqilona va samarali foydalanish yo'llarini izlab topish zarur bo'ladi.

Iqtisodiy **tanlov** tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishda cheklangan resurslardan foydalanishning muqobil variantlari ichidan cheksiz ehtiyojlarni maksimal qondirishga imkon beruvchi eng optimal variantni tanlashni anglatadi. Iqtisodiy tanlov firmalarni belgilangan maqsadga erishish uchun xo'jalik yuritishning ratsional usullarini tanlashga, eng kam xarajatlar evaziga maksimal hajmda mahsulot ishlab chiqarish va maksimal foyda olishga undaydi.

Mikroiqtisodiyot iqtisodiy sub'ektlarni ikkiga bo'lib qaraydi - 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.

Iqtisodiy doiraviy aylanish modelida iqtisodiyot ikki sektorga bo'linadi: uy xo'jaliklari va firmalar. Uy xo'jaliklari o'z resurslarini (ishchi kuchi, kapital, xomashyo, yer va boshqa) firmalarga sotib daromad oladilar hamda bu daromadlarini firmalardan tovarlar va xizmatlar olishga ishlatadilar. Firmalar o'zlarining tovar va xizmatlarini sotib, undan tushgan daromadni uy xo'jaliklaridan resurslar sotib olishga ishlatadilar.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Ehtiyoj va ne'mat tushunchalari nimani anglatadi?
2. Iqtisodiy resurslarga nimalar kiradi?
3. Iqtisodiyotning markaziy va bosh muammosi nimadan iborat?
4. Iqtisodiy tanlov va muqobil xarajatlar deganda nima tushuniladi?
5. Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i nimani ifodalaydi?
6. Har qanday jamiyat javob berishi lozim bo'lgan beshta fundamental iqtisodiy savol nimalarni nazarda tutadi?
7. Resurslar cheklangan sharoitda ularni optimal taqsimlash masalasi qanday echiladi?
8. Resurslar, tovarlar va xizmatlar oqimining doiraviy aylanish modeli nima?

3-mavzu. Talab va taklif tahlili asoslari

Reja:

1. Talab va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili.
2. Taklif va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili
3. Talab va taklif funksiyalari

1. Talab va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili

Talab va taklifni iqtisodiy jihatdan tahlil qilish bir qator muammolarni hal qilishda universal vosita bo'lib xizmat qiladi. Bunday muammolarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- narxlar, istemolchilar didi, daromadi, soni va boshqa omillarning istemol va mahsulot ishlab chiqarish hajmi hamda bozor konyunkturasiga ta'sirini baholash;
- narxlar vositasida bozorni tartibga solish bo'yicha davlat tomonidan ko'riladigan chora-tadbirlar oqibatlarini prognozlash;
- mehnat bozorini tartibga solish va minimal ish haqi darajasini belgilash;
- soliqlar, dotatsiyalar, subsidiyalar, importga qo'yiladigan boj to'lovlarining tovar ishlab chiqaruvchilarga ta'sirini baholash va boshqalar.

Talab - ma'lum vaqt oralig'ida, turli narxlar darajasida iste'molchilarning ma'lum miqdordagi tovarlar va xizmatlarni xarid qilishga bo'lgan «xohishi» va «imkoniyatlari»ni aks ettiruvchi iqtisodiy kategoriyadir. Shuni unutmaslik kerakki, birgina iste'molchilarning «xohishi» asosida bozorda talabni shakllantirib bo'lmaydi, talab yuzaga kelishi uchun «xohish» «imkoniyat» bilan mustahkamlangan bo'lishi lozim. «Imkoniyatlar» shuni anglatadiki, xaridorlar bozorda talab qilingan miqdordagi tovarlar haqiqatdan ham mavjud bo'lganda, ular uchun haq to'lashga qurlari yetarli va tayyordirlar. Talab iste'molchining turli narxlarga mos keluvchi muqobil imkoniyatlarni aks ettirib, uni jadval ko'rinishlarida quyidagicha tasvirlash mumkin

(3.1-jadval).

3.1-jadval Oilaning shakarga bo'lgan oylik talabi

Shakar narxi (P), so'm/kg	4500	5000	5500
Oylik talab hajmi, kg	8	7	6

Manba: shartli raqamlar asosida tuzilgan.

Yuqorida keltirilgan jadvaldan ma'lumki, bir kg shakarning narxi 4500 so'm bo'lganda iste'molchining oyiga 8 kg, 5000 so'mda 7 kg va 5500 so'mda 6 kg shakar xarid qilishga xohishi va qurbi yetadi. Bundan ko'rinib turibdiki, narxlar talabning shakllanishida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Ammo talab hajmi va haqiqatda xarid qilingan tovarlar hajmi o'rtasida farq mavjudligini e'tiborga olish lozim. Talab hajmi faqat xaridorlarning bozordagi hatti-harakatini ifodalaydi, haqiqatda xarid qilinadigan tovarlar hajmi esa – xaridorlar va sotuvchilar tomonidan birgalikda aniqlanadi.

Kuzatishlarning ko'rsatishicha, boshqa omillar o'zgarmaganda, narxlarning oshishi talab hajmini qisqarishiga va aksincha narxlarning pasayishi talab hajmini oshishiga olib keladi. Tovarning narxi bilan unga bo'lgan talab miqdori o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud bo'lib, iqtisodchilar uni **talab qonuni** deb atashadi. Talab qonuning mohiyatini quyidagi sabablar bilan izohlash mumkin:

1. Iste'molchilar uchun narxlar o'ziga xos signal vazifasini o'taydi. Qimmat narxlar iste'molchilarning ne'matlarni xarid etishga bo'lgan xohishini pasaytirsam, arzon narxlar tovarni xarid qilishga moyil bo'lgan xaridorlar sonini ko'paytiradi. «Chegirmalar orqali sotuvlar» firmalarning talab qonuniga qanchalik amal qilishining yaqqol ifodasidir. Odatda firmalar tovar zaxiralari ortib ketganda «talab qonuni»ga amal qilib, narxlarni pasaytirish orqali sotuvni rag'batlantirishga va shu yo'l bilan tovar zaxiralarini qisqartirishga harakat qiladi.

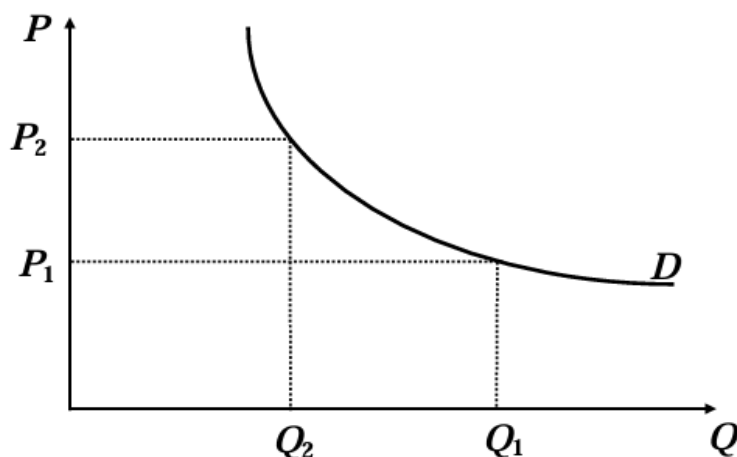
2. Aksariyat ne'matlarning qo'shimcha birligini xarid qilishdan olinadigan qoniqish, ya'ni chekli nafililik darajasi pasayib boradi. Iste'molchilar «chekli nafililikning kamayib borish qonuni» ta'sirida qo'shimcha mahsulotlar birligini faqatgina ularning narxlari arzonlashgan taqdirda xarid qilishga moyil bo'ladi.

3. Talab qonunining iqtisodiy mazmunini daromad va almashtirish samaralari orqali ham izohlash mumkin. «Daromad samarasi»ga ko'ra, iste'molchilar arzon narxlarda boshqa ne'matlardan voz kechmagan holda ko'proq ne'matlar xarid qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Boshqacha ta'riflaganda, narxlarning arzonlashuvi iste'molchilar pul daromadlarining xarid

qobiliyatini oshiradi va ular muayyan mahsulot turidan oldingiga qaraganda ko'proq xarid qilishga muvaffaq bo'ladi. Narxlarning qimmatlashuvi esa bunga teskari natija keltiradi. Boshqa tomondan iste'molchilar narxi qimmatlashgan ne'matlarni narxi arzon ne'matlar bilan almashtirishga moyil bo'lib, bu «almashtirish samarasi» ta'sirida yuz beradi.

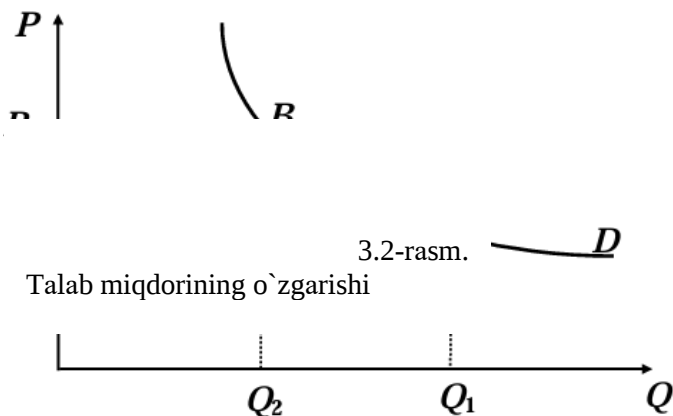
Yuqorida keltirilganlar shundan darak beradiki, iste'molchilar narxi qimmatne'matlarga qaraganda arzon ne'matlarni ko'proq xarid qilishga moyil bo'ladi.

Talab orqali bozor mexanizmini o'rganishda uning grafigini tahlil qilish muhimdir. Ordinata o'qi bo'ylab bir birlik mahsulot narxini va absissa o'qi bo'ylab berilgan vaqt oralig'ida talab qilingan mahsulot miqdorini belgilaymiz. Talab chizig'i (Demand curve) pastga qarab yo'nalgan yotiq chiziq bo'lib, belgilangan narxlar darajasida iste'molchilarning qancha miqdorda mahsulot sotib olishi mumkinligini ko'rsatadi (3.1-rasm).



3.1-rasm. Talab chizig'i

Talab chizig'ining pastga qarab yo'nalgan yotiq chiziqligi, iste'molchilarning narxlar qancha arzon bo'lsa, shuncha ko'p mahsulot sotib olishga xohishi borligini anglatadi. Talabga tovarning o'z narxi ta'sir ko'rsatganda, talab egri chizig'i surilmasdan, chiziq bo'ylab bir nuqtadan ikkinchi nuqtaga ko'chish yuz beradi va biz buni talab miqdorining o'zgarishi deb ataymiz (3.2-rasm).



3.2-rasm. Talab miqdorining o'zgarishi

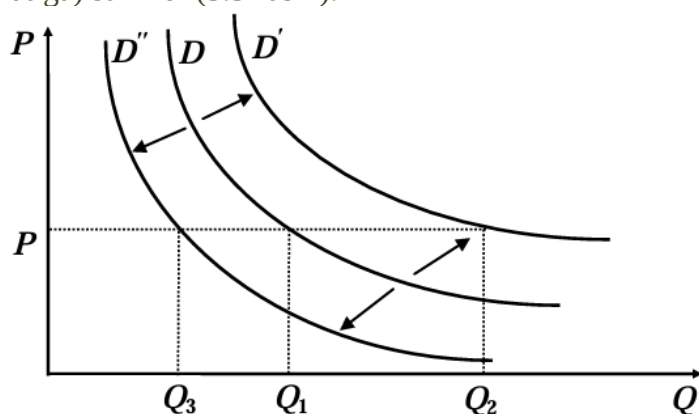
Yuqoridagi 3.2-rasmdan ko'rinib turibdiki, narx P_1 ga teng bo'lganda iste'molchining Q_1 miqdordagi mahsulotni sotib olishga talabi bo'lsa, narx P_2 ga oshganda talab hajmi qisqarib, Q_2 ga teng bo'ladi. Bunda talab egri chizig'i bo'ylab A nuqtadan B nuqtaga ko'chish yuz beradi.

Talabga tovarning o'z narxidan tashqari quyidagi boshqa omillar ham ta'sir ko'rsatadi va ular talab determinantlari deb ataladi:

1. Iste'molchilarning daromadi.
2. O'rinbosar va to'ldiruvchi tovarlar narxlari.
3. Iste'molchilarning didi.
4. Bozordagi iste'molchilar soni.
5. Kelgusidagi o'zgarishlarga nisbatan iste'molchilarning kutishlari.

Talabga narxdan tashqari yuqorida keltirilgan boshqa omillar ta'sir ko'rsatganda talab egri chizig'i o'ngga yoki chapga suriladi. Bunday o'zgarishni talabning o'zgarishi deb ataymiz. Masalan,

tovarning narxi (P) o'zgarmaganda iste'molchi daromadining oshishi unga oldingiga (Q_1) nisbatan ko'proq miqdorda (Q_2) tovar xarid etish imkonini beradi va talab chizig'i parallel o'ngga (D dan D' holatiga) suriladi (3.3-rasm).

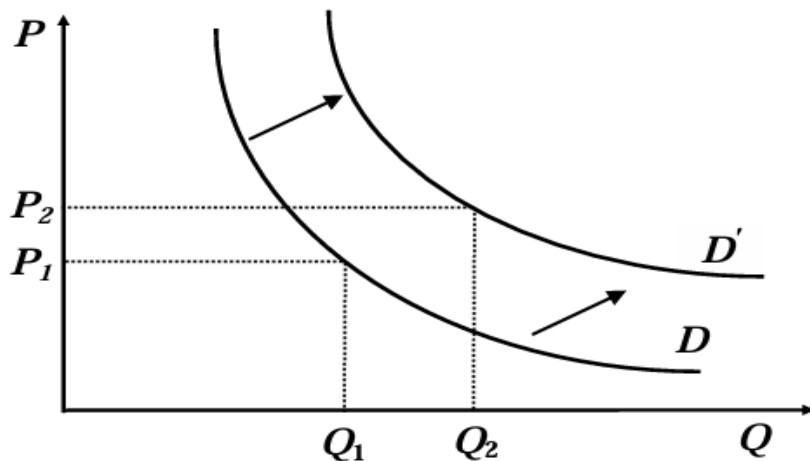


3.3-rasm. Talabning o'zgarishi

Aksincha, tovarning narxi o'zgarmagan holatda iste'molchining daromadi pasaysa, iste'molchining talabi kamayadi va talab chizig'i parallel chapga suriladi (D dan D'' holatiga).

Ikkinchi tomondan, iste'molchining real daromadi oshsa, u Q_2 miqdordagi tovarni yuqoriroq narxda, masalan, P_2 narxda ham sotib olishi mumkin. Bu holatda ham talab chizig'i o'ngga suriladi (3.4-rasm).

Iste'molchilar daromadi o'zgarishining talabga ta'siri tovarlar kategoriyasiga qarab turlichadir: 1. Iste'molchining daromadi oshganda oliy va normal kategoriyali tovarlarga talab oshadi va past kategoriyali tovarlarga talab pasayadi.



3.4-rasm.
Narx va talabning o'zgarishi

2. Iste'molchining daromadi pasayganda past kategoriyali tovarlarga talab oshadi va aksincha oliy hamda normal kategoriyali tovarlarga talab pasayadi.

Demak daromad o'zgarishi bilan oliy hamda normal kategoriyali tovarlarga talab o'zgarishi o'rtasida to'g'ri, past kategoriyali tovarlarga talab o'zgarishi o'rtasida esa teskari bog'liqlik mavjud ekan.

Talabga **o'rinbosar** va to'ldiruvchi tovarlar narxlari ham kuchli ta'sir ko'rsatadi. Asosiy tovarga bo'lgan talab o'zgarishi bilan o'rinbosar tovar narxi o'zgarishi o'rtasida to'g'ri bog'liqlik mavjud. Masalan, asosiy tovar sifatida mol go'shtini, o'rinbosar tovar sifatida qo'y go'shtini olaylik. Agar o'rinbosar tovar bo'lgan qo'y go'shtining narxi oshsa, asosiy tovar bo'lgan mol go'shtiga talab oshadi yoki aksincha qo'y go'shtining narxi pasaysa, mol go'shtiga talab ham pasayadi.

Asosiy tovarga bo'lgan talab o'zgarishi bilan to'ldiruvchi tovar narxi o'zgarishi o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud. Masalan, asosiy tovar sifatida avtomashina, to'ldiruvchi tovar sifatida

yoqilg`ini olaylik. Agar avtomashinaning narxi oshsa, to`ldiruvchi tovar bo`lgan yoqilg`iga talab ham qisman kamayadi yoki aksincha avtomashina narxi pasaysa, yoqilg`iga talab oshadi.

Bir-birining o`rnini bosadigan tovarlardan birining narxini oshishi yoki to`ldiruvchi tovarlardan birining narxini kamayishi ham talab chizig`ini o`ngga yoki chapga surilishiga olib keladi.

Vaqt oralig`ida **iste'molchilar dididagi**, moda va turmush tarzidagi o`zgarishlar ayrim tovarlar va xizmatlarga bo`lgan talabni oshiradi, ayrimlariga talabni esa kamaytiradi yoki butunlay yo`qolb ketishiga olib keladi. Iste'molchilar soni muayyan bir bozor yoki hududda talabning shakllanishida muhim o`rin tutadi. Shu tufayli biznesmenlar aholi gavjum va ko`p bo`lgan joylarda o`z biznesini yuritishga harakat qiladilar. Aholi juda kam bo`lgan sahro yoki chekka hududlarda talab miqdori o`ta cheklangan.

Narxlar darajasi, inflyasiya, soliq stavkalari, eng kam ish haqi miqdori yoki mavsumiylik kabi kelgusidagi o`zgarishlarni kutish talabning o`zgarishiga kuchli ta'sir ko`rsatadi. Masalan, kelgusi oyning boshidan benzin narxining oshishi ehtimoli iste'molchilarning benzinga talabini keskin oshiradi.

2. Taklif va unga ta'sir ko`rsatuvchi omillar tahlili

Taklif ma'lum vaqt oralig`ida, turli narxlar darajasida ishlab chiqaruvchilarning (sotuvchilarning) ma'lum miqdordagi tovarlar va xizmatlarni sotishga bo`lgan xohishi va imkoniyatlarini aks ettiradi. Taklif hajmi va haqiqatda sotilgan tovarlar hajmi o`rtasida farq mavjud. Taklif hajmi sotuvchilarning bozordagi hatti-harakatini ifodalasa, haqiqatda sotiladigan tovarlar hajmini xaridor va sotuvchilar birgalikda aniqlaydi. Narxlar taklifning shakllanishida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Narx va taklif o`rtasidagi bog`liqlikni quyidagi jadvalda aks ettirish mumkin (3.2-jadval). 3.2-jadval Do`konning bir oylik shakar taklifi

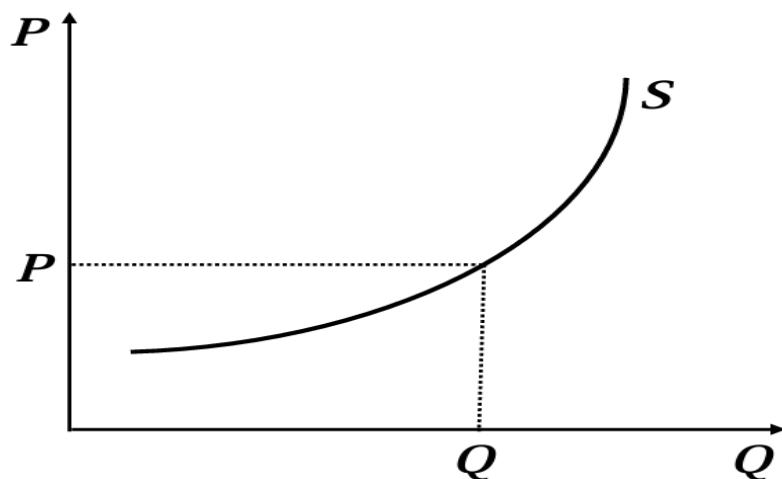
Shakarning narxi (P), so`m/kg	4500	5000	5500
Taklif hajmi, tonna	4	7	10

Manba: shartli raqamlar asosida tuzilgan.

Yuqorida keltirilgan jadvaldan ma'lumki, bir kg shakarning narxi 4500 so`m bo`lganda sotuvchi 4 tonna, 5000 so`mda 7 tonna va 5500 so`mda 10 tonna shakarni sotishga xohishi va imkoniyati mavjud. Bundan ko`rinib turibdiki, tovarning narxi bilan taklif miqdori o`rtasida to`g`ri bog`liqlik mavjud. Narx oshsa, taklif miqdori ham oshadi yoki aksincha narx pasaysa, taklif miqdori ham qisqaradi. Tovarning narxi bilan taklif miqdori o`rtasida to`g`ri bog`liqlikni taklif qonuni deb ataymiz.

Taklif qonuninig mohiyatini quyidagicha izohlash mumkin. Narx tovar ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) uchun mahsulot birligiga nisbatan olinadigan daromadni (pul tushumini) anglatadi va narxlarning oshishi sotuvchilarning daromadlarini oshiradi. Shu tufayli qimmat narxlar sotuvchilarni taklif hajmini oshirishga rag`batlantirsa, arzon narxlar taklif hajmini qisqartirishga signal bo`ladi. Ba`zan bozor to`yinib, tovar zaxiralari ortib ketganda, sotuvchilar narxlarni pasaytirish orqali sotish hajmini oshirish va ortiqcha zaxiralarni qisqartirishga harakat qilishadi.

Taklifni o`rganishda uning grafigini tahlil qilish muhimdir. Ordinata o`qi bo`ylab bir birlik mahsulot narxini va absissa o`qi bo`ylab berilgan vaqt oralig`ida taklif qilingan mahsulot miqdorini belgilaymiz. Taklif chizig`i muayyan narxlarda sotuvchilarning qancha miqdorda mahsulotni sotishga bo`lgan xohishi va imkoniyatlarini aks ettiradi (3.5-rasm).

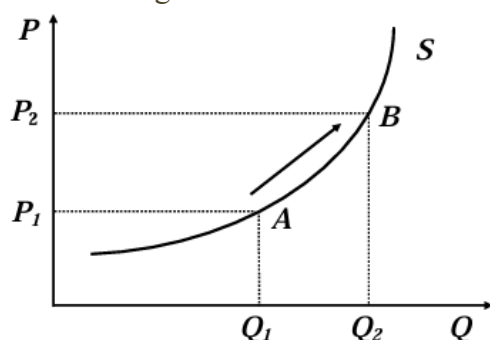


3.5-rasm.
Taklif chizig'i

Taklif chizig'i yuqoriga qarab yo'nalgan o'suvchi chiziq. Taklif chizig'ining yuqoriga yo'nalganligi, sotuvchilarning narxlar qancha qimmat bo'lsa, shuncha ko'p mahsulot sotishga xohishi va imkoniyati borligini anglatadi. Yuqori narxlar sotuvchilarga nafaqat ko'proq miqdordagi tovarlar sotishga balki, ularning daromadlarini yuksaltirishga ham imkon yaratadi.

Tovarning o'z narxi taklifga ta'sir ko'rsatganda, taklif egri chizig'i o'ngga yoki chapga surilmasdan, chiziq bo'ylab bir nuqtadan ikkinchi nuqtaga, ya'ni A nuqtadan B nuqtaga ko'chish yuz beradi (3.6-rasm). Buni taklif miqdorini o'zgarishi deb ataymiz.

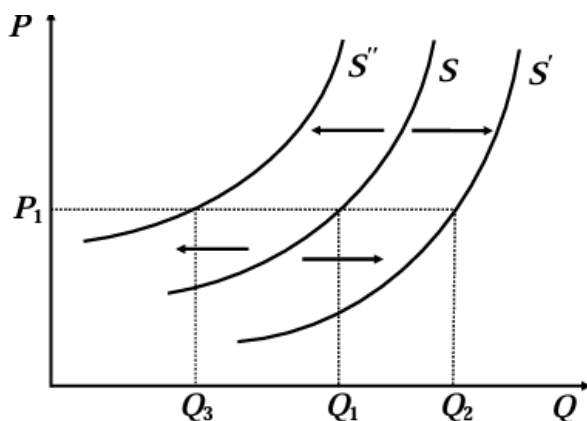
Taklifga tovarning o'z narxidan tashqari boshqa omillar ham ta'sir ko'rsatadi. Jumladan: 1. Resurslarning narxlari.



3.6-rasm.
Taklif miqdorining o'zgarishi

2. Texnologiyalar.
3. Soliqlar, dotatsiyalar va subsidiyalar.
4. Boshqa tovarlarning narxlari.
5. Bozordagi sotuvchilar soni.
6. Kelgusidagi o'zgarishlarni kutishlar.

Resurslarning narxlari. Taklif bilan ishlab chiqarish xarajatlari o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud. Firmaning mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatlari ishlab chiqarish xarajatlari bilan o'lchanadi. Resurslar narxining oshishi ishlab chiqarish xarajatlarini ham oshirib, taklif hajmini qisqartiradi va taklif egri chizig'ini chapga surilishiga sabab bo'ladi yoki aksincha. Masalan, ishlab chiqaruvchining qancha miqdorda mahsulot sotishi uning narxidan tashqari ishlab chiqarish xarajatlariga (ish haqi, xomashyo narxi) ham bog'liqdir. Shu sababli biz taklif egri chizig'ining, ish haqi stavkasi, ishlab chiqarish xarajatlari o'zgarganda qanday o'zgarishini qarab chiqamiz (3.7-rasm).



3.7-rasm.
Resurslar narxi o'zgarishi tasirida
taklifning o'zgarishi

Taklif chizig'idagi (S) o'zgarishni tahlil qilishdan boshlaymiz. 3.7 rasmdan ko'rinib turibdiki, narx P_1 bo'lganda, ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot miqdori Q_1 ga teng. Endi xomashyo narxi pasaydi deb faraz qilaylik. Bu taklifga qanday ta'sir qilishi mumkin?

Xomashyo narxining pasayishi, mahsulotni ishlab chiqarish xarajatini kamayishiga olib keladi. Xarajatning kamayishi esa ishlab chiqarish samaradorligini oshib, ko'proq foyda olish imkoniyatini yaratadi. Bu o'z navbatida ishlab chiqarishni rivojlantirishni rag'batlantiradi va ilgari foyda ko'rmagan firmalar uchun bozorga o'z tovarlari bilan kirib kelish imkonini yaratadi. Demak, resurslar narxining arzonlashuvi tovarning narxi o'zgarmagan taqdirda bozordagi mahsulot taklifini ilgaridagiga nisbatan oshiradi va natijada taklif egri chizig'i o'ngga suriladi. Bunda P_1 narxga Q_1 emas Q_2 hajmdagi mahsulot miqdori to'g'ri keladi. Bu holatda mahsulot ishlab chiqarish hajmining oshishi tovarning narxiga bog'liq emas. Shu sababli taklif egri chizig'i (S) o'ngga (S' holatga) suriladi (3.7-rasm).

Agar xomashyo (resurslar) narxi qimmatlashsa, ishlab chiqarish xarajatlari oshib ketib, mahsulot hajmi qisqaradi va bu holatda taklif chizig'i chapga (S dan S'' holatiga) suriladi. Taklif egri chizig'ining narxga bog'liq bo'lmagan o'zgarishiga, yani o'ngga yoki chapga surilishiga **taklif o'zgarishi** deyiladi.

Texnologiyalar. Fan-texnika taraqqiyoyi ta'sirida texnologiyalarning takomillashuvi mahsulot ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi, ya'ni kamroq sarf-xarajat evaziga ko'proq mahsulot ishlab chiqarish mumkin bo'ladi. Bu taklif hajmini oshiradi va taklif chizig'ini o'ngga surilishiga olib keladi. Masalan, avtomobilni robotlar yordamida konveyer usulida yig'ishni joriy etilishi avtomobil ishlab chiqarish hajmi va taklifini keskin oshishiga olib keldi. Yoki tomchilatib sug'orish va boshqa ilg'or agroteknologiyalarni qo'llanishi natijasida keyingi yillarda ekinlar hosildorligi va qishloq xo'jaligi mahsulotlari taklifi sezilarli darajada oshdi. Aksincha, eski texnologiyalarni qo'llanishi taklif hajmini qisqarishiga olib keladi.

Soliqlar, subsidiyalar va dotatsiyalar. Firmalar uchun aksariyat soliqlar ishlab chiqarish xarajatlari sifatida qaraladi. Soliq stavkalarini oshirilishi ishlab chiqarish xarajatlarini ham oshiradi va taklifni qisqartiradi (taklif chizig'i chapga suriladi) yoki aksincha soliq stavkalarining pasaytirilishi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib, taklifni oshiradi (taklif chizig'i o'ngga suriladi).

Davlat tomonidan biror mahsulotni ishlab chiqarishga subsidiya (dotatsiya) ajratilsa, ishlab chiqarish xarajatlari kamayib, taklif oshadi va taklif chizig'i o'ngga suriladi. Masalan, unumdorligi past va o'gir iqlim sharoitidagi yerlarda qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtiruvchi fermer xo'jaliklariga davlat byudjetidan subsidiyalar ajratilishi ishlab chiqarish hajmini oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Boshqa tovarlar narxi. Boshqa tovarlar narxining o'zgarishi ham taklifchizig'ini o'zgarishiga olib kelishi mumkin. Masalan, maishiy texnikalar ishlab chiqaruvchi firma kir yuvish mashinalariga talab oshib, ularning narxi qimmatlashishi oqibatida muzlatkichlar ishlab chiqarishni qisqartirib, kir yuvish mashinalari taklifini oshirishi mumkin. Bu holat kir yuvish

mashinalari taklifi chizig`ini o`ngga, muzlatgich taklifi chizig`ini esa chapga surilishiga sabab bo`ladi.

**Kelgusidagi o`zgarishlarni kutishlar.** Biror bir mahsulot narxining kelgusida o`zgarishini kutish sotuvchilarning hozirgi vaqtdagi xohishiga o`z ta'sirini o`tkazishi mumkin. Masalan, avtomobillarga yoqilg`i quyish shaxobchalari kelgusida benzin narxining oshishini kutib, benzin taklifini vaqtincha cheklab turishi mumkin. Shuningdek kelgusida narxlarning oshishi ehtimoli tovar ishlab chiqaruvchilarni mahsulot hajmini oshirishga rag`batlantiradi.

Sotuvchilar soni. Bozorga sotish uchun mahsulot olib chiquvchi sotuvchilar soni qancha ko`p bo`lsa, bozor taklifi shuncha ko`p, aksincha tarmoqdagi sotuvchilar soni qancha kam bo`lsa, bozor taklifi shuncha kam bo`ladi. Tarmoqqa yangi firmalarning oqib kirishi taklif chizig`ini o`ngga, tarmoqdan firmalarning chiqib ketishi esa taklif chizig`ini chapga surilishiga olib keladi.

Taklifga tovarning o`z narxidan tashqari yuqorida keltirilgan **boshqa omillar ta'sir ko`rsatganda**, taklif egri chizig`i o`ngga yoki chapga suriladi (3.7-rasm). **Buni taklifning o`zgarishi** deb ataymiz.

3. Talab va taklif funksiyalari

Talab va taklifni funksiya orqali ham ifodalash mumkin. Agar talabga bitta o`zgaruvchi omil (masalan tovarning narxi) ta'sir ko`rsatsa ular o`rtasidagi bog`liqlikni bir omilli talab funksiyasi orqali ifodalash mumkin. Bir omilli (o`zgaruvchili) funksiyaga misol sifatida narxga bog`liq talab funksiyasini keltirish mumkin: $Q_d = f(p)$

Bu yerda: Q_d - talab miqdori; P - bir birlik mahsulot narxi. Bir o`zgaruvchili chiziqli talab funksiyasi quyidagicha yoziladi: $P = a - bQ_d$ – bu yerda: $0 \leq Q_d$ va $0 \leq P$, a va b parametrlar statistik ma'lumotlar asosida hisoblanadi.

Chiziqli talab funksiyasi narx P bo`lganda, iste'molchi qancha miqdorda mahsulot sotib olishi mumkinligini ko`rsatadi. Masalan, daftar narxi va daftarga bo`lgan oylik talab quyidagicha bolsin (3.3-jadval).

3.3-jadval

O`quvchining daftarga bo`lgan yakka talabi

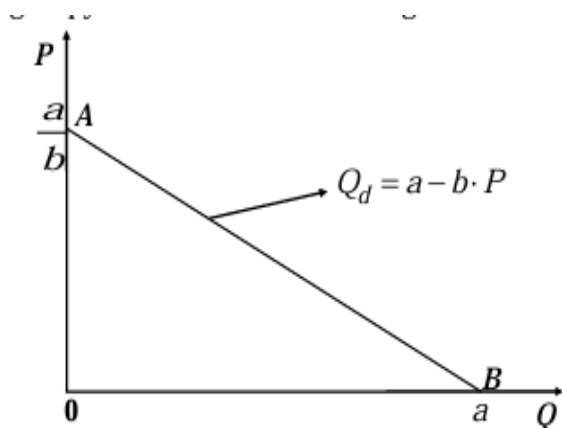
Bir birlik daftar narxi (P),so'm	1000	2000	3000
Talab miqdori(Q_d), dona	1800	1600	1400

Manba: shartli raqamlar

Bu jadvaldagi talab (Q_d) bilan narx (P) o`rtasida teskari bog`liqlik mavjud. Negaki, narx (argument) oshishi bilan talab miqdori (funksiya qiymati) kamayib bormoqda. Jadvaldagi talab bilan narx o`rtasidagi bog`liqlik analitik, ya'ni funksiya shaklida berilganda quyidagicha yoziladi: $Q_d = 2000 - 0,2 \cdot P$

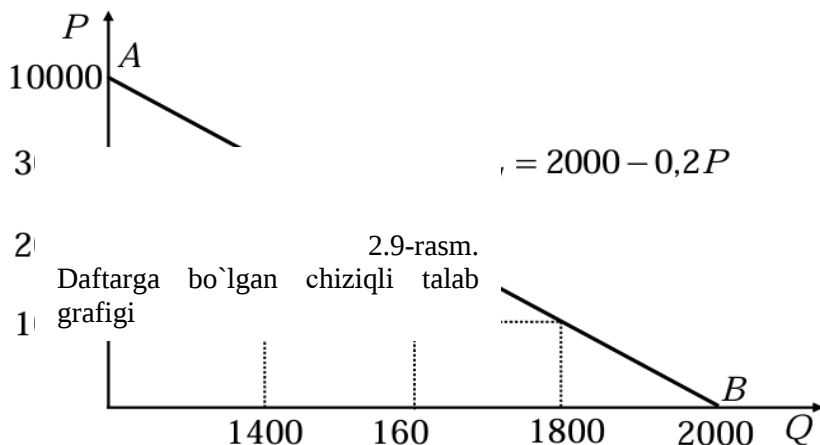
Ushbu funksiyadagi talab (Q_d) va narxdan (P) biriga, uning jadval qiymatlarini qo`ysak, mos holda ikkinchisining qiymatini aniqlaymiz.

Chiziqli talab funksiyasining grafigi quyidagicha aniqlanadi. Narx $P=0$ bo`lganda talab  $Q_d = a$ ,  $P = \frac{a}{b}$  bo`lganda talab $Q_d=0$ ga teng. Olingan qiymatlar asosida talab chizig`ini chizamiz (3.8-rasm).



3.8-rasm.
Chiziqli talab grafigi

Talab funksiyasi chiziqli bo'lgani uchun narx (P) noldan $\frac{a}{b}$ gacha o'zgarganda, talabning Q_d qiymati AB to'g'ri chizig'i ustida yotadi. Endi 3.3-jadvalda keltirilgan talab funksiyasi grafigini chizamiz (3.9-rasm).



$P=0$ bo'lganda, maksimal talab miqdori $Q_d=2000$ ga teng (grafikda u B nuqta bilan belgilangan). Daftar narxi $P=1000$ so'mga 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 hosil qiladi.

Ko'p omilli (o'zgaruvchili) talab funksiyasi talab miqdorini unga ta'sir qiluvchi bir necha omillar bo'yicha aniqlaydi. Misol tariqasida non bozori modelini qanday aniqlanishini qaraymiz. Faraz qilaylik nonga bo'lgan talab nonning narxi (P_n) va iste'molchining daromadiga (R) bog'liq bo'lsin. Bu bog'liqlik quyidagicha ifodalanadi: $Q_d = f(P_n, R)_{(1)}$

Bu holda ko'p o'zgaruvchili talab funksiyasi ikki o'zgaruvchiga, non narxi (P_n) va iste'molchi daromadiga (R) bog'liq.

Misol. Nonga bo'lgan ikki omilli talab funksiyasi berilgan:

$$Q_d = 800 - 20P_n + 2R$$

Bu funksiya orqali berilgan non narxi va iste'molchi daromadida nonga talab qancha ekanligini aniqlash mumkin. Agar non narxi (P_n) 1500 so'm, daromad 15500 so'm bo'lsa, nonga talab 200 taga teng bo'ladi.

$$Q_d = 800 - 20 \cdot 1500 + 2 \cdot 15500 = 200$$

Qisqa xulosalar

Talab - ma'lum vaqt oralig'ida, turli narxlar darajasida iste'molchilarning ma'lum miqdordagi tovarlar va xizmatlarni xarid qilishga bo'lgan «xohishi» va «imkoniyatlari»ni aks ettiruvchi iqtisodiy kategoriyadir.

Boshqa omillar o'zgarmaganda, narxlarning oshishi talab hajmini qisqarishiga va aksincha narxlarning pasayishi talab hajmini oshishiga olib keladi. Tovarining narxi bilan talab miqdori o'rtasida teskari bog'liqlik **talab qonuni** deb ataladi.

Talabga tovarning o'z narxi ta'sir ko'rsatganda, talab egri chizig'i surilmasdan, chiziq bo'ylab bir nuqtadan ikkinchi nuqtaga ko'chish yuz beradi va biz buni **talab miqdorining o'zgarishi** deyimiz.

Talabga narxdan tashqari boshqa omillar (iste'molchilar daromadi va didi, o'rinbosar va to'ldiruvchi tovarlar narxlari, iste'molchilar soni, kelgusidagi o'zgarishlarni kutishlar) ta'sir ko'rsatganda talab egri chizig'i o'ngga yoki chapga suriladi. Bunday o'zgarish **talabning o'zgarishini** anglatadi.

Taklif ma'lum vaqt oralig'ida, turli narxlar darajasida ishlab chiqaruvchilarning (sotuvchilarning) ma'lum miqdordagi tovarlar va xizmatlarni sotishga bo'lgan xohishi va imkoniyatlarini aks ettiradi.

Narx oshsa, taklif miqdori ham oshadi yoki aksincha narx pasaysa, taklif miqdori ham qisqaradi. Tovarining narxi bilan taklif miqdori o'rtasida to'g'ri bog'liqlikni **taklif qonuni** deb ataymiz.

Tovarining o'z narxi ta'sirida taklif egri chizig'i surilmasdan, chiziq bo'ylab bir nuqtadan ikkinchi nuqtaga ko'chish yuz beradi. Buni taklif **miqdorini o'zgarishi** deb ataymiz.

Taklifga tovarning o'z narxidan tashqari boshqa omillar (resurslar narxlari, texnologiyalar, soliqlar, dotatsiyalar va subsidiyalar, boshqa tovarlarning narxlari, sotuvchilar soni, kelgusidagi o'zgarishlarni kutishlar) ham ta'sir ko'rsatadi. Ular ta'sirida taklif egri chizig'ining o'ngga yoki chapga surilishiga **taklif o'zgarishi** deyiladi.

Talab va taklifni funksiya orqali ham ifodalash mumkin. Agar talab va taklifga bitta o'zgaruvchi omil (masalan tovarning narxi) ta'sir ko'rsatsa ular o'rtasidagi bog'liqlikni bir omilli funksiyasi orqali ifodalash mumkin. Ko'p omilli (o'zgaruvchili) talab va taklif funksiyalari ular miqdorini ta'sir qiluvchi bir necha omillar bo'yicha aniqlaydi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Talab iqtisodiy kategoriya sifatida nimani anglatadi?
2. Ne'matning narxi va talab o'rtasida qanday bog'liqlik mavjud?
3. Talab qonuni nima va uning asosida nimalar yotadi?
4. Talab chizig'i qanday hosil qilinadi va nimani ifodalaydi?
5. Talabga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
6. Talab miqdorining va talabning o'zgarishi o'rtasida qanday farq mavjud?
7. Talabning bir va ko'p omilli hamda chiziqli funksiyalari nimani ifoda etadi?
8. Taklif iqtisodiy kategoriya sifatida nimani anglatadi?
9. Ne'matning narxi va taklif o'rtasida qanday bog'liqlik mavjud?
10. Taklif qonuni nima va uning asosida nimalar yotadi?
11. Taklif chizig'i qanday hosil qilinadi va nimani ifodalaydi?
12. Taklifga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
13. Taklif miqdorining va taklifning o'zgarishi o'rtasida qanday farq mavjud?
14. Taklifning bir va ko'p omilli hamda chiziqli funksiyalari nimani ifoda etadi?

4-mavzu. Bozor muvozanati, maksimal va minimal narxlar.

Reja:

1. Bozor muvozanati va muvozanatli narx
2. Talab va taklifdagi o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'siri
3. Maksimal va minimal narxlarning o'rnatilishi va bozor muvozanatiga ta'siri
4. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi yutug'i
5. Agrar va oziq-ovqat bozorlarida muvozanat holati va narxlarni davlat tomonidan tartibga solish.

Har qanday bozorda narx, xarid va sotuvlar hajmi talab va taklifning o'zaro munosabati orqali o'rnatiladi. Buni 4.1-jadval orqali ko'rib chiqamiz.

4.1-jadval

Guruchga bo'lgan talab va taklif parametrlari

Narx, so'm/kg	Talab hajmi (Q_d), tonna	Taklif hajmi (Q_s), tonna	Farqi, tonna	Narxdagi o'zgarish
3200	210	190	20	Oshadi
3400	200	200	-	Muvozanatda
3600	190	210	20	pasayadi

Manba: shartli raqamlar

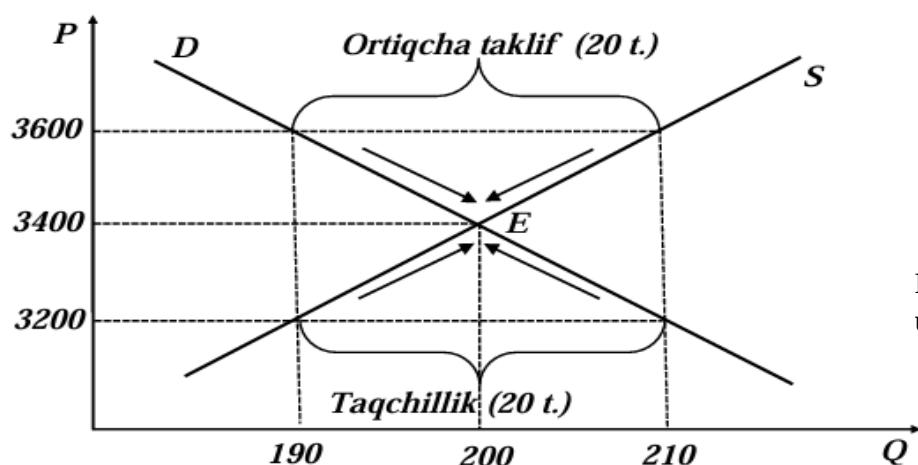
Yuqoridagi 4.1-jadvalda keltirilgan ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, arzon narxlarda talab hajmi taklif hajmidan ortiq bo'ladi. Masalan, bir kg guruchning narxi 3200 so'm bo'lganda talab hajmi 210, taklif hajmi esa 190 tonnaga teng. Bu narxda iste'molchilar sotuvchilar taklif qilganidan ko'proq guruch sotib olishni xohlashadi. Talab hajmining taklif hajmidan oshishi (20 tonnaga) guruchga bo'lgan ortiqcha talabning vujudga kelishiga sabab bo'ladi. Agar narx bir kg uchun 3200 so'm darajasida qat'iy ushlab turilganda, bozorda **guruch tanqisligi** vujudga kelgan bo'lardi. Iste'molchilar o'zlari xohlagan miqdordagi guruchni xarid qilish imkoniyatiga ega bo'lmasdilar.

Qimmat narxlarda, aksincha, talab hajmi taklif hajmidan kam bo'ladi. Xususan, bizning misolimizda bir kg guruchning narxi 3600 so'm bo'lganda talab hajmi 190, taklif hajmi esa 210 tonnaga teng. Sotuvchilar ko'p hajmdagi guruchni sotishni istaydilar, ammo xaridorlar qimmat narxda kamroq guruch xarid qilishga moyil. Agar bozorda taklif hajmi talab hajmidan oshib ketsa, tovarning ortiqcha taklifi vujudga keladi, ya'ni narx 3600 so'm darajasida ushlab turilganda, bozorda **ortiqcha guruch taklifi** (20 tonnaga) kuzatilgan va sotuvchilar ixtiyorlaridagi barcha guruchni sotish uchun xaridor topa olmagan bo'lardi.

Guruchning narxi 3400 so'm/kg bo'lgandagina talab hajmi (200 tonna) taklif hajmiga (200 tonna) teng. Bu narxda guruch tanqisligi ham, ortiqcha taklif ham kuzatilmaydi. Bozor muvozanat holatiga erishadi.

Umuman olganda muvozanat - bu tizimning shunday holatiki, agar unga birorta tashqi kuch ta'sir ko'rsatmasa, u o'zining holatini saqlab qoladi. Talab va taklif modelida talab chizig'i (D) bilan taklif chizig'i (S) kesishgan nuqta (E nuqta) bozor muvozanatini bildiradi. Demak, bozor muvozanati talab hajmi bilan taklif hajmining tengligini ta'minlaydigan narx darajasi va tovar miqdori bilan aniqlanadi. Talab va taklif qonuniga tayanib shuni ta'kidlash mumkinki, berilgan vaqt oralig'ida bozor muvozanat holatida bo'lsa, u holda bu vaqt davomida tovar narxi yoki tovar miqdorini o'zgartirishga hech narsa sabab bo'lmaydi.

Keltirilgan ma'lumotlar (4.1-jadval) asosida bozor muvozanati grafigini hosil qilamiz (4.1-rasm).



4.1-rasm.
Bozor muvozanati va undan chetlanishlar

Talab va taklifni grafik (4.1-rasm) yordamida tahlil etish quyidagi xulosalarni chiqarishga yordam beradi. Muvozanatli narxdan (3400 so'm/kg.) **yuqori bo'lgan** har qanday narxda ortiqcha taklif hajmi sotuvchilarning turib qolgan tovarni tezroq sotish uchun raqobatlashishiga va natijada narxlarning pasayishiga olib keladi. Narxlarning pasayishi iste'molchilarni ko'proq mahsulot xarid qilishga rag'batlantiradi va bozordagi ortiqcha guruch miqdorining yo'qolishiga olib keladi. Bu holat toki talab va taklif hajmi tenglashib, bozorda muvozanat o'rnatilgunga qadar davom etadi. Muvozanatli narxdan **quyi bo'lgan** har qanday narxda taqchil bo'lgan tovarni qo'lga kiritish uchun iste'molchilar o'rtasidagi raqobat kurashi narxning ko'tarilishiga olib keladi. Narxning ko'tarilishi ishlab chiqaruvchilarni taklif hajmini oshirishga rag'batlantiradi. Natijada bozordagi taqchillik yo'qolib, bozor yana qaytadan muvozanat holatiga intiladi.

Muvozanatli narx – bu shunday narxki, bunda talab hajmi har doim taklif hajmiga teng va bu hajm muvozanatli hajm deb ataladi.

Muvozanat nuqtasida $P_e = P_d = P_s$

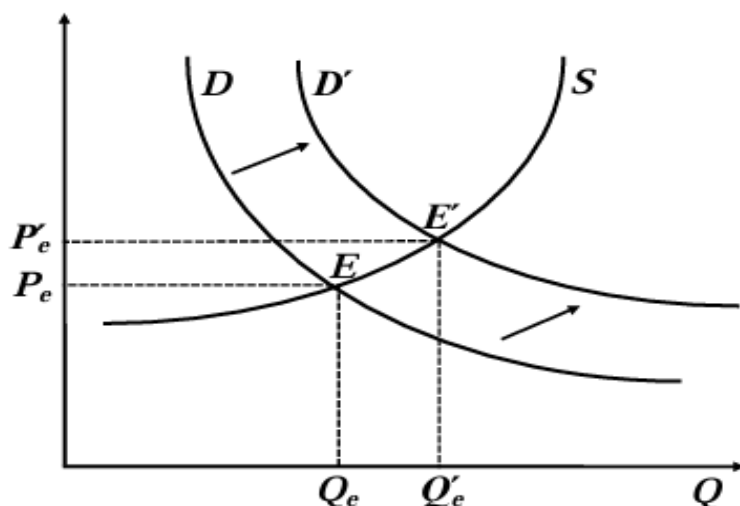
Bu yerda: P_e – muvozanatli narx; P_d – talab narxi; P_s – taklif narxi.

Muvozanatli narxda $Q_e = Q_s = Q_d$

Bu yerda: Q_e – muvozanatli hajm; Q_s – taklif hajmi; Q_d – talab hajmi.

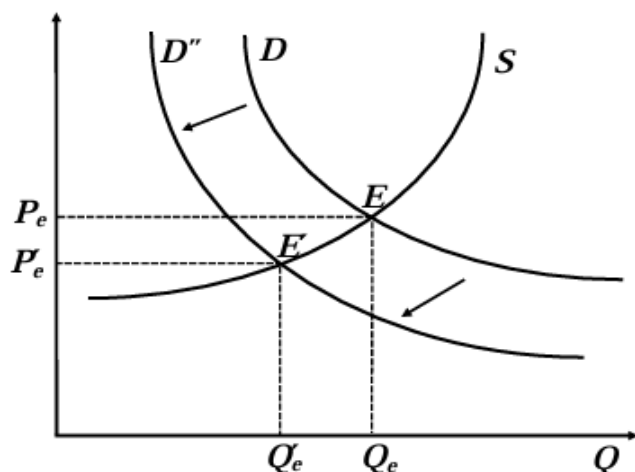
2. Talab va taklifdagi o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'siri

Oldingi mavzuda ta'kidlaganimizdek, talab va taklif tovarning o'z narxi yoki boshqa omillar ta'sirida o'zgarishi mumkin. Dastlab taklif hajmini o'zgarmas (const.) deb qabul qilgan holda talabdagi o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'sirini ko'rib chiqamiz. Faraz qilaylik, talab hajmi oshdi. Bu bozor narxi hamda muvozanatiga qanday ta'sir ko'rsatadi? Taklif o'zgarmagan holatda talabning oshishi, tovar narxi va talab hajmining oshishiga olib keladi. Bunda talab chizig'i (D) o'ngga va yuqoriga surilib (D' holatiga), talab va taklif chiziqlarining yangi kesishish muvozanat nuqtasi dastlabki holatidan (E nuqtadan) yuqorida (E nuqtada) joylashadi (4.2-rasm).



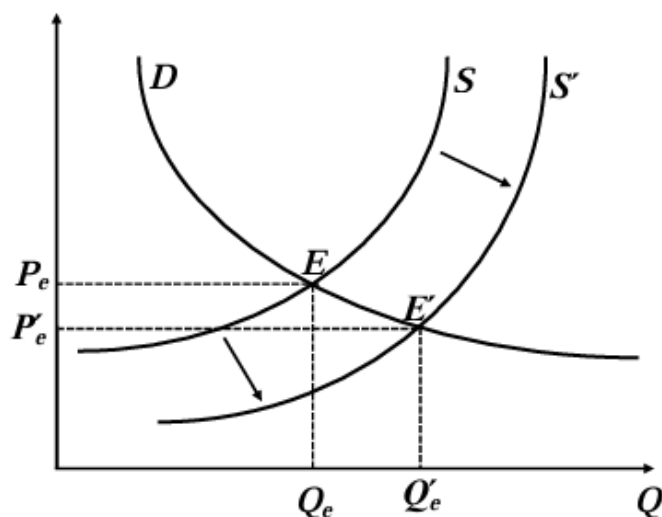
4.2-rasm.
Talab oshishining bozor muvozanatiga ta'siri

Endi taklifni o'zgarmas deb qabul qilganda, talab kamayishining bozor muvozanatiga ta'sirini ko'rib chiqamiz. Talabning kamayishi narxning pasayishiga va talab hajmining qisqarishiga olib keladi. Bunda talab chizig'i (D) chapga va pastga surililadi (D holatiga), talab va taklif chiziqlarining yangi kesishish muvozanat nuqtasi dastlabki holatidan (E nuqtadan) pastda (E nuqtada) joylashadi (4.3-rasm).



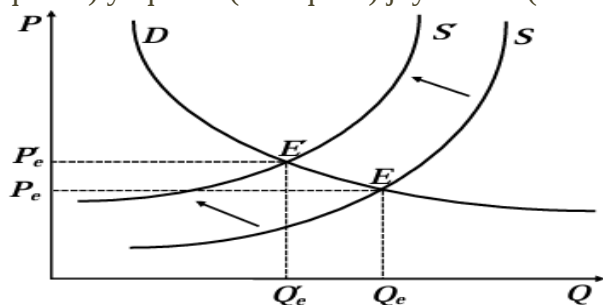
4.3-rasm.
Talab qisqarishining bozor muvozanatiga ta'siri

Talab o'zgarmagan holatda, taklifdagi o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'sirini ko'rib chiqamiz. Faraz qilaylik taklif oshdi. Bu bozor muvozanatiga va muvozanatli narxga qanday ta'sir ko'rsatadi? Talab o'zgarmaganda taklifning oshishi bozordagi tovar hajmini ko'paytiradi va narxni pasayishiga olib keladi. Bunda taklif chizig'i (S) o'ngga va pastga surilib (S' holatiga), talab va taklif chiziqlarining yangi kesishish muvozanat nuqtasi dastlabki holatidan (E nuqtadan) pastda (E nuqtada) joylashadi (4.4-rasm).



4.4-rasm. Taklif oshishining bozor muvozanatiga ta'siri

Boshqa omillar o'zgarmagan holatda taklifning qisqarishi bozordagi narx va taklif hajmining oshishiga olib keladi. Bunday holatda taklif chizig'i (S) chapga va yuqoriga surilib (S holatiga), talab va taklif chiziqlarining yangi kesishish muvozanat nuqtasi dastlabki holatidan (E nuqtadan) yuqorida (E' nuqtada) joylashadi (4.5-rasm).

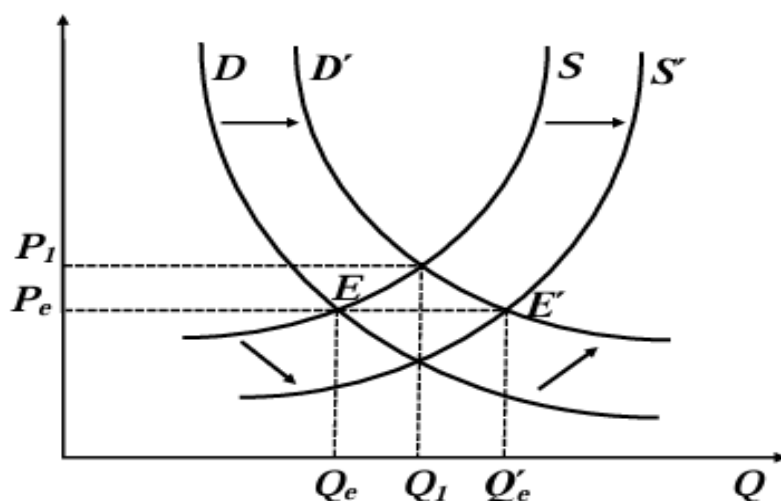


4.5-rasm.
Taklif qisqarishining bozor muvozanatiga ta'siri

Biz shu paytgacha talab yoki taklifdan birini o'zgarmas deb qabul qilib, ikkinchi biridagi o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'sirini ko'rib chiqdik. Agar talab va taklif bir vaqtning o'zida o'zgarsa bozor muvozanatiga qanday ta'sir ko'rsatishi mumkin?

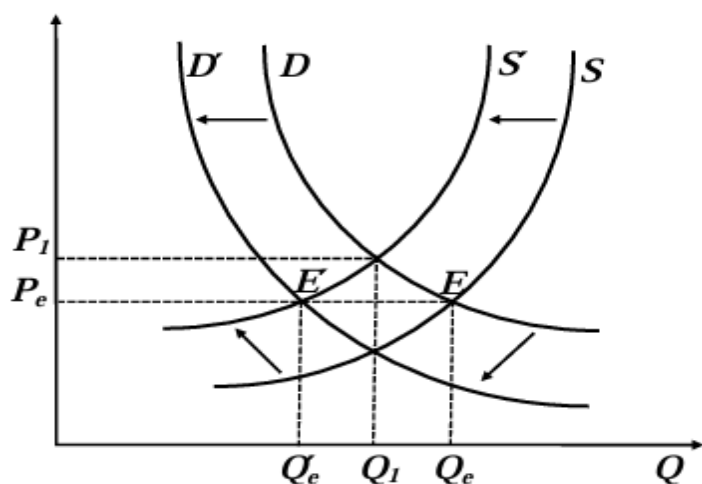
Faraz qilaylik, talab ham taklif ham oshmoqda. Bu holatda talabning oshishi talab chizig'ini o'ngga va yuqoriga surib, narxni qimmatlashishiga sabab bo'lsa, taklifning oshishi taklif chizig'ini o'ngga va pastga surib, bozordagi mahsulot hajmini ko'paytiradi va narxni arzonlashishiga olib keladi. Mazkur o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'siri ulardan qaysi birining ko'proq oshishiga bo'g'liq. Agar talab taklifga nisbatan ko'proq oshsa, narx ko'tarilib, muvozanat holati (E nuqta) dastlabki holatdan yuqoriroqda o'rnatiladi. Aksincha, taklif talabdan ko'proq oshsa, narx pasayib, muvozanat holati (E nuqta) dastlabki holatdan pastroqda o'rnatiladi.

Agar talab taklif bir xil nisbatda oshsa, muvozanatli hajm oshadi (Q_e dan Q'_e gacha), muvozanat narx (P_e) esa o'zgarmasdan qoladi va talab va taklif chiziqlari o'ngroqda (E' nuqtada) yangi muvozanat holatiga erishadi (4.6-rasm).



4.6-rasm. Talab va taklifni bir vaqtda oshishining bozor muvozanatiga ta'siri

Endi talab va taklifni bir vaqtning o'zida qisqarishi bilan bog'liq holatini ko'rib chiqamiz. Agar talab taklif bir xil nisbatda qisqarsa, muvozanatli hajm qisqaradi (Q_e dan Q'_e gacha), muvozanat narx (P_e) esa o'zgarmasdan qoladi va talab va taklif chiziqlari chaproqda (E' nuqtada) yangi muvozanat holatiga erishadi (4.7-rasm).



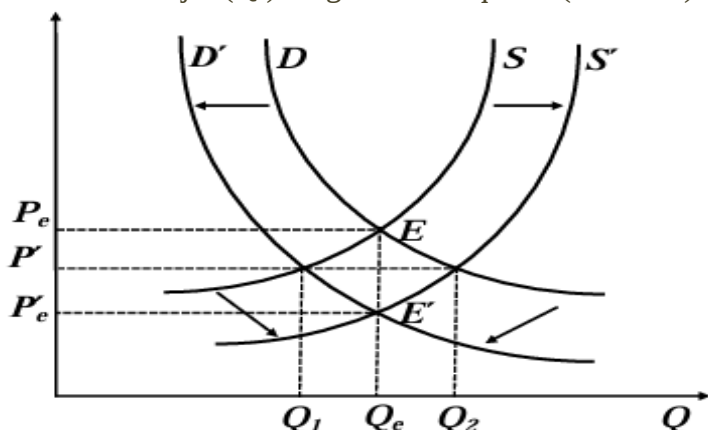
4.7-rasm. Talab va taklifni bir vaqtda qisqarishining bozor muvozanatiga ta'siri

Ushbu holatda talabning qisqarishi talab chizig'ini chapga va pastga surib, narxni tushishiga olib kelsa, taklifning qisqarishi taklif chizig'ini chapga va yuqoriga surib, mahsulot hajmini kamaytiriradi hamda narxni oshishiga sabab bo'ladi. Mazkur o'zgarishlarning bozor muvozanatiga ta'siri ulardan qaysi birining ko'proq qisqarishiga bo'g'liq. Agar talab taklifga nisbatan ko'proq qisqarsa, narx ko'tarilib, muvozanat holati (E nuqta) dastlabki holatdan yuqoriroqda o'rnatiladi. Aksincha, taklif talabdan ko'proq qisqarsa, narx pasayib, muvozanat holati (E nuqta) dastlabki holatdan pastroqda o'rnatiladi.

Talab va taklifni teskari yo'nalishda o'zgarishlarining ikkita holatini ajratib ko'rsatish mumkin. Faraz qilaylik, taklif oshib, talab qisqarmoqda. Bu holatda narx pasayishi bilan bog'liq ikkita samara qo'shilib ketadi.

Taklifning oshishi taklif chizig'ini o'ngga surib, bozordagi mahsulot hajmini oshishiga va narxni arzonlashishiga olib kelsa, talabning qisqarishi ham talab chizig'ini chapga surib, mahsulot narxining pasayishiga ta'sir ko'rsatadi. Ammo bu yerda muvozanatli hajm miqdori ulardan qaysi biri ko'proq oshishi yoki qisqarishiga bog'liq. Agar taklif ko'proq oshib, talab kamroq qisqarsa muvozanatli hajm dastlabki holatga nisbatan oshadi. Aksincha, talab ko'proq qisqarib, taklif

kamroq oshsa, muvozanatli hajm dastlabkiga nisbatan qisqaradi. Taklifning oshishi va talabning qisqarishi bir xil nisbatda yuz berganda, talab va taklif chiziqlari oldingi muvozanat holatidan ancha pastda kesishib yangi muvozanatga erishadi. Bunda narx tushadi (P_e dan P'_e holatiga), ammo muvozanatli hajm (Q_e) o'zgarmasdan qoladi (4.8-rasm).



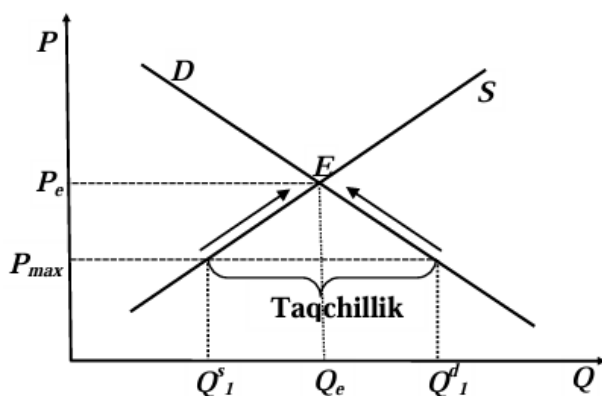
4.8-rasm.
Talab qisqarishi va taklif oshishining
bozor muvozanatiga ta'siri

Ikkinchi kutiladigan holat – bu talab oshib, taklif qisqaradigan vaziyat. Bunda narx ko'tarilishi bilan bog'liq ikkita samarani kuzatish mumkin: talabning oshishi narxning ko'tarilishiga olib kelsa, taklifning qisqarishi ham tovar tanqisligini vujudga keltirib, narxni oshiradi. Ammo 61 62 bu yerda ham muvozanatli hajm miqdori ulardan qaysi biri ko'proq oshishi yoki qisqarishiga bog'liq. Agar talab ko'proq oshib, taklif kamroq qisqarsa muvozanatli hajm dastlabki holatga nisbatan oshadi. Aksincha, talab kamroq oshib, taklif ko'proq qisqarsa, muvozanatli hajm dastlabkiga nisbatan qisqaradi.

3. Maksimal va minimal narxlarning o'rnatilishi va bozor muvozanatiga ta'siri

Talab va taklif mexanizmlari ba'zan iste'molchilar, ba'zan esa ishlab chiqaruvchilar manfaatlariga ziyon etkazadigan adolatsiz narxlarning shakllanishiga sabab bo'lishi mumkin. Bunday holatda davlat qonunchilik orqali narxlarning yuqori va quyi chegaralarini o'rnatishi orqali bozorga ta'sir o'tkazishi mumkin.

Narxlarning yuqori chegarasi – bu qonuniy asosda muvozanatli narxdan pastda o'rnatilgan **maksimal narx** bo'lib, u sotuvchilarga tovarni sotish uchun so'ralanadigan narxlarning eng yuqori chegarasini (P_{max}) belgilab qo'yadi (4.12-rasm).

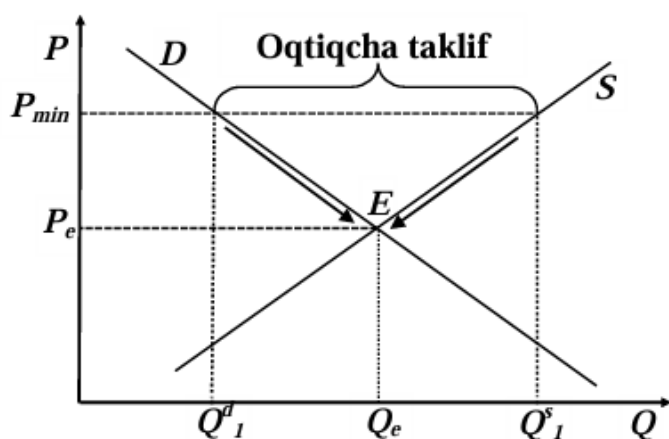


4.9-rasm.
Maksimal narxlarning
qo'batlari kiritilishi

Maksimal narxlar iste'molchilarni birinchi darajali zaruriy tovarlar va xizmatlar bilan minimal darajada ta'minlashga imkon yaratadi. Agar narxlar bozordagi talab va taklif nisbati asosida erkin o'rnatilganda, ayrim toifadagi kam daromadli iste'molchilar bu tovarlar va xizmatlarni xarid etish imkoniyatiga ega bo'lmasdi. Bunga misol tariqasida jamoat transporti (metro va avtobus) chiptasi narxining davlat tomonidan chegaralab turilishini misol qilib keltirish mumkin. Maksimal narxlarning kiritilishi talab hajmini Q_e dan Q^d_1 gacha oshirsa, taklif hajmini Q_d dan Q^s_1 gacha qisqartiradi. Natijada bozorda $Q^d_1 - Q^s_1$ hajmiga teng taqqchilik yuzaga kelishi

mumkin. Agar davlat sotuvchilarga tovarni maksimal narxdan (P_{max}) yuqori narxda sotishga ruxsat bermasa, taklif Q^s_1 miqdor bilan chegaralangani uchun, norasmiy bozor (xufiyona bozor) vujudga kelishiga, bu esa narxlarni yana oshib ketishiga va dastlabki muvozanat holatiga intilishga olib keladi. Buning oldini olish uchun davlat o'zining bufer zaxirasidan bozorga $Q^d_1 - Q^s_1$ hajmda mahsulot chiqarib, talab va taklifni tenglashtiradi yoki iste'molni me'yorlashi (kartochka orqali) talab qilinadi (4.9-rasm).

Narxlarning quyi chegarasi (minimal narx) – bu davlat tomonidan muvozanat narxdan yuqorida o'rnatiladigan narx (P_{min}) bo'lib, odatda bozor muvozanati holatida vujudga kelgan narx ishlab chiqaruvchilar yoki sotuvchilarning ayrim guruhlariga yetarli daromad olishga imkon bermaydigan holatlarda qo'llaniladi (4.10-rasm). Minimal ish haqi darajasini qonunchilik bilan belgilanishi, qishloq xo'jaligi mahsulotlari narxlarining quyi darajasini belgilanishi - davlat tomonidan **minimal narxlar** o'rnatilishining yaqqol namunasidir.



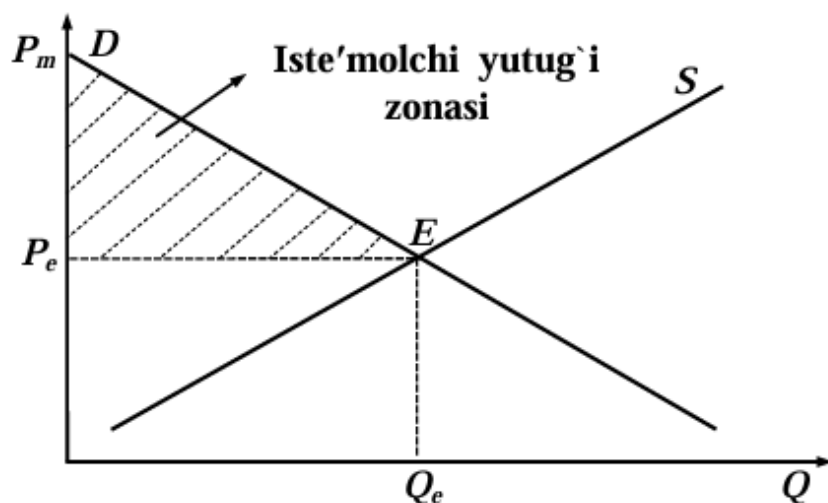
4.10-rasm.
Minimal narxlarning kiritilishi
oqibatlari

Minimal narxning o'rnatilishi, bozorda $Q^s_1 - Q^d_1$ hajmiga teng ortiqcha taklif yuzaga kelishiga sabab bo'ladi yoki mahsulotlar sotilmasdan omborlarda to'planib qolishiga olib keladi. Bu vaziyat 4.10 rasmda keltirilgan. Agar davlat sotuvchilarga tovarni minimal narxdan (P_{min}) past narxda sotishga ruxsat bermasa, talab Q^d_1 miqdor bilan chegaralangani uchun, norasmiy bozor (xufiyona bozor) vujudga kelishiga, bu esa narxlarni yana tushib ketishiga va dastlabki muvozanat holatiga intilishga olib keladi. Buning oldini olish uchun davlat $Q^s - Q^s_1 - Q^d_1$ hajmdagi ortiqcha mahsulotni P_{min} narxda bufer zaxirasiga sotib olish orqali talab va taklifni tenglashtiradi (4.10-rasm). Shunday qilib, talab va taklif modeli orqali bozor narxlarini o'zgartirishning oqibatlarini chuqur tahlil qilish mumkin.

4. Iste'molchi va ishlab chiqaruvchi yutug'i

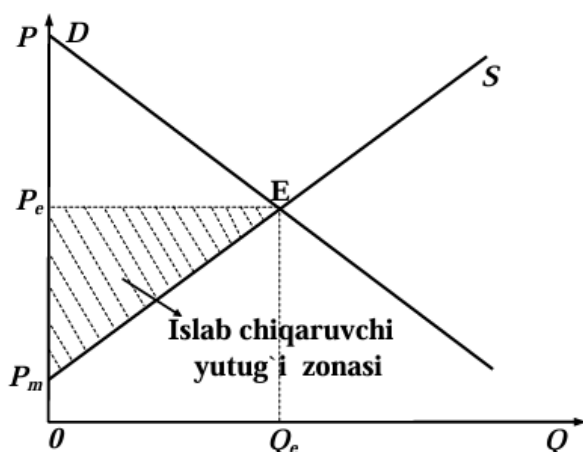
Muvozanatli narxdan ayrim toifadagi iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar manfaat ko'radi. Muvozanatli narx odatda iste'molchilarning tovar uchun maksimal taklif qilishi mumkin bo'lgan narxdan quyida joylashganligi sababli, ular bundan ma'lum bir miqdorda yutuqqa ega bo'ladilar va bu yutuq $P_m E P_e$ shtrixlangan yuzaga teng bo'ladi (4.11-rasm).

Ishlab chiqarish samaradorligi yuqori bo'lgan ayrim firmalar mahsulot tannarxi boshqa firmalarga nisbatan arzonga tushganligidan tovarlarini minimal narxda (P_m) sotishga ham rozi bo'lsada, bozorda real shakllangan muvozanatli narx (P_e) bo'yicha sotganligidan ma'lum yutuqqa erishadilar.



4.11-rasm.
Iste'molchi yutug'i

Chunki muvozanatli narx (P_e) ular taklif qilishi mumkin bo'lgan minimal narxdan (P_m) yuqorida joylashgan va ishlab chiqaruvchilar bundan $P_m E P_e$ yuzaga teng yutuqqa ega bo'ladilar (4.12-rasm).



4.12-rasm.
Ishlab chiqaruvchi yutug'i

Agar ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) daromadi $P_m E Q_e 0$ yuzaga teng ($TR = P_e \times Q_e$) bo'lsa, mahsulotni ishlab chiqarish xarajatlari $P_m E Q_e 0$ yuzaga teng va ular o'rtasidagi farq **ishlab chiqaruvchi yutug'i zonasini** tashkil etadi.

Agar “**iste'molchi yutug'i**” xarid qobiliyati nisbatan past bo'lgan ayrim toifadagi iste'molchilarning real daromadlarini oshishiga olib kelsa, “**ishlab chiqaruvchi yutug'i**” resurs tejamkor ilg'or texnologiyalar va zamonaviy boshqaruv usullarini qo'llayotgan firmalarga foydani oshirish imkonini beradi.

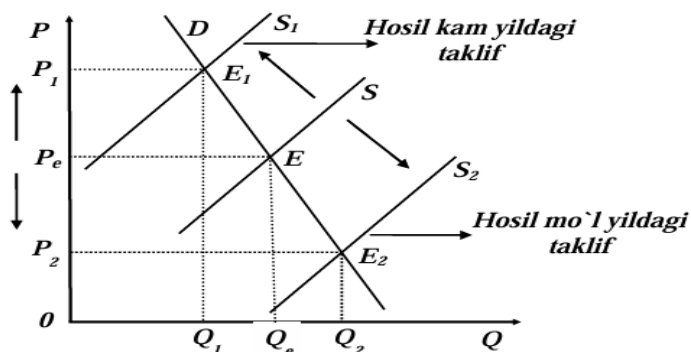
5. Agrar va oziq-ovqat bozorlarida muvozanat holati va narxlarni davlat tomonidan tartibga solish

Agrar sektorda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish sharoitlarining tavakkalchilikka o'ta moyilligi, tarmoqda daromadlar shakllanishining ob-havo va tabiiy-iqlim shart-sharoitlariga bevosita bog'liqligi qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilarining daromadlari va turmush farovonligi darajasiga hamda bandlikka kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Tabiiy omillarning bir qismini (ob-havo, tabiiy-iqlim sharoitlari, suv ta'minoti va boshq.) boshqarish qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilarining imkoniyatlar doirasidan tashqarida bo'lib, ularni oldindan rejalashtirib bo'lmaydi. Ammo bu omillarning qulay yoki noqulay kelishi ishlab chiqarish rentabelligiga kuchli ta'sir ko'rsatadi va xo'jalik yuritishning o'ta tavakkalchilikka moyilligini yuzaga keltiradi. Fermer va dehqonlar manfaati tomonidan yondoshsak, yil davomida mahsulot yetishtirish uchun sarflangan xarajatlar tabiiy ofatlar (sel, jala, do'l, suv toshqini, qurg'oqchilik, keskin sovuq tushishi, turli kasalliklar va zararkunandalar) tufayli bekorga sovrilishi mumkin. Bunday hollarda ularning ko'rgan zararini qisman bo'lsa-da qoplamaslik,

kelgusi yildagi takror ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirishga ham qiyinchilik tug'dirishi mumkin. Ob-havoning noqulay kelishi nafaqat qishloq xo'jaligi, balki qayta ishlash sanoati, eksport va mamlakat miqyosida oziq ovqat ta'minotiga xavf solishi mumkin. Oziq-ovqat tanqisligi vujudga kelmasligi uchun davlat zahiralarini bo'lishi maqsadga muvofiq.

Agrar ishlab chiqarishining tabiiy-iqlim shart-sharoitlariga bog'liqligi tarmoqda narxlar va daromadlarning barqarorligiga ham salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, ob-havoning noqulay kelishi (qurg'oqchilik, sel, jala va boshq.) hosilning kamayib ketishiga (Q dan Q_1 ga) va natijada narxlarning keskin oshib ketishiga (P_e dan P_1 ga) sabab bo'lishi mumkin (4.13-rasm).

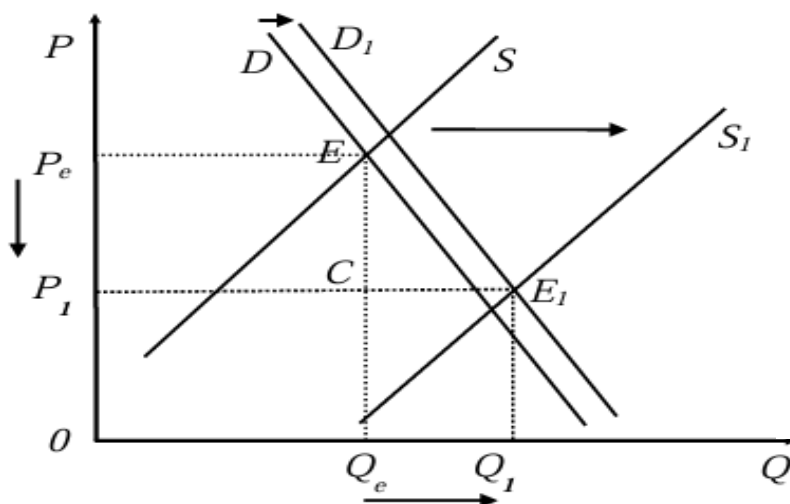


4.13-rasm.
Ob-havo ta'sirida qishloq xo'jaligi
mahsulotlari taklifi va narxlarining
o'zgarishi

Talab noelastik sharoitda qishloq xo'jaligi mahsulotlari hajmining qisqarishiga nisbatan narxlarning oshishi ko'proq nisbatda bo'lishidan fermerlarning daromadi oshishi mumkin. Ammo bunday holatda iste'molchilar kam miqdordagi mahsulotni o'ta qimmat narxda xarid qilishga majbur bo'ladi. Bu holat, bir tomondan, iste'mol narxlari indeksiga ta'sir ko'rsatib inflyatsiyani kuchaytirsa, ikkinchi tomondan aholi daromadlari xarid quvvatini pasaytirib, turmush darajasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Bunday holatlarda davlat iste'molchilarni himoya qilish maqsadida narxlarning maksimal darajasini, ya'ni **“maksimal narx”**larni kiritishi maqsadga muvofiq. **“Maksimal narx”**– bu qonuniy asosda muvozanatli narxdan pastda o'rnatilgan narx bo'lib, u orqali sotuvchilarga mahsulotlarini belgilangan narxdan qimmatga sotish ta'qiqlab qo'yiladi.

Maksimal narxlarning kiritilishi bozorda taqchillikni yuzaga kelishiga sabab bo'lishi mumkin. Buning oldini olish uchun davlat o'zining bufer zaxirasidan bozorga mahsulot chiqarishi yoki iste'molni me'yorlashi (kartochka orqali) talab qilinadi. Ikkinchi bir yili qulay ob-havo sharoitida hosilning mo'l bo'lishi bozorga talabdan ortiqcha (Q_e dan Q_2 ga) mahsulotning kirishiga va narxlarning keskin pasayishiga (P_e dan P_2 ga) olib kelishi mumkin. Ba'zan narxlarning pasayishi mahsulot tannarxini qoplashga ham imkon bermasligi oqibatida dehqon va fermerlar katta zarar ko'radi. Bu esa qishloq xo'jaligida narxlar va daromadlarning beqarorligini yuzaga keltirib, ishlab chiqarish samaradorligini pasayishiga olib keladi va xo'jaliklarning moliyaviy barqarorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Noelastiklik ta'sirida qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talabning o'sishi cheklangan sharoitda, uzoq muddatli oraliqda texnik-texnologik taraqqiyot natijasida agrar sektorda ekinlar hosildorligi va chorva mollari mahsuldorligi ortib borib, mahsulot ishlab chiqarish hajmining (taklifning) talabga nisbatan yuqori darajada o'sishiga olib keladi (4.14-rasm).



4.14-rasm.
Uzoq muddatli davrda qishloq
xo'jaligi mahsulotlariga talab va
taklifning o'zgarishi oqibatida
daromadlarning pasayishi

Yuqorida keltirilgan rasmga ko'ra, qishloq xo'jaligi mahsulotlariga uzoq muddatli talabning oshishi (D dan D_1 ga) texnologik taraqqiyot samarasi bo'lgan taklifning oshishidan (S dan S_1 ga) ortda qolgan. Bu holat narxlarining P_e dan P_1 ga va natijada daromadlarning $OP_e E Q_e$ dan $OP_1 E_1 Q_1$ ga pasayishiga olib keladi.

Qulay ob-havo sharoitida mo'l hosil muvozanat narxlarining keskin pasayishiga olib kelganda davlat fermer va dehqonlar manfaatini himoya qilib narxlarining quyi darajasi yoki "minimal narx"larni o'rnatishi maqsadga muvofiq. **Minimal narx** – bu davlat tomonidan muvozanatli narxdan yuqorida o'rnatiladigan narx bo'lib, u fermerlarga o'z mahsulotlarini etarli daromad olishga imkon beradigan narxlarda sotishga imkon yaratadi.

Muvozanli narxdan yuqori o'rnatilgan har qanday narxda vaqt o'tishi bilan taklif hajmi talab hajmidan oshib ketadi va ortiqcha taklif vujudga keladi. Bu esa narxlarni yana pasayishiga sabab bo'lishi mumkin. Agar hukumat "minimal narx"larni saqlab turishga intilsa, bozordagi ortiqcha taklif hajmini o'z bufer zaxirasiga xarid qilishi yoki talabni rag'batlantirishi lozim bo'ladi. Masalan, bozordagi ortiqcha taklifni qisqartirish uchun, AQSH hukumati fermerlardan mahsulotlarni xarid qilib, maktab bolalariga bepul nonushta joriy etgan.

Ma'lumki, qishloq xo'jaligi mahsulotlari biologik jarayonlar bilan bog'liqligi tufayli ularni uzoq muddatda saqlash yoki olis masofalarga tashish imkoniyatlari cheklangan. Qishloq xo'jaligidan farqli ravishda sanoat, savdo yoki xizmat ko'rsatish korxonalari o'z mahsulotlariga narx belgilashda ancha qulay mavqega ega. Chunki ularni bozor narxi qoniqtirmasa, toki bozorda qulay vaziyat vujudga kelgunga qadar tovarlarini sotmay saqlab turish mumkin. Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari esa sabzavot, meva yoki sut kabi tez buziluvchan mahsulotlarni bozorda qulay vaziyat kelishini kutib, uzoq vaqt saqlab tura olmaydi. Bu xil mahsulotlar ma'lum muddat o'tgandan so'ng o'zining iste'mol qiymatini yo'qotishi sababli fermerlar bozorda tashkil topgan narxlar darajasi bilan qanoatlanishga majbur bo'ladilar. Shuningdek, qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabning narxga nisbatan elastikligi ham past darajada. Ma'lumotlarga ko'ra, qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talabning narxga nisbatan elastiklik koeffitsienti taxminan 0,20–0,25 ga teng, ya'ni mahsulot sotish hajmini 10 %ga oshirish uchun, qishloq xo'jaligi mahsulotlari narxlarini 40-50 %ga pasaytirishga to'g'ri keladi⁶

Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabning daromadga nisbatan elastikligi ham past darajada, ya'ni aholi real daromadlarining oshib borishiga nisbatan qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talabning oshishi sezilarli darajada ortda qoladi. Shuningdek, real daromadning oshishi ta'sirida yuzaga keladigan «daromad samarasi» ham qishloq xo'jaligi mahsulotlariga nisbatan ijobiy natija bermaydi. Chunki «daromad samarasi»ga ko'ra, iste'molchining real daromadi oshishi ta'sirida,

⁶ Campbell R. McConnel, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn. Microeconomics: Principles, Problems and Policies. - New York. The McGraw-Hill Companies, Inc., 2012. P. 392-395.

asosan, sanoat tovarlari va xizmatlarga talab ko'proq oshib boradi. Albatta, «real daromadlar oshishi bilan iste'molchilarning oziq-ovqat mahsulotlariga sarf-xarajatlari ham oshadi. Odamlarda yaxshiroq ovqatlanish imkoniyati paydo bo'ladi. Ammo daromad oshishi ta'sirida oziq-ovqat mahsulotlariga sarf-xarajatlari oshishining ma'lum bir chegarasi mavjud. Ma'lum bo'lishicha, aholi daromadlari oshishiga qaramay, oziq-ovqatlarga ajratiladigan xarajatlari kamayish tendentsiyasiga ega ekan»⁷. Ma'lumotlarga ko'ra, AQSHda 1929-1991 yillar oralig'ida aholi jon boshiga real daromadlar 175 %ga oshgani holda oziq-ovqat mahsulotlari iste'moli hajmi 85 %ga oshgan⁸, ya'ni 2,05 martaga farq qilgan. Narxlar nisbatidagi o'zgarishlar natijasida qimmat tovarlarni arzon tovarlar bilan almashtirishga moyillik ta'sirida yuzaga keladigan «almashtirish samarasi» ta'sirida qo'shimcha oziq-ovqat birligini iste'mol qilishdan olinadigan chekli nafililik kamayib borishi sharoitida sotish hajmini ko'paytirish maqsadida narxlarning arzonlashtirilishi qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talabning sezilarli darajada oshishiga olib kelmaydi.

To'rtinchidan, tartibga solinmaydigan bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiyotning monopollashgan tarmoqlarida narxlar sof raqobatli bozorga yaqin bo'lgan agrar tarmoqdagiga nisbatan tezroq o'sadi. Ilmiy adabiyotlarda qishloq xo'jaligi mukammal (sof) raqobatli bozor modeliga eng mos keluvchi tarmoqlardan biri sifatida qoraladi⁹. Bu turdagi bozorlarda ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) mukammal raqobatchilar sifatida o'zaro kelishib narx belgilash imkoniga ega emaslar va bozor kon'yunkturasi asosida shakllangan narxlar darajasi bilan qanoatlanishga majbur.

Agrar tarmoqqa moddiy-texnika resurslari yetkazib beruvchi, turli xizmatlar ko'rsatuvchi va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi sanoat korxonalari, shuningdek, mahsulotlarni fermer va dehqonlardan ulgurji narxlarda sotib oluvchi savdo-tayyorlov korxonalari hududlarda kamchilikni tashkil etib, ko'pincha monopol mavqega egaligi bilan tavsiflanadi.

Natijada, bir tomondan, qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari moddiy-texnika resurslari va xizmatlar uchun qimmat narxlarda haq to'lashga majbur bo'lsa, ikkinchi tomondan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash korxonalari va ulgurji savdo-tayyorlov tashkilotlariga arzon narxlarda topshirishga majbur bo'ladi. Oqibatda qishloq xo'jaligi mahsulotlari narxlari bilan tarmoqda ishlatiladigan moddiy-texnika resurslari va xizmatlar narxlari o'rtasida «yirik disparitet» vujudga keladi.

Xulosa qilib aytganda, yuqorida keltirilgan va boshqa qishloq xo'jaligiga xos bo'lgan omillar agrar va oziq-ovqat bozorlarini turli usul, mexanizm va dastaklar orqali davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab quvvatlashni ob'ektiv zaruratga aylantiradi. Albatta, agrar sektorni tartibga solib turish to'g'risida fikr yuritganda, davlatning agrar ishlab chiqarish faoliyatiga to'g'ridan-to'g'ri aralashuvi emas, balki turli mexanizmlar va dastaklar orqali tovar ishlab chiqaruvchilar faoliyatiga bevosita yoki bilvosita ta'sir o'tkazishi haqida gap borayotganini unutmaslik lozim.

Qisqa xulosalar

Umumiy holatda muvozanat - bu tizimning shunday holatiki, agar unga birorta tashqi kuch ta'sir ko'rsatmasa, u o'zining holatini saqlab qoladi. Talab va taklif modelida talab chizig'i (D) bilan taklif chizig'i (S) kesishgan nuqta (E nuqta) bozor muvozanatini bildiradi. Demak, bozor muvozanati talab hajmi bilan taklif hajmining tengligini ta'minlaydigan narx darajasi va tovar miqdori bilan aniqlanadi.

Muvozanatli narx – bu shunday narxki, bunda talab hajmi har doim taklif hajmiga teng va bu hajm muvozanatli hajm deb ataladi. Muvozanatli narxdan yuqori bo'lgan har qanday narxda

⁷ Самуэльсон, Пол Э., Нордхаус, Вильям Д. акроэкономика, 18-е издание: пер. с англ. – .: ООО «ИД Вильямс», 2009. – с. 96.

⁸ Bradley R. Schiller. The Economy today. - 5 th ed. – New York. The McGraw-Hill Companies, Inc., 1991. P. 705

⁹ Bradley R. Schiller. The Economy today. - 5 th ed. The McGraw-Hill Companies, Inc. New York, 1991. P. 703-704.

ortiqcha taklif hajmi sotuvchilarning turib qolgan tovarni tezroq sotish uchun raqobatlashishiga va natijada narxlarning pasayishiga olib keladi. Muvozanatli narxdan quyi bo'lgan har qanday narxda taqchil bo'lgan tovarni qo'lga kiritish uchun iste'molchilar o'rtasidagi raqobat kurashi narxning ko'tarilishiga olib keladi. Muvozanat nuqta muvozanat narxni va muvozanat mahsulot miqdorini bildiradi. Bu nuqtada tovar tanqisligi ham, ortiqcha tovar ham bo'lmaydi.

Narxlarning yuqori chegarasi (maksimal narx) – bu qonuniy asosdamuvozanatli narxdan pastda o'rnatilgan narx bo'lib, u sotuvchilarga tovarni sotish uchun so'ralanadigan narxlarning eng yuqori chegarasini (P_{max}) belgilab qo'yadi.

Narxlarning quyi chegarasi (minimal narx) – bu davlat tomonidan muvozanat narxdan yuqorida o'rnatiladigan narx (P_{min}) bo'lib, odatda bozor muvozanati holatida vujudga kelgan narx ishlab chiqaruvchilar yoki sotuvchilarning ayrim guruhlariga yetarli daromad olishga imkon bermaydigan holatlarda qo'llaniladi.

Muvozanatli narx odatda iste'molchilarning tovar uchun maksimal taklif qilishi mumkin bo'lgan narxdan quyida joylashganligi sababli, ular bundan ma'lum bir miqdorda yutuqqa ega bo'ladilar va biz uni «**iste'molchi yutug'i**» deb ataymiz. Ishlab chiqarish samaradorligi yuqori bo'lgan ayrim firmalar mahsulot tannarxi boshqa firmalarga nisbatan arzonaga tushganligidan tovarlarini minimal narxda (P_m) sotishga ham rozi bo'lsada, bozorda real shakllangan muvozanatli narx (P_e) bo'yicha sotganligidan ma'lum yutuqqa erishadilar biz uni «**islab chiqaruvchi yutug'i**» deb ataymiz.

Agar «iste'molchi yutug'i» xarid qobiliyati nisbatan past bo'lgan ayrim toifadagi iste'molchilarning real daromadlarini oshishiga olib kelsa, «islab chiqaruvchi yutug'i» resurs tejankor ilg'or texnologiyalar va zamonaviy boshqaruv usullarini qo'llayotgan firmalarga foydani oshirish imkonini beradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Bozor muvozanati deb nimaga aytiladi va u nimani ifodalaydi?
2. Qanday holatlarda bozor muvozanati buzilib, taqchillik yoki ortiqcha taklif yuzaga keladi?
3. Agar bozorda shakllangan real narxlar muvozanatli narxdan yuqorida yoki quyida bo'lsa qanday oqibatlar keltirib chiqaradi?
4. Bozor muvozanatiga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
5. Talab va taklifdagi o'zgarishlar bozor muvozanatiga qanday ta'sir ko'rsatadi?
6. Bozorning dinamik modelida «to'rsimon model» qanday izohlanadi?
7. Minimal va maksimal narxlar deb qanday narxlarga aytiladi?
8. Minimal va maksimal narxlarni o'rnatishdan maqsad nima va ular qanday oqibatlar keltirib chiqaradi?
9. «Iste'molchi yutug'i» va «islab chiqaruvchi yutug'i» nima va ular qanday holatlarda yuzaga keladi?

5-mavzu: Talab va taklif elastikligi

Reja:

1. Talab va taklif elastikligi
2. Bozor sharoiti o'zgarishlarining oqibatlarini baholash va prognoz qilish
3. Soliq yukini iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasida taqsimlanishini tovar elastikligiga ko'ra tahlili

1. Talab va taklif elastikligi

Ma'lumki tovarga bo'lgan talab, uning narxiga, iste'molchi daromadiga va boshqa omillarga bog'liq. Xuddi shuningdek, taklif ham tovar narxi, ishlab chiqarish xarajatlari va boshqa omillarga bog'liq.

Masalan, limonning narxi oshsa, unga talab kamayadi. Lekin biz narx o'zgarishi ta'sirida limonga talab yoki taklifni miqdoriy jihatdan o'zgarishini aniqlamoqchimiz. Aytaylik, limon narxi 15 %ga oshsa, unga talab qanchaga qisqaradi? Narx 20 %ga pasaysachi? Yoki daromad 10 %ga oshganda talab qanchaga o'zgaradi? Bunday savolga javob berish uchun, **elastiklik tushunchasi**dan foydalanamiz. Shunday qilib narx yoki daromad singari omillar o'zgarishiga bozorning iqtisodiy agentlari (iste'molchi va ishlab chiqaruvchilar) qanday munosabat bildirishlarini o'rganishda **elastiklik tushunchasi** muhim ahamiyat kasb etadi.

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 miqdoriga o'zgarishini ko'rsatadigan ko'rsatkichdir. Bunga eng yaqqol misol sifatida narxga bog'liq talab elastikligini keltirish mumkin. Bu elastiklik tovar narxining bir foizga o'zgarishi, unga talabni necha foizga o'zgartirishini ko'rsatadi.

Talab va taklif elastikligi iqtisodiyotda talab va taklifning narx o'zgarishlariga sezgirligini o'lchash uchun ishlatiladigan tushunchalardir.

Talab elastikligi (Price Elasticity of Demand)

Talab elastikligi iste'molchilarning biror mahsulot yoki xizmatning narxi o'zgarganda, uning talab qilinayotgan miqdorining qanday o'zgarishini ko'rsatadi.

Formulasi:
$$\text{Talab elastikligi } (E_d) = \frac{\% \text{Talab miqdoridagi o'zgarish}}{\% \text{Narxdagi o'zgarish}}$$

Elastik talab ($E_d > 1$): Narxdagi kichik o'zgarish talab miqdorida katta o'zgarishga olib keladi.

Noelastik talab ($E_d < 1$): Narxdagi katta o'zgarish talab miqdorida unchalik katta o'zgarishga olib kelmaydi.

Bir xil elastiklik ($E_d = 1$): Narxdagi o'zgarish va talab miqdoridagi o'zgarish bir xil foizda sodir bo'ladi.

Taklif elastikligi

Taklif elastikligi ishlab chiqaruvchilarning mahsulot yoki xizmatning narxi o'zgarganda, uning taklif qilinayotgan miqdorining qanday o'zgarishini ko'rsatadi.

Formulasi:
$$\text{Taklif elastikligi } (E_s) = \frac{\% \text{Taklif miqdoridagi o'zgarish}}{\% \text{Narxdagi o'zgarish}}$$

Elastik taklif ($E_s > 1$): Narxdagi o'zgarish taklif miqdorida katta o'zgarishga olib keladi.

Noelastik taklif ($E_s < 1$): Narxdagi o'zgarish taklif miqdorida katta o'zgarishga olib kelmaydi.

Bir xil elastiklik ($E_s = 1$): Narx va taklif miqdoridagi o'zgarish bir xil foizda sodir bo'ladi.

Misollar

Elastik talabga ega mahsulotlarga hashamat buyumlari kiradi. Ularning narxi ko'tarilsa, iste'molchilar uni kamroq xarid qiladi.

Noelastik talabga ega mahsulotlarga asosiy oziq-ovqat mahsulotlari kiradi. Narx oshsa ham, ularni xarid qilish davom etadi, chunki ular zaruriyatdir.

Elastik taklif bo'lganda, ishlab chiqaruvchilar narx oshganda taklifni tez ko'paytirishi mumkin, masalan, kiyim-kechak sanoati.

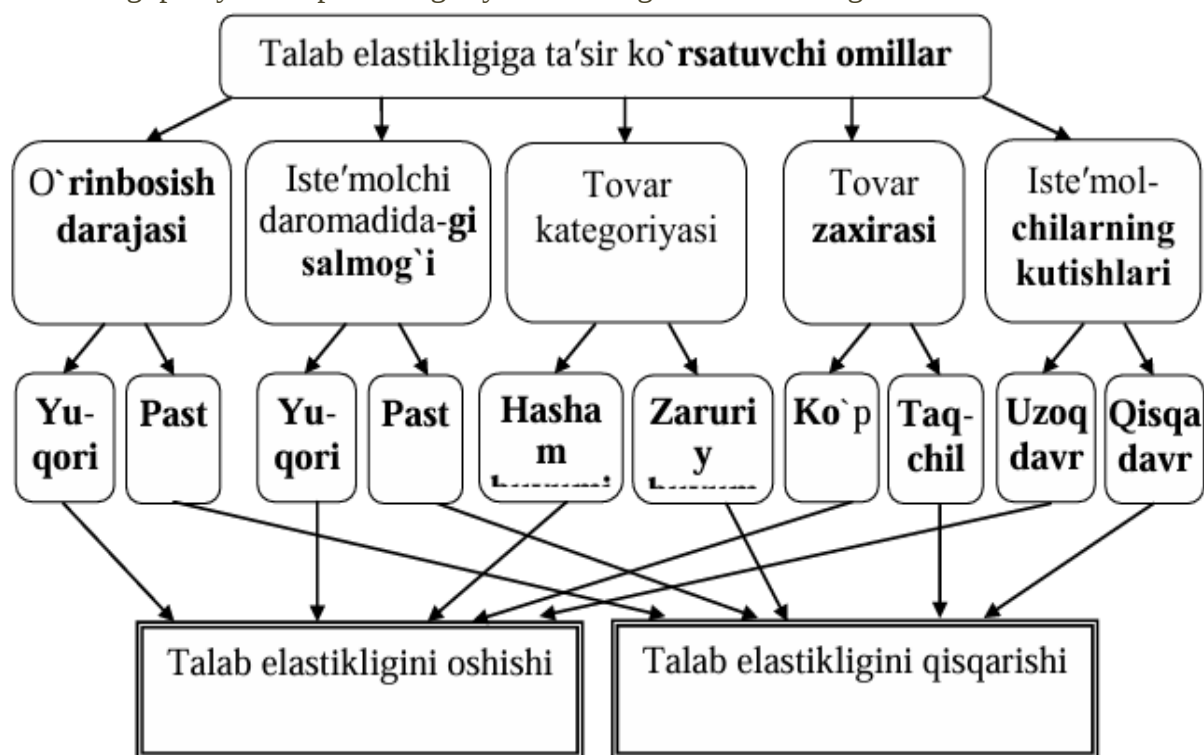
Noelastik taklif esa tabiiy resurslarda ko'proq kuzatiladi, masalan, oltin qazib olishda.

Talab va taklif elastikligi bozordagi narx o'zgarishlarining iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarga ta'sirini tushunishga yordam beradi.

Biz shu paytgacha talab va taklif elastikligiga faqat tovar narxidagi o'zgarishlar ta'sirini ko'rib chiqdik. Ammo elastiklikka tovarning o'z narxidan tashqari quyidagi boshqa omillar ham ta'sir ko'rsatadi:

1. O'rinbosar tovarlar mavjudligi. Tovarni o'rinbosarlari qancha ko'p bo'lsa, uning elastikligi shuncha yuqori bo'ladi. Chunki narx o'zgarganda iste'molchilar qimmat tovarlarni arzon bo'lgan o'rinbosar tovarlar bilan almashtirishga moyil bo'ladi. Natijada asosiy tovar narxi qimmatlashsa unga talab qisqarib, o'rinbosar tovarga talab oshadi va aksincha o'rinbosar tovar narxi qimmatlashsa asosiy tovarga talab oshadi

2. Tovarining iste'molchi daromadidagi salmog'i qancha yuqori bo'lsa, talab elastikligi ham shunga ko'ra yuqori va aksincha salmog'i qancha past bo'lsa, elastikligi ham shunga yarasha past bo'ladi. Iste'molchining daromadi oshgan sari yuqori kategoriyali tovarlarga talab elastikligi pasayadi va past kategoriyali tovarlarga talab elastikligi oshadi.



5.1-rasm. Talab elastikligiga turli omillarning ta'siri¹⁰

Daromad pasayganda esa past kategoriyali tovarlarga talab elastikligi pasayadi va yuqori kategoriyali tovarlarga talab elastikligi oshadi.

3. Tovarining kategoriyasi. Tovarining hasham predmeti (talab elastikligi yuqori) yoki birlamchi ehtiyoj predmeti (talab elastikligi past) ekanligiga qarab o'zgaradi. Masalan AQSHda o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra nonga talab elastikligi koeffitsienti 0,15, elektr energiyasiga 0,13, kiyik kechak va poyafzalga 0,2, avtomobilga 1,87 va chinni buyumlariga 1,54 ga teng bo'lgan¹¹.

¹⁰ Тарануха .В. икроэкономика (в структурно-логических схемах). сервис, 2002. – стр. 36 asosida tuzilgan.

¹¹ Нуриев Р. . Курс микроэкономики: учебник/ 2-е изд. – .: Норма, 2007. – с. 100

4. **Tovar zaxirasi.** Tovar zaxirasi qancha ko'p bo'lsa, unga talab elastikligi shuncha yuqori bo'ladi, zaxirasi kam bo'lgan taqchil tovarlarga talab elastikligi uncha yuqori emas.

5. **Iste'molchilarning kutishlari.** Qisqa va uzoq muddatlar uchun aynan bir tovarga talab elastikligi turlicha bo'ladi. Masalan, qisqa muddatli oraliqda muayyan tovarning narxi oshgan taqdirda ham iste'mol hajmini birdan qisqartirish qiyin. Ammo uzoq muddatli davrda narx oshishi tendensiyasi saqlanib qolsa bu tovarga talab qisqaradi.

Ba'zi bir tovarlar, **to'ldiruvchi** tovarlar hisoblanadi va ular birgalikda ishlatiladi, shu sababli birortasining narxini oshishi, 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 suriladi). Shunday qilib, motor moyining benzina nisbatan elastikligi manfiydir.

Talab chizig'i holatini o'zgartiruvchi 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 daromadlardagi o'zgarishlarga nisbatan iste'molchilarning kutishlari.

Taklif chizig'i holatini surilishiga olib keladigan determinantlar quyidagilar: resurslar narxi; ishlab chiqarish texnologiyasi; soliqlar, subsidiya va dotatsiyalar; boshqa tovarlar narxi; narx o'zgarishlarini kutish; bozordagi sotuvchilar soni.

2. Bozor sharoiti o'zgarishlarining oqibatlarini baholash va prognoz qilish

Bu yerda taklif va talab chiziqlari yordamida qanday qilib elastiklikka oid hisob-kitoblar amalga oshirilishini qarab chiqamiz. Buning uchun bozor ma'lumotlariga muvofiq talab va taklifning chiziqli grafiklarini qarab chiqishimiz kerak (biz hozir statistik usullar orqali quriladigan chiziqli regressiya tenglamalarni hisoblashni qaramaymiz.) Faraz qilaylik, biror tovar uchun ikkita miqdor berilgan bo'lsin: tovar narxi va uning miqdori. Bu ko'rsatkichlar bozorda muhim ko'rsatkichlar hisoblanadi (ular o'rtacha ko'rsatkichlar bo'lib, bozordagi muvozanatlik holatida aniqlangan, yoki bozordagi shart-sharoitlar turg'unlashgan davrdagi ko'rsatkichlar bo'lsin). Bu ko'rsatkichlarni muvozanat ko'rsatkichlari deb qaraymiz va quyidagicha belgilaymiz: muvozanat narx P_e , muvozanat tovar miqdori Q_e . Berilgan tovarning muvozanat nuqta yoki uning atrofidagi narx bo'yicha taklif va talab elastikligini mos ravishda E_S va E_D harflari bilan belgilaymiz.

Bu ko'rsatkichlarning, ya'ni P_e , Q_e , E_S va E_D son miqdori, faraz qilaylik, statistik hisob-kitoblar orqali aniqlangan va ular asoslangan bo'lsin. Berilgan ma'lumotlar asosida talab va taklif chiziqlarini chizamiz. Talab va taklif chiziqlari yordamida, talab va taklif miqdorining, narxning o'zgarishini, berilgan tovar miqdorining boshqa tovar narxiga nisbatan o'zgarishini va boshqa ko'rsatkichlarni hisoblash mumkin. Talab va taklifning grafigini chizamiz (5.2-rasm).

Talab va taklif tenglamalari quyidagicha yoziladi:

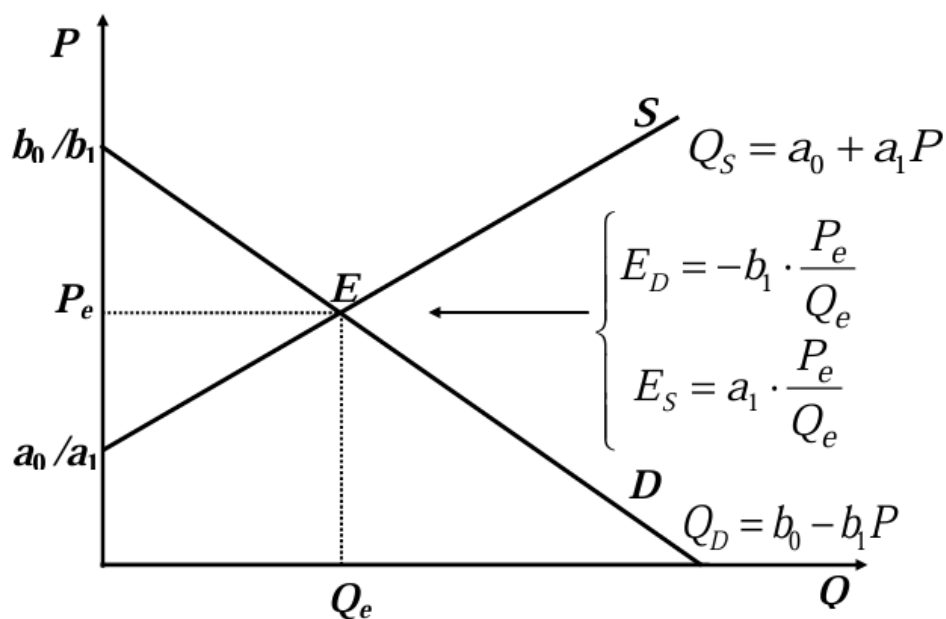
$$\text{Talab: } Q^D = b_0 - b_1 \cdot P \quad (5)$$

$$\text{Taklif: } Q^S = a_0 + a_1 \cdot P \quad (6)$$

Asosiy muammo berilgan tenglamalardagi o'zgarmas a_0, a_1, b_0, b_1 qiymatlarini aniqlashdan iborat. Bu o'zgarmas qiymatlarni tanlash ikki bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi bosqich. Talab va taklifning narx bo'yicha elastikligini eslaymiz: $E = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P}$, bu yerda $\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ - narxning bir birlik o'zgarishiga to'g'ri keladigan talab yoki taklifning miqdoriy o'zgarishi.

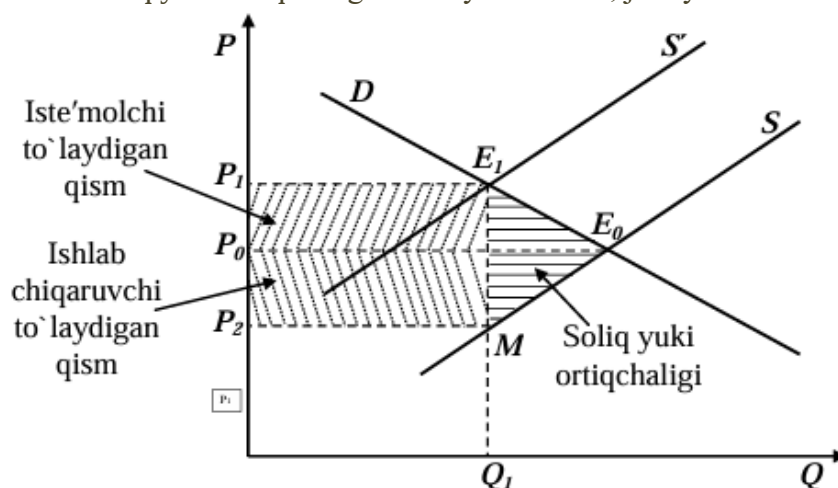
Chiziqli bog'lanishlarda $\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ nisbat o'zgarmas miqdor bo'ladi. (5) va (6) tenglamalardan ko'rinib turibdiki, taklif uchun bu nisbat $\frac{\Delta Q}{\Delta P} = a_1$ talab uchun esa $\frac{\Delta Q}{\Delta P} = -b_1$.



5.2-rasm.
Talab va taklifning
eksperimental yoʻl bilan
chizilgan grafigi

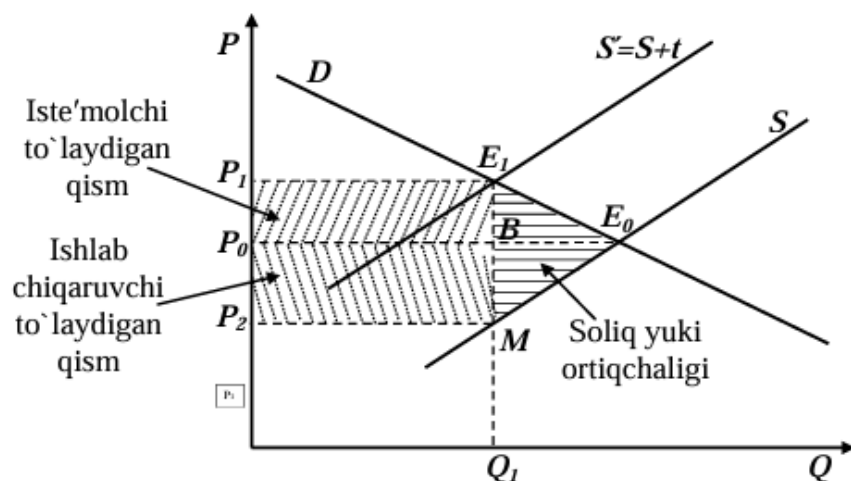
3.Soliq yukini isteʼmolchi va ishlab chiqaruvchi oʻrtasida taqsimlanishini tovar elastikligiga koʻra tahlili

Elastiklik nazariyasi firmalar va davlatning iqtisodiy siyosatini belgilashda muhim qurol boʻlib hisoblanadi. Maʼlumki, talab va taklif chiziqlarining yotiqqligi, ularning elastiklik koeffitsiyentlari miqdorining qzgarishiga koʻra oʻzgaradi. Talab va taklifning elastik yoki elastik boʻlmasligi soliq yukining isteʼmolchi va ishlab chiqaruvchilar oʻrtasida qanday taqsimlanishini, yaʼni soliqning qancha qismini isteʼmolchi va qancha qismini ishlab chiqaruvchi toʻlashini aniqlab beradi. Faraz qilaylik, davlat bir birlik tovarga t miqdorda (oʻzgarmas) soliq belgilasin. Bu oʻz navbatida taklif chizigʻini S holatdan yuqoriga S' holatga siljitadi (5.3-rasm). Umumiy soliq isteʼmolchi va ishlab chiqaruvchi oʻrtasida taqsimlanib, oʻz ichiga soliq yuki ortiqchaligini oladi. Ushbu soliq yuki ortiqchaligi “oʻlik yuk” boʻlib, jamiyat uchun sof yoʻqotish hisoblanadi.



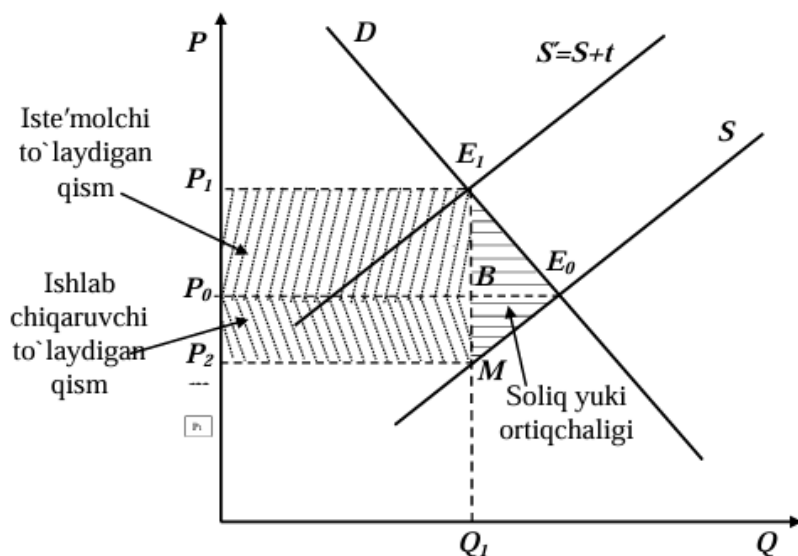
5.3-rasm.
Soliq yukini ishlab chiqaruvchi va
isteʼmolchi oʻrtasida taqsimlanishi

Talab elastikligi qancha yuqori boʻlsa ($ED > 1$), uning chizigʻi shuncha yotiq boʻla-di va soliqning katta qismi ishlab chiqaruvchilar zimmasiga tushadi (5.4-rasm)



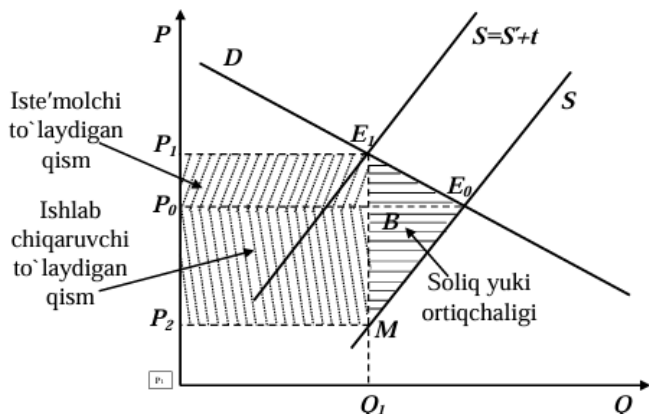
5.4-rasm.
Talab elastik bo'lganda soliq yukining taqsimlanishi

Yuqoridagi rasmdan ma'lumki, ishlab chiqaruvchi to'laydigan soliqni ko'rsatuvchi P_2 MBP₀ to'rtburchak yuzasi iste'molchi to'laydigan soliqni ifodalovchi P_0 BE₁ P_1 to'rtburchak yuzidan katta. Chunki, talab elastikligi yuqori bo'lganda ($E_D > 1$) soliq kiritilishi tufayli narx oshganda, iste'molchilar bunga talabni qisqartirish bilan javob qaytaradilar. Buning natijasida sotuvchilar daromadi sezilarli darajada pasayib kertishi mumkin. Shu sababli sotuvchilar soliq yukining katta qismini o'z zimmlariga olish orqali talab qisqarishini kamaytirishga urinadilar. Talab qancha noelastik bo'lsa ($E_D < 1$) uning chizig'i shuncha tik va soliqning ko'p qismi iste'molchilar zimmasiga tushadi (5.5-rasm).



5.5-rasm.
Soliq yukini ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida taqsimlanishi

Agar taklif noelastik bo'lsa, soliq yukining katta qismi ishlab chiqaruvchilar zimmasiga tushadi (5.6-rasm).



5.6-rasm. Taklif noelastik bo'lganda soliqning taqsimlanishi

Qisqa xulosalar

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 miqdoriga o'zgarishini ko'rsatadigan ko'rsatkichdir. Bunga eng yaqqol misol sifatida narxga bog'liq talab elastikligini keltirish mumkin. Bu elastiklik tovar narxining bir foizga o'zgarishi, unga talabni necha foizga o'zgartirishini ko'rsatadi.

Talab qonuniga asosan iste'molchilar narx arzonlashuvi ta'sirida ko'proq tovar xarid qilishga moyil bo'ladilar. Ammo, iste'molchilar talabining narx o'zgarishiga munosabati tovarning xususiyatiga ko'ra turlicha bo'lishi mumkin. Ayrim tovarlar narxining o'zgarishiga nisbatan iste'molchilarning sezuvchanligi yuqori bo'ladi va narxdagi ozgina o'zgarishlar ta'sirida tovarga bo'lgan talab miqdori sezilarli darajada o'zgaradi. Odatda qimmatbaho buyumlar narxiga nisbatan iste'molchilar talabining sezuvchanligi yuqori bo'ladi. Masalan, yengil avtomobillar narxining oshishi unga bo'lgan talabning sezilarli qisqarishiga olib keladi. Bunday tovarlarga bo'lgan elastik talab deyiladi.

Ikkinchi tur tovarlar narxining o'zgarishi ularga bo'lgan talab miqdoriga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Ko'pincha kundalik ehtiyoj va zarurat buyumlari narxiga nisbatan iste'molchilar talabining sezuvchanligi past bo'ladi. Masalan, oziq-ovqat, dori-darmon, gugurt kabi tovarlar narxining o'zgarishi ularga bo'lgan talab miqdoriga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Bunday tovarlarga bo'lgan talab noelastik talab deb ataladi.

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

Talab elastikligi narxdan tashqari, daromadga ham bog'liq. Ko'pgina tovarlarga talab, iste'molchilar daromadi oshganda oshadi. Daromad bo'yicha elastiklik, bu daromadni R (Revenue) bir foizga o'zgarishi talab miqdorini (Q) necha foizga o'zgarishini bildiradi.

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, tovarga talabning necha foizga o'zgarishini bildiradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Elastiklik nimani ifodalaydi?
2. Talab va taklifning narx bo'yicha elastikligi qanday mazmunga ega?
3. Talabning elastik, noelastik va birlik elastikka teng bo'lish shartlarini ko'rsatib bering.
4. Yoysimon va nuqtaviy elastiklik qanday hisoblanadi?
5. Daromadga bog'liq va kesishgan talab elastikligi deb nimaga aytiladi?
6. Absolyut elastic va absolyut noelastik deganda nimani tushunasiz?
7. Kundalik ehtiyoj va qimmatbaho hasham mollariga talab elastikligi qanday?
8. Talab elastikligi yordamida sotuvchi daromadini qanday maksimallashtirish mumkin?
9. Talab va taklif elastik bo'lganda soliq yukining katta qismi kimning zimmasiga tushadi, noelastik bo'lgandachi?

6-Mavzu: Iste'molchi tanlovi nazariyasi

Reja:

1. Iste'molchi tanlovi va naflilik tushunchasi
2. Iste'molchi talabining alohida xususiyatlari
3. Iste'molchining afzal ko'rishi qoidalari
4. Byudjet cheklanganligi va iste'molchining muvozanatlilik sharti

1. Iste'molchi tanlovi va naflilik tushunchasi

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. Iste'molchining mablag'i cheklangan. Iste'molchi har doim tanlov oldida turadi va tanlov chog'ida quyidagi uchta savolga javob izlaydi:

1. Nimani xarid qilish?
2. Xarid qilinadigan ne'matning narxi qancha?
3. Ne'matni harid qilish uchun mablag` yetarlimi?

Birinchi savolga javob berish uchun ne'matning iste'molchi uchun naflilik darajasini aniqlash, ikkinchi savolga javob berish uchun - ne'matning narxini va uchinchi savolga javob berish uchun iste'molchining daromadini o'rganish lozim bo'ladi. Mana shu uchta element - naflilik, narx va daromad - iste'molchi tanlovining asosini tashkil etadi (6.1-rasm).



6.1-rasm. Iste'molchi tanlovning asosiy elementlari

Iste'mol nazariyasi ma'lum bir aksiomalarga asoslanadi va ular 6.2 rasmda keltirilgan. Iste'molchi qaror qabul qilishda, mavjud imkoniyat doirasida maksimal darajada o'z ehtiyojini qondirishga, turmush 100 farovonligi darajasini oshirishga harakat qiladi. Ushbu ehtiyojni qondirish darajasi **naflilik** (utility) deyiladi.

6.2-rasm. Iste'molchi tanlovning asosiy postulatları

ISTE'MOLCHI TANLOVNING ASOSIY POSTULATLARI	
Iste'mol turi-ning xilma-xilligi	Har bir iste'molchi turli xil ne'matlardan iste'mol qilishni istaydi
Iste'molning to'yinmasligi	Iste'molchi har doim ne'matning kamroq miqdoridan ko'prog'ini xarid qilishga moyil
Ne'matlarni turkumlash va solishtira olish	Iste'molchi A va B ne'matlar majmuasidan A majmuani B ga ($A > B$) yoki B majmuani A ga nisbatan ($B > A$) ko'proq xohlashi yoki ikkalasini ham naflik darajasi bir xil deb qarashi mumkin
Tranzitivlik	Agar iste'molchi A majmuani B ga nisbatan va B majmuani C majmuadan afzal ko'rsa, unda u A majmuani C majmuaga nisbatan ham afzal $A > B$; $B > C$; $\Rightarrow A > C$.
Substitutsiya (o'rin bosa olish)	Agar iste'molchiga A ne'mat o'rniga uning o'rnini bosa oladigan B ne'matdan ko'proq taklif qilinsa, u bunga rozi bo'ladi
Kamayib boruvchi chekli nafilik	Biror ne'matning qo'shimcha birliklarini iste'mol qilishdan olinadigan qoniqish (chekli nafilik) borgan sari kamayib boradi va u ne'mat zaxirasining iste'molchi ixtiyorida qancha borligiga bo'g'liq.

Ne'matning nafililigi - ne'matning insonning bir yoki bir nechta ehtiyojini qondira olish xususiyatidir. Iste'mol nazariyasida ne'mat - bu iste'molchining ehtiyojini qondira oladigan har qanday iste'mol ob'ektidir. Ko'p hollarda ne'matlar yakka tartibda emas, balki majmua tartibda yoki "iste'mol savati" 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; ular ne'matlar majmualaridan, maksimal naf keltiradigan majmuani tanlashga harakat qiladi; iste'molchilar tomonidan sotib olinadigan ne'mat narxi uning miqdoridan bog'liq emas; iste'molchilar ne'matlar nafiligini to'liq biladi va maksimal naf beruvchi ne'matlar majmuasini tanlaydi, deb faraz qilinadi.

Nafililik funksiyasi. Avstriya iqtisodchilar maktabi namoyondalari K.Menger, E.Bem-Baverk, F.Vizerlar birinchilar qatorida talab bilan narx, tovar zaxirasi va uning miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashga o'ringanlar. Aniqlanishicha, cheklangan resurslar sharoitida ularning hajmi narxiga ta'sir qiluvchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Ular ketma-ket iste'mol qilinadigan biror ne'matdan olinadigan nafning iste'molchi uchun kamayish xususiyati mavjudligi to'g'risidagi qonuniyatni aniqlashgan. Masalan, chanqagan inson bir stakan mineral suvni zo'r qoniqish bilan ichadi, ikkinchi stakan suv birinchi stakan suvga nisbatan kamroq, uchinchi esa - ikkinchisiga nisbatan kamroq naf beradi. Bu holat toki oxirgi stakan suv beradigan naf nolga teng bo'lguncha davom etadi. Bunda umumiy naf (total utility) ortib boradi, lekin har bir keyingi stakan suvdan olinadigan qo'shimcha, ya'ni chekli naf (marginal utility) kamayib boradi.

Iste'molchi harakatini aniqroq tahlil qilish uchun nafilik funksiyasidan foydalanamiz. Nafililik funksiyasi - iste'molchining iste'mol qiladigan ne'matlar hajmi bilan, uning ushbu ne'matlarni iste'mol qilish natijasida oladigan nafilik darajasini ifodalaydi: $TU=f(x_1, x_2, \dots, x_n)$ bu yerda, TU - umumiy nafilik darajasi;

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

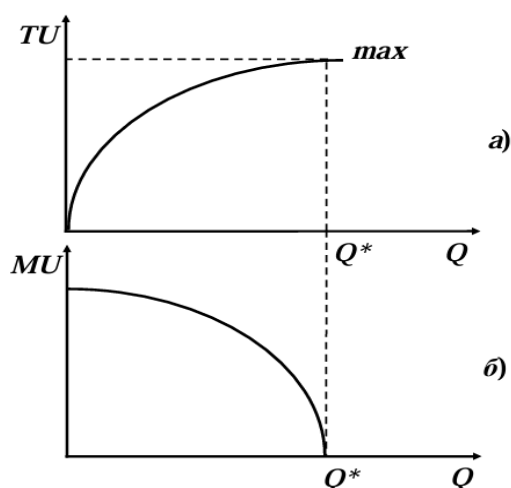
Nafililik nazariyasi ilgari surilgan davrda ko'pchilik iqtisodchilar ne'matlar narxini shakllanishi asosida ularning nafililigi yotadi degan fikrda bo'lishgan. Unga ko'ra ne'matning iste'molchi uchun nafililigi qancha yuqori bo'lsa, narxi shuncha qimmat va aksincha nafililigi qancha past bo'lsa, narxi ham shuncha arzon bo'ladi. Ammo nafilik nazariyasi tanqidchilari XVIII asrdayoq bu g'oyaga qarshi "suv va olmos paradoksi"ni ilgari surishgan. Unga ko'ra, barcha uchun hayoriy zaruriyat

The left graph shows a standard market equilibrium. The vertical axis is Price (P) and the horizontal axis is Quantity (Q). A downward-sloping demand curve (D) and an upward-sloping supply curve (S) intersect at the equilibrium point. Dashed lines from this intersection point lead to P_e on the vertical axis and Q_e on the horizontal axis.

The right graph illustrates a shortage. It shows the same demand curve (D) and a supply curve (S) that is steeper than in the left graph. The equilibrium price P_e and equilibrium quantity Q_e are marked. At the equilibrium price P_e , the quantity demanded (on curve D) is greater than the quantity supplied (on curve S), which is Q_e .

b) olmos

Umumiy nafililik biror ne'matdan ketma-ketlikda iste'mol qilib borilganda ulardan olingan jami nafililik yig'indisini ifodalaydi va u o'sib borish xususiyatiga ega. Shu bilan birga iste'mol to'yingan sharoitda umumiy nafililik o'zining maksimal qiymatiga erishadi. Chekli nafililik ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida olinadigan qo'shimcha naf miqdorini ifodaladi. Chekli nafililik - bu nafililik funksiyasidan biror ne'mat o'zgaruvchisi bo'yicha olingan xususiy hosilaga teng: $MU_i = \frac{\Delta TU}{\Delta X_i}$. Bu yerda: MU_i - i-ne'mat bo'yicha chekli nafililik darajasi, ΔTU – umumiy nafililik darajasining o'sgan qismi; ΔX_i i- ne'matni iste'mol qilish miqdorining o'sgan qismi. Umumiy va chekli nafililikning o'zgarishi 6.4-rasmda keltirilgan.



6.4-rasm. Umumiy nafililik va chekli nafililikning o'zgarishi

6.4-rasmdan ko'rinib turibdiki, iste'mol qilinadigan ne'mat miqdorining (Q) oshib borishi bilan umumiy nafililik (TU) ham oshib boradi (a-rasm). Bunda chekli nafililik (MU) kamayib boradi (b-rasm). Umumiy nafililik Q^* nuqtada maksimal darajaga erishganda, chekli nafililik (MU) nolga teng bo'ladi.

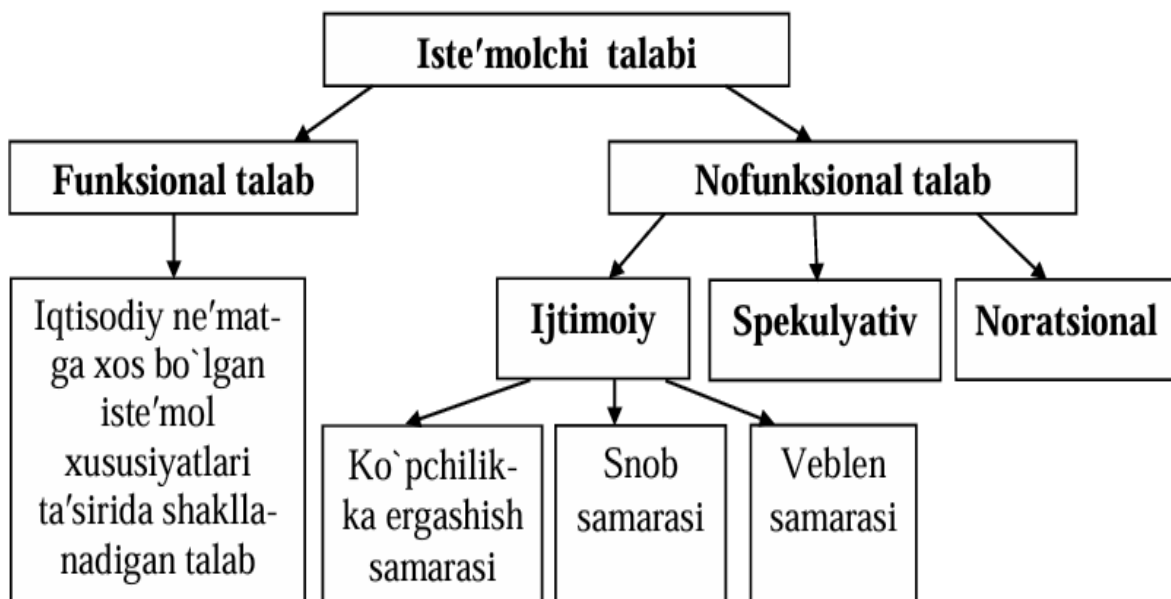
Odatda, biror ne'matni iste'mol qilish oshganda (boshqa ne'matlar iste'moli hajmi o'zgarmaganda), umumiy nafililik darajasi oshadi. Demak chekli nafililik musbat $MU > 0$. Shu bilan birga, biror ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilganda (boshqa ne'matlar iste'moli hajmi o'zgarmaganda), qo'shimcha iste'mol qilingan birlik oldingisiga nisbatan kamroq naf beradi va uning bu xususiyatiga **chekli nafililikning kamayish qonuni** deyiladi. Matematik tilda bu nafililik funksiyasining ikkinchi tartibli hosilasi noldan kichik degani:

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

Talabni aniqlashning asosida chekli nafilining kamayish qonuni yotadi. Shu sababli ishlab chiqaruvchilar mahsulot sotish hajmini ko'paytirishlari uchun qo'shimcha sotiladigan mahsulotlar narxiga chegirma berishlari kerak bo'ladi.

6.2. Iste'molchi talabining alohida xususiyatlari

Ratsional iste'molchiga xos tanlovning umumiy qoidalari bilan birga ayrim iste'molchilarning didi va afzal ko'rishlari ta'sirida shakllanadigan alohida tanlov xususiyatlari ham mavjud. Ayrim iqtisodiy adabiyotlarda iste'molchi talabi funksional va nofunktional guruhlarga ajratiladi (6.5 rasm).



6.5-rasm. X. Leybensteyn bo'yicha iste'molchi talabining turkumlanishi¹²

Funksional talab iqtisodiy ne'matning o'ziga (tovar yoki xizmat turiga) xos bo'lgan iste'mol xususiyatlari ta'sirida shakllanadi.

Nofunksional talab iqtisodiy ne'matga xos bo'lmagan iste'mol xususiyatlari ta'sirida shakllanadi. Unga **ijtimoiy, spekulativ va noratsional omillarni** kiritish mumkin.

Ijtimoiy omillar iste'molchilarning ne'matga bo'lgan munosabati bilan uzviy bog'liqlikka ega. Ayrim iste'molchilar ko'pchilikka taqlid qilishni yoqtiradi va ko'pchilik nimani xarid qilsa, o'shani olishni ma'qul ko'radi. Ikkinchi turdagi iste'molchilar boshqalardan ajralib turishni xohlashadi va nihoyat yana bir toifasi yuqori darajadagi turmush farovonligi ta'sirida obru-e'tibor talab namoyishkorona iste'molni xush ko'radi. Shundan kelib chiqib amerikalik iqtisodchi X. Leybensteyn ijtimoiy omillar ta'sirida shakllanadigan talabni uch toifaga ajratgan:

1. **Ko'pchilikka ergashish samarasida** iste'molchi atrofdagilar va modadan ortda qolmaslikka tirishib, ko'pchilik nimani ma'qul ko'rsa shuni xarid qilishga moyil bo'ladi. Bunda uning xaridga oid hatti-harakati boshqalarning fikriga bevosita bog'liq bo'lib qoladi. Ko'pchilikka ergashish samarasi deganda iste'molchining umum qabul qilingan normalar ta'sirida ko'pchilik xarid qiladigan ne'matlarga talabini oshishi bilan bog'liq samara tushuniladi. Bunda talab elastikligi yuqori va talab chizig'i yotiq bo'ladi.

2. **Snob samarasida** iste'molchining atrofdagilardan ajralib turishga ishtiyoqi baland boladi. Bu yerda ham uning tanlovi atrofdagilar hatti harakatiga bog'liq, ammo bu teskari bog'liqlik. Snob samarasi boshqa insonlar shu ne'matni iste'mol qilishi ta'sirida talabda yuz beradigan teskari o'zgarishni ifodalaydi. Ya'ni, agar atrofdagilar shu ne'matga talab hajmini oshirsa, snob uni qisqartiradi yoki umuman iste'moldan voz kechadi. Snob samarasida talab elastikligi past bo'ladi.

3. **Veblen samarasi** (T. Veblen nomidan olingan) obru-e'tibor ketidan quvib unutilmas taassurot qoldirish maqsadini ko'zlovchi namoyishkorona iste'molni nazarda tutadi. Bunda tovarning narxi ikki qismdan: real narx va obru keltiruvchi narxdan tashkil topadi. Veblen samarasi tovarning narxi qimmatligi tufayli iste'molchi talabining oshishi bilan bog'liq samarani aks ettiradi. Snob va Veblen samaralarining asosiy farqi shundaki, agar snob samarasida muayyan tovarga talab boshqalarning shu tovarni iste'mol qilish hajmiga bo'g'liq holda o'zgarsa, Veblen samarasida talab tovar narxining qimmat yoki arzonligiga qarab o'zgaradi.

Ne'matga xos xususiyatlardan xoli bo'lgan nofunksional talabga yana spekulativ va noratsional talablar kiradi.

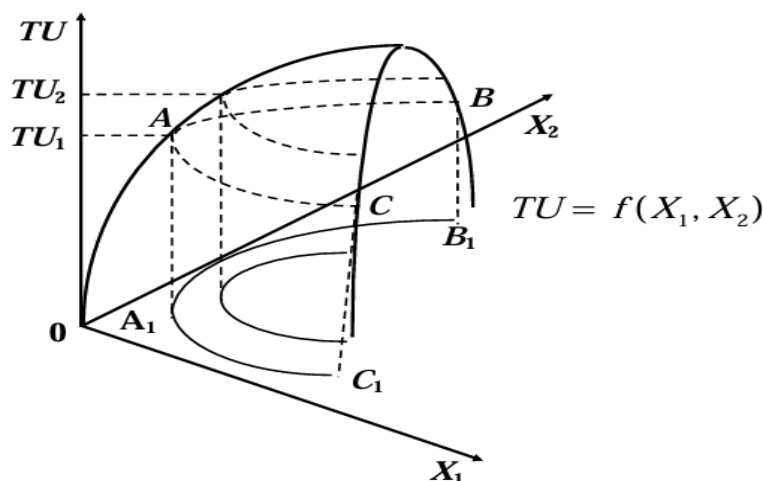
Spekulativ talab inflyatsion kutishlar yuqori bo'lgan jamiyatlarda, kelgusida narxlarning oshib ketish xavfi joriy davrda qo'shimcha talab va iste'mol hajmini yuzaga keltirishi bilan izohlanadi.

Noratsional talab esa oldindan rejalashtirilmagan, lahzalik xohish, kayfiyatning o'zgarishi kabi omillar ta'sirida to'satdan paydo bo'ladi va u iste'molchining odatdagi turmush tarziga mos kelmaydi.

3. Iste'molchining afzal ko'rishi qoidalari

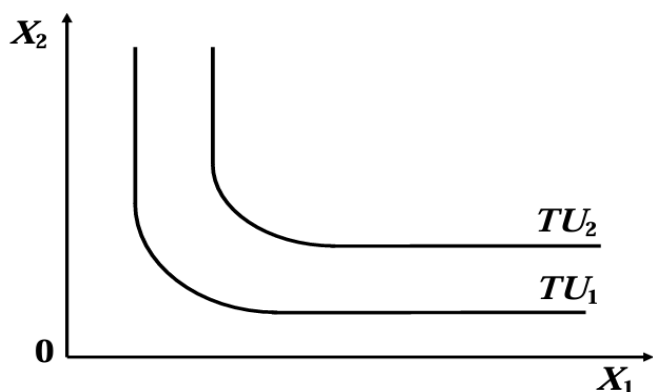
Iste'molchining eng yaxshi iste'mol ne'matlar majmuini tanlashini, ne'matlar turi ikkita bo'lgan hol uchun qaraymiz. Umuman olganda bu tahlilni keskin darajada cheklamaydi. Haqiqatdan ham iste'molchi tanlovini berilgan ne'mat bilan boshqa qolgan barcha ne'matlar o'rtasida 106 qarasak ham bo'ladi. Ikkita ne'mat uchun naflilik funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega (6.6-rasm)

¹² Нуриев Р. . Курс микроэкономики: учебник/ 2-е изд. – .: Норма, 2012. – с. 125. asosida tuzilgan.



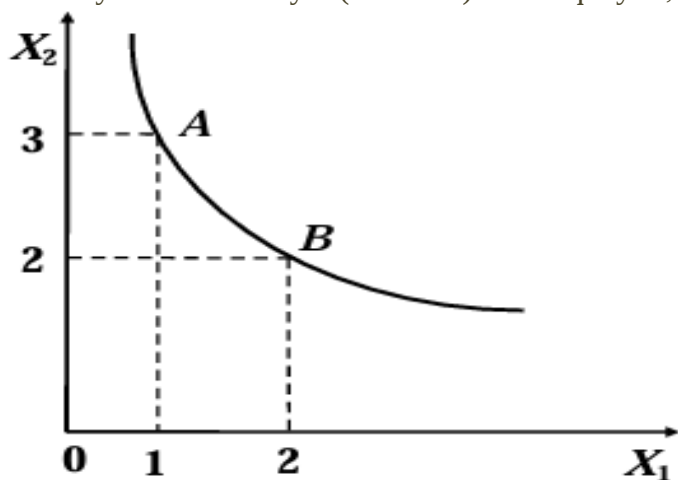
6.6-rasm. Ikki oʻzgaruvchili
naflilik funksiyasi grafigi

Yuqoridagi rasmda keltirilgan naflilik funksiyasining $TU = f(X_1, X_2)$ grafigida funksiyaning TU_1 va TU_2 qiymatlariga toʻgʻri keluvchi chiziqlar keltirilgan. Masalan, ABC chizigʻi naflilik funksiyasining TU_1 qiymatiga mos keladi va shu ABC chiziqning har bir nuqtasiga mos keluvchi X_1 va TU_2 neʼmatlar miqdori kombinatsiyalari bir xil darajadagi naflilik TU_1 ni taʼminlaydi. Grafikdagi ABC chiziqning $X_1O X_2$ tekislikdagi proeksiyasi $A_1B_1C_1$ egri chiziq naflilik funksiyasining TU_1 qiymatiga toʻgʻri keluvchi befarqlik egri chizigʻi deyiladi. Naflilik funksiyasining TU_1 va TU_2 qiymatlariga mos keluvchi befarqlik chiziqlari quyidagi koʻrinishga ega (6.7-rasm).



6.7-rasm. Befarqlik egri chiziqlari

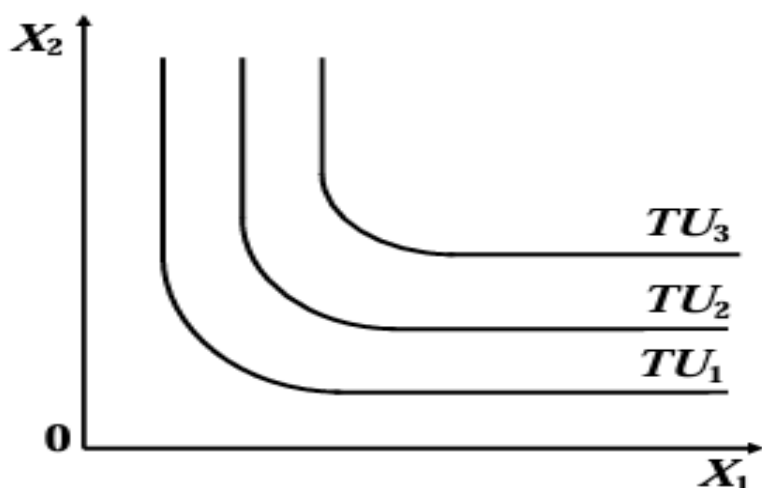
Befarqlik egri chizigʻi - bu isteʼmolchi uchun bir xil naf beruvchi neʼmatlar kombinatsiyalarini ifodalaydi (6.8-rasm). Faraz qilaylik, X_1 - hamburger, X_2 - fanta ichimligi.



6.8-rasm. Hamburger va fanta
ichimligi uchun befarqlik egri
chizigʻi

6.8-rasmdagi grafikda bitta hamburger bilan uchta fanta ichimligi (A nuqta) beradigan naf, 2 ta hamburger bilan 2 ta fanta ichimligi (B nuqta) beradigan nafga teng. Demak, befarqlik egri chizigʻi bir xil naf beradigan hamburger va fanta ichimliklari kombinatsiyalarini ifodalovchi

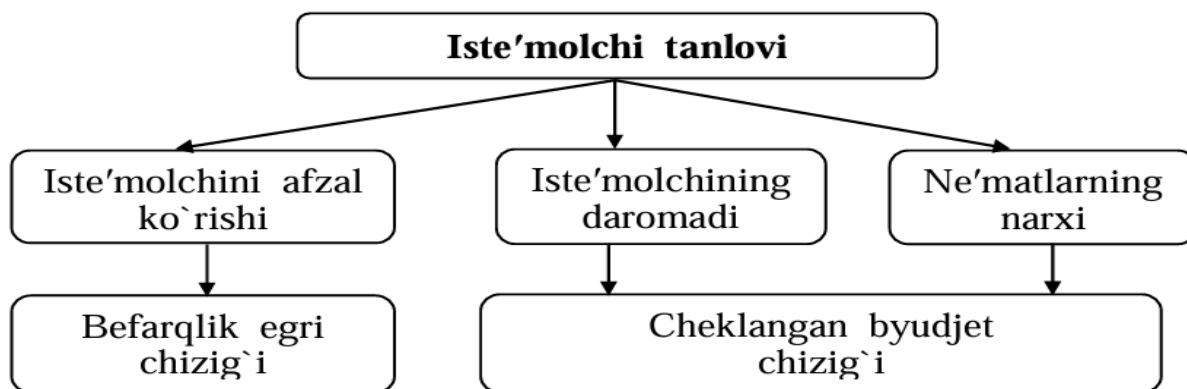
nuqtalardan iborat. Befarqlik egri chiziqlari majmuasi befarqlik egri chiziqlari kartasini hosil qiladi (6.9-rasm).



6.9-rasm. Befarqlik egri chiziqlari kartasi

Byudjet cheklanganligi va iste'molchining muvozanatilik sharti

Byudjet chizig'i. Befarqlik egri chiziqlari bir ne'mat bilan ikkinchi ne'matni almashtirish mumkinligini ko'rsatadi, xolos. Lekin, ular iste'molchi uchun qaysi tovarlar majmuasi nafliroq ekanligini ko'rsata olmaydi. Bunday masalani byudjet chizig'i yordamida yechish mumkin. Byudjet chizig'i tovarlar narxiga va iste'molchining daromadiga asoslanadi va u mavjud pul mablag'lari chegarasida iste'mol uchun qanday tovarlar majmuasini xarid qilish mumkinligini ko'rsatadi. Iste'molchi tanlovida uning afzal ko'rishi befarqlik egri chizig'i orqali ifodalansa, daromadi va ne'matlar narxidagi o'zgarishlarga munosabatini byudjet chizig'i vositasida aks ettirish mumkin (6.10-rasm).



Qisqa xulosalar

Nafililik, narx va daromad - iste'molchi tanlovining asosini tashkil etadi.

Ne'matning nafililigi - ne'matning insonning bir yoki bir nechta ehtiyojini qondira olish xususiyatidir.

Umumiy nafililik biror ne'matdan ketma-ketlikda iste'mol qilib borilganda ulardan olingan jami nafililik yig'indisini ifodalaydi va u o'sib borish xususiyatiga ega. Shu bilan birga iste'mol to'yingan sharoitda umumiy nafililik o'zining maksimal qiymatiga erishadi.

Chekli nafililik ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida olinadigan qo'shimcha naf miqdorini ifodaladi.

Biror ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilganda (boshqa ne'matlar iste'moli hajmi o'zgarmaganda), qo'shimcha iste'mol qilingan birlik oldingisiga nisbatan kamroq naf beradi va uning bu xususiyatiga chekli nafililikning kamayish qonuni deyiladi.

Befarqlik egri chizig'i - bu iste'molchi uchun bir xil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyalarini ifodalaydi. Befarqlik egri chiziqlari majmuasi befarqlik egri chiziqlari

kartasini hosil qiladi. Ne'matlarning bir-birini o'rnini bosishi zonasi deb - bir ne'matni ikkinchi ne'mat bilan samarali almashtirish mumkin bo'lgan oraliqqa aytiladi.

Byudjet chizig'i tovarlar narxiga va iste'molchining daromadiga asoslanadi va u mavjud pul mablag'lari chegarasida iste'mol uchun qanday tovarlar majmuasini xarid qilish mumkinligini ko'rsatadi.

Iste'molning optimal (muvozanat) nuqtasida befarqlik egri chizig'i byudjet chizig'iga urinib o'tadi. Muvozanatlik shartiga ko'ra, iste'molchi daromadini shunday taqsimlaydiki, natijada tovarlarning har biriga sarflangan oxirgi pul birligi (oxirgi so'm, oxirgi dollar, oxirgi rubl) bir xil chekli naf keltirsin. Agar shunday bo'lmasa, iste'molchi kamroq chekli naf beradigan oxirgi so'mini, ko'proq chekli naf beradigan ne'matga qayta taqsimlashi mumkin bo'ladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Iste'molchi tanlovini bozor sharoitida qaysi omillar belgilaydi?
2. Umumiy va chekli naflilik deganda nimani tushunasiz?
3. Naflilik funksiyasi nimani ifodalaydi?
4. Biror ne'matni ketma-ket iste'mol qilinganda maksimal naflilikka erishish sharti qanday?
5. Chekli naflilikning kamayish qonuni asosida nima yotadi?
6. Befarqlik egri chizig'i va ne'matlarni bir-birini o'rnini bosishi zonasi nimani ifodalaydi?
7. Byudjet chizig'i va byudjet tenglamasi nimani ifodalaydi?
8. Iste'molchining muvozanatlik shartini izohlab bering.

7-mavzu: Daromad samarasi va almashtirish samarasi

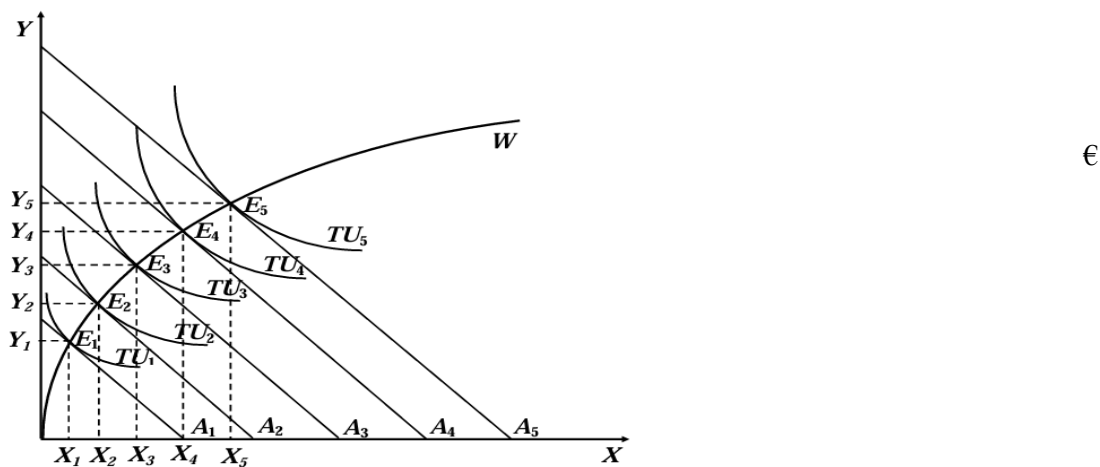
Reja:

1. “Daromad-iste’mol chizig’i” tahlili
2. “Narx-iste’mol” chizig’i tahlili
3. Daromad samarasi va almashtirish samarasi
4. Yakka va bozor talabi.

1. “Daromad-iste’mol chizig’i” tahlili

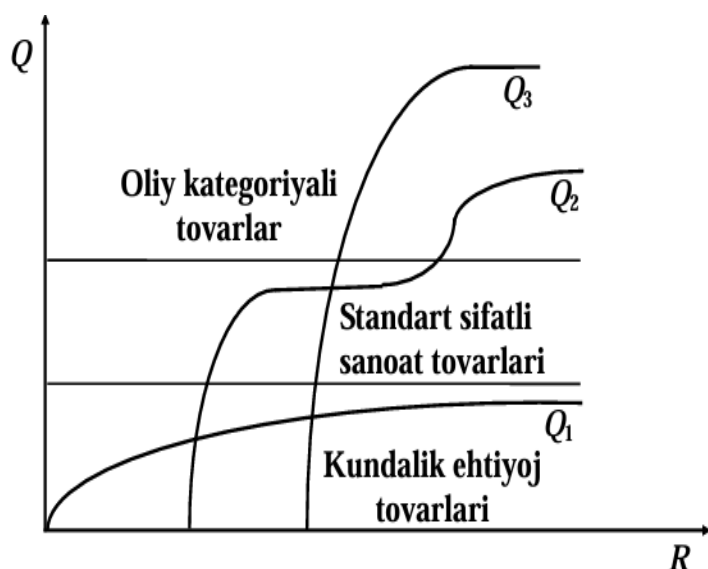
Daromadning oʻzgarishi byudjet chizig’ini oʻziga parallel ravishda surilishiga olib keladi, nima uchun deganda, narxlar nisbati oʻzgarmaydi. Daromad oshganda, byudjet chizig’i oʻngga-yuqoriga suriladi, kamayganda pastga-chapga suriladi. Xuddi shunday siljishlar neʼmatlar narxi bir xil oʻzgarganda ham sodir boʻladi. Narxlarining pasayishi real daromadni oshiradi, natijada byudjet chizig’i oʻngga-yuqoriga suriladi. Xuddi shunday narxlarining oʻsishi, real daromadni kamaytiradi - byudjet chizig’i pastga-chapga suriladi.

Real daromadning oʻsishi natijasida byudjet chizig’i $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$ holatlarga ketma-ket suriladi (7.1-rasm).



Daromadlarning oʻzgarishiga mos ravishda iste’molchining yangi holatdagi muvozanat nuqtalari oʻrnatiladi: $E_1, E_2, E_3, \dots, E_n$. 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.

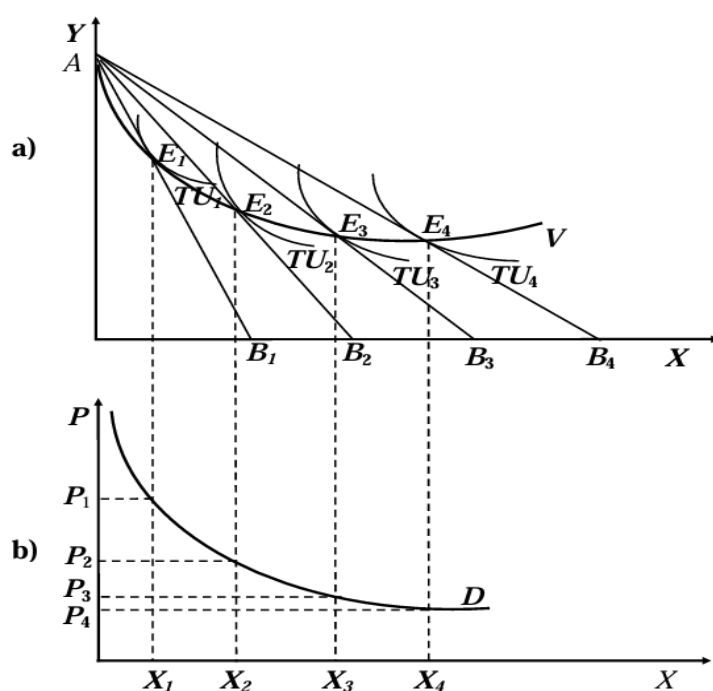
Agar «daromad-iste’mol» chizig’i koordinata boshidan 45° burchak ostidagi chiziqdan iborat boʻlsa, daromadning oʻsishi, iste’molchining iste’mol qiladigan neʼmatlari bir xil nisbatda oʻsadi. Agar iste’molchi neʼmatlarni har xil nisbatda xarid qilsa, W chizig’ining yotiqqligi oʻzgaradi. 7.1-rasmdagi koordinata boshida Y tovarni xarid qilish X tovarga nisbatan tezroq sur’atda oʻsadi, keyinchalik Y tovarni xarid qilish susayib, X tovar bilan barqarorlashadi. XIX asrdayoq real daromad oshishi bilan birlamchi ehtiyoj neʼmatlariga talab qisqarib borib, ikkilamchi ehtiyoj neʼmatlariga talab oshib borishi isbotlangan. Nemis olimi Ernst Engel (1821-1896) birinchi boʻlib daromad oʻzgarishining iste’mol tarkibiga taʼsirini tadqiq qilgan. Tovarlar tarkibining daromadga nisbatan oʻzgarishini ifodalovchi chiziqlar, **Engel egri chiziqlari** deyiladi (7.2-rasm).



7.2-rasm. Engel egri chiziqlari

Gorizontaal o'q bo'ylab iste'molchi daromadini (R) va ordinata o'qi bo'ylab xarid qilinadigan tovarlar miqdorini (Q) belgilangan. Iste'molchi ehtiyoji birinchi navbatda kundalik zaruriy ehtiyoj tovarlari (Q_1), ikkinchi navbatda standart sifatli sanoat mahsulotlari (Q_2) va nihoyat, keyinchalik oliy kategoriyali tovarlar (Q_3) bilan to'yinadi. Yana shu holat aniqlanganki, oliy sifatli tovarlar va xizmatlarga talab oshganda ham, kundalik hayotda foydalaniladigan standart sifatli sanoat mahsulotlariga talabning kuchayishi qonuniyati kuzatilgan.

7.2. "Narx-iste'mol" chizig'i tahlili Yuqorida "daromad-iste'mol" chizig'i tahlil qilinganda, ne'matlar narxi o'zgarmaydi deb faraz qilingan edi. Endi daromadni o'zgarmas deb qabul qilgan holda, ne'matlardan birini, masalan, X ne'matning narxini o'zgaruvchan, Y ne'matnikini esa o'zgarmas deb qaraymiz. Faraz qilaylik, X ne'matning narxi (P) pasayib bormoqda, ya'ni $P > P_1 > P_2 > P_3$. Grafikda narxning bunday o'zgarishi, byudjet chizig'ini AB holatda AB_1 , AB_2 va AB_3 holatlarga siljitadi (7.3-rasm). Masalan, X tovar olma, Y tovar apelsin bo'lsin. (a) rasmda apelsin narxi o'zgarmaydi, olma narxi pasayib bormoqda. Natijada byudjet chizig'ining Y o'q bilan kesishgan nuqtasi o'zgarmaydi, X o'q bilan kesishgan nuqtasi o'ng tomonga surilib boradi. Olma narxini tushishi real daromadni oshiradi, natijada iste'molchi olma narxi oshmasdan oldin xarid qilolmagan apelsin va olma majmualarini endi sotib olishi mumkin bo'ladi.



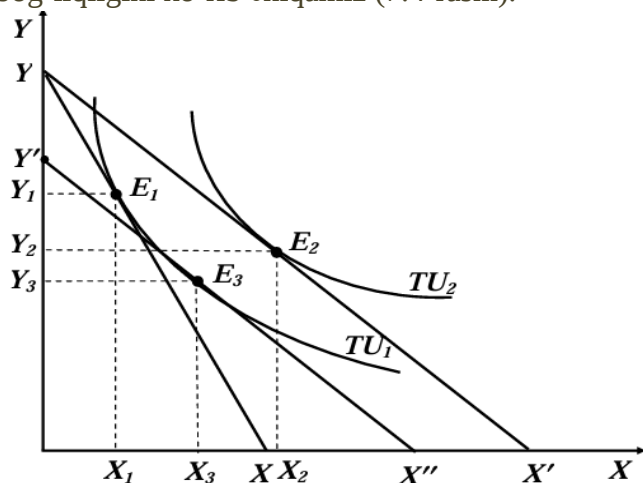
7.3.rasm "Narx-iste'mol"(a) va talab chizig'i (b)

Iste'molchi endi bir birlik qo'shimcha olma olish uchun, oldingidan kamroq miqdordagi apelsindan voz kechadi. Masalan, bitta apelsin narxi 2000 so'm va bitta olma narxi 1000 so'm bo'lsa, bitta apelsinga yarimta olma to'g'ri keladi, bitta olma narxi 500 so'mga tushsa, qo'shimcha bitta olma olish uchun 1/4 qism apelsindan voz kechishi kerak. Olma narxining pasayishi, ma'lum miqdordagi olmani apelsin bilan almashtirish imkoniyatini yaratadi. Natijada optimal majmua (apelsin va olmaning optimal miqdori) E nuqtadan yuqoriroq naflik darajasiga ega bo'lgan befarqlik egri chiziqlarida joylashgan: E_1 , E_2 va E_3 nuqtalarga o'tadi.

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 V chizig'i). "Narx iste'mol" chizig'iga ko'ra talab chizig'ini aniqlash mumkin (b) rasm.

4. Daromad samarasi va almashtirish samarasi

"Daromad-iste'mol" chizig'ini tahlil qilganimizda, daromad o'zgarishini (narxlar o'zgarganda) iste'molga ta'sirini o'rgangan edik. "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 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).



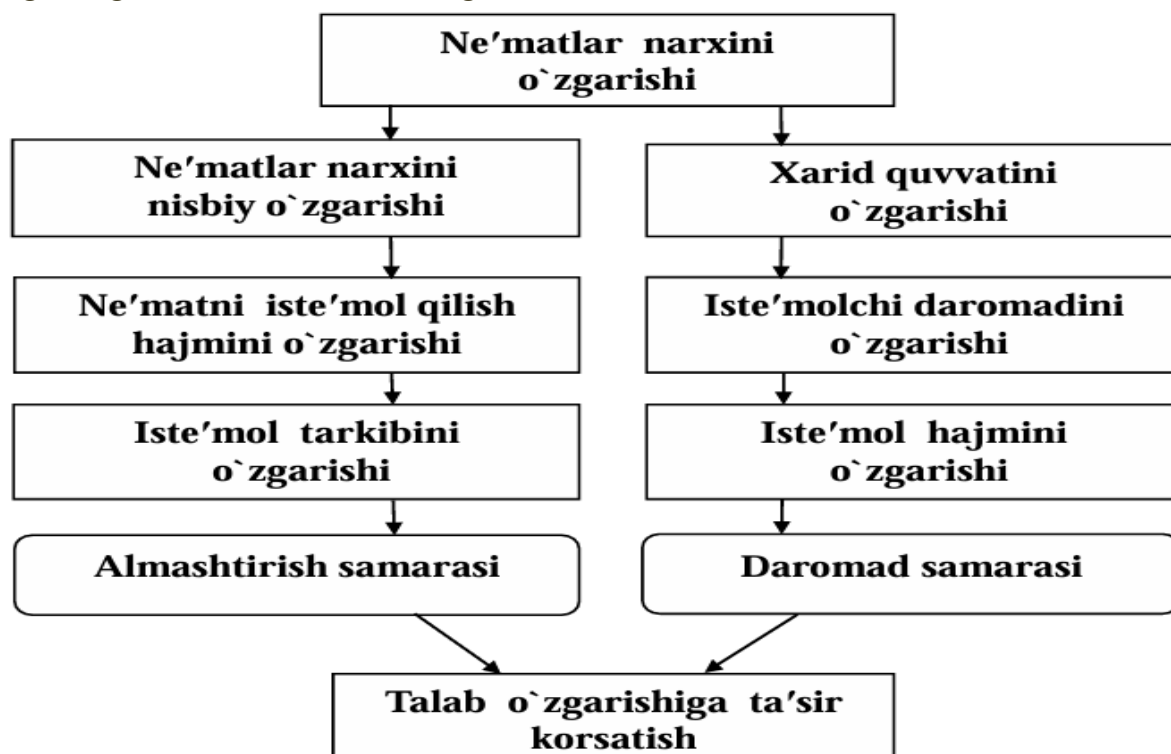
7.4-rasm. Normal tovarlar uchun daromad samarasi

Narxning har qanday pasayishi, birinchidan: real daromadni oshiradi, natijada befarqlik egri chizig'i suriladi va iste'molchi sotib olishi mumkin bo'lgan ne'matlar tarkibini o'zgartiradi; ikkinchidan - narxlar nisbatini o'zgartiradi va bir ne'matni (Y) boshqa ne'mat (X) bilan almashtiriladi.

Ne'matlar majmuasiga (X va Y 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 YX va X ne'mat narxi pasaygandan keyingi holati YX' keltirilgan. Boshlang'ich byudjet chizig'ida TU_1 befarqlik egri chizig'iga mos keluvchi optimal majmua E_1 nuqta bilan ifodalangan. E_1 nuqtada iste'molchi Y ne'matdan Y_1 miqdorda, X ne'matdan X_1 miqdorda sotib oladi. X ne'matning narxi tushgandan keyin, yangi optimal majmua YX' byudjet chizig'i bilan TU chiziqlari kesishgan E_1 nuqtaga o'tadi. E_2 befarqlik egri nuqtada iste'molchi X ne'matdan X_2 miqdorda va Y tovaridan Y_2 miqdorda sotib oladi. Demak, X 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 X ne'matni iste'mol qilish hajmining umumiy o'zgarishi (uning narxi tushishi hisobidan) rasmda $X_1 X_2$ bilan belgilangan. Iste'molchi boshida OX_1 miqdorda X ne'matdan sotib oladi, narx o'zgargandan keyin sotib olish hajmi OX_2 ga o'zgaradi. Y tovarni sotib olish hajmi OY_1 dan OY_2 ga qisqardi.

X ne'mat iste'molining umumiy o'zgarishi $X_1 X_2$ oraliqqa umumiy samara deyiladi. Endi umumiy samarani daromad samarasiga va almashtirish samarasiga qanday ajralishini ko'ramiz.

Daromad samarasini aniqlash uchun YX' byudjet chizig'iga parallel qilib $Y'X''$ byudjet chizig'ini TU_1 befarqlik egri chizig'iga urinadigan qilib o'tkazamiz va bu uringan nuqtani E_3 deb belgilaymiz. E_3 nuqtaga mos keluvchi optimal majmuadagi X ne'mat miqdori X_3 ga teng va u X_1 X_2 umumiy samarani ikki qismga ajratadi: X_1 X_3 va X_3 X_2 . Parallel ikki byudjet chizig'i orasida yotgan X_3 X_2 o'zgarishga daromad samarasi va bitta befarqlik egri chizig'i ustida yotgan X_1 X_3 o'zgarishga - almashtirish samarasi deyiladi. Daromad va almashtirish samarasini talab o'zgarishiga ta'siri 7.5 rasmda keltirilgan.



7.5-rasm. Daromad va almashtirish samarasini talab o'zgarishiga ta'siri

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

Almashish samarasi - bu naflik darajasi o'zgarmaganda, tovarlar narxi o'zgarishi munosabati bilan iste'mol tovarlariga talab tarkibining o'zgarishidir. Almashish samarasi X ne'mat narxini o'zgarishi natijasida Y ne'matni qo'shimcha X ne'mat bilan almashtirilishini ifodalaydi. Bu almashtirish befarqlik egri chizig'i TU_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.

5. Yakka va bozor talabi

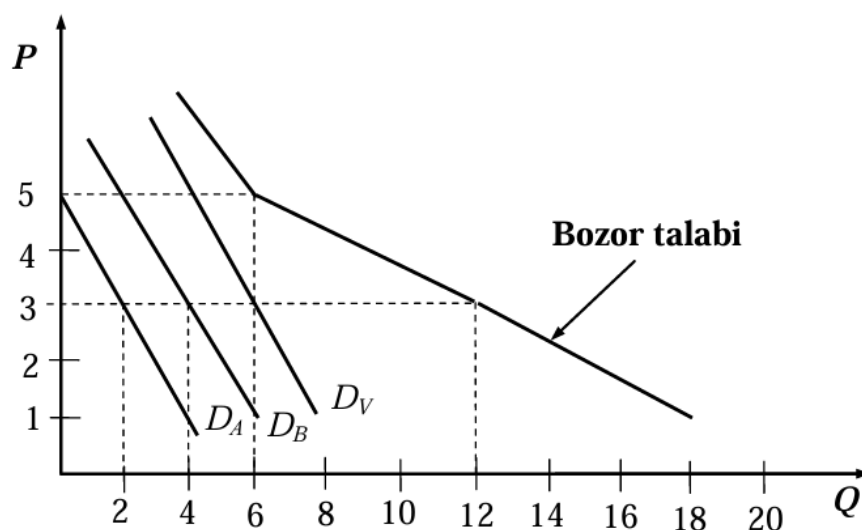
Bozor talabi alohida bozordagi iste'molchilarning individual talablari yig'indisi bilan aniqlanadi. Bozor talabi chizig'i esa ma'lum bozordagi iste'molchilarning individual talablari chiziqlarini qo'shish orqali olinish mumkin. Faraz qilaylik, oziq-ovqat bozorida (masalani soddalashtirish uchun) uchta A , B va V iste'molchilar harakat qiladi deylik. Quyidagi jadvalda (7.1-jadval) har bir iste'molchining berilgan narxlarda oziq-ovqatga bo'lgan talabi keltirilgan.

Oziq-ovqat narxi, so'm (P)	Yakka iste'molchilar talabi			Umumiy bozor talabi, birlikda
	A	B	V	
10000	4	6	8	18
2000	3	5	7	15
3000	2	4	6	12
4000	1	3	5	9
5000	0	2	4	6

Oxirgi 6 ustunda umumiy bozor talabi keltirigan va ular iste'molchilarning individual talablarini qo'shish orqali aniqlangan. Masalan, oziq-ovqat narxi 1000 so'm bo'lganda, umumiy bozor talabi quyidagicha hisoblanadi: $4+6+8=18$.

Quyidagi 7.6-rasmda ushbu iste'molchilarning yakka 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.



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

Masalan, narx 3000 so'm bo'lganda, bozor talabi 12 birlik bo'lib, u A, B va V iste'molchilarning narx 3000 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.

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 surilishiga 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 Bozor talabi 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. Bordiyu talab birlik elastiklikka ega bo`lsa, narx oshganda ham, oshmaganda ham iste'molchining tovar sotib olishga sarfi o`zgarmaydi.

Qisqa xulosalar

Daromadning o`zgarishi byudjet chizig`ini o`ziga parallel ravishda surilishiga olib keladi, nima uchun deganda, narxlar nisbati o`zgarmaydi. Daromad oshganda, byudjet chizig`i o`ngga-yuqoriga suriladi, kamayganda pastga-chapga suriladi. Daromadlarning o`zgarishiga mos ravishda iste'molchining yangi holatdagi muvozanat nuqtalari o`rnatiladi. 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.

Real daromad oshishi bilan birlamchi ehtiyoj ne'matlariga talab qisqarib borib, ikkilamchi ehtiyoj ne'matlariga talab oshib borishi isbotlangan. Nemis olimi Ernst Engel (1821-1896) birinchi bo`lib daromad o`zgarishining iste'mol tarkibiga ta'sirini tadqiq qilgan. Tovarlar tarkibining daromadga nisbatan o`zgarishini ifodalovchi chiziqlar, Engel egri chiziqlari 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 iste'molchining sotib olish imkoniyatini oshganligini ko`rsatadi va u bir byudjet chizig`idan boshqa byudjet chizig`iga iste'molchining optimal tovarlar majmuasiga o`tishini aks ettiradi.

Almashish samarasi - bu naflik darajasi o`zgarmaganda, tovarlar narxi o`zgarishi munosabati bilan iste'mol tovarlariga talab tarkibining o`zgarishidir. Almashish samarasi X ne'mat narxini o`zgarishi natijasida Y ne'matni qo`shimcha X ne'mat bilan almashtirilishini ifodalaydi. Bu almashtirish befarqlik egri chizig`i TU_1 bo`yicha bo`ladi.

Muvozanatlik shartiga ko`ra, iste'molchi daromadini shunday taqsimlaydiki, natijada tovarlarning har biriga sarflangan oxirgi pul birligi (oxirgi so`m, oxirgi dollar, oxirgi rubl) bir xil chekli naf keltirsin. Agar shunday bo`lmasa, iste'molchi kamroq chekli naf beradigan oxirgi so`mini, ko`proq chekli naf beradigan ne'matga qayta taqsimlashi mumkin bo`ladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. «Daromad-iste'mol» chizig`i nimani ifodalaydi?
2. «Engel egri chiziqlari» deb nimaga aytiladi?
3. «Narx-iste'mol» chizig`i nimani ifodalaydi?
4. Daromad samarasi qanday holatda yuz beradi?
5. Almashtirish samarasi qanday holatda yuz beradi?
6. Yakka va bozor talabi qanday farqlanadi?

Reja:

1. Noaniqlik sharoitida tanlov
2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat
3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish

1. Noaniqlik sharoitida tanlov

Kelajakka taalluqli har qanday harakat noaniq natijaga ega. Daromadlarimizning bir qismini bankka depozitga joylashtirganimizda bankdan pulni qaytarib oladigan davrda uning xarid quvvati qancha bo'lishini bilmaymiz, negaki o'tadigan davr oralig'ida inflyasiya sur'atlari qanchalik o'sishi bizga noma'lum. Yoki biror maqsadda bankdan uzoq muddatli kredit olib, uni kelgusida oladigan daromadlarimizdan qoplashni rejalashtiramiz. Ammo kelgusida oladigan daromadlarimiz har doim ham aniq bo'lavermaydi.

Bugun xarid qilingan aksiyaning bo'lg'usi qiymati ham bizga noma'lum, biz aksiyasini xarid qilgan aksiyadorlik kompaniyasining kelgusidagi moliyaviy holati, obro'-e'tibori va dividend siyosati fond bozorlarida aksiya qiymatiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Tadbirkorlik faoliyati — tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari tomonidan amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat. Demak, tadbirkorlikka yoki daromad olish uchun tikilgan kapitalning qiymati kelgusida undan olinadigan daromad qiymatiga bog'liq ekan, demak u noaniqlik va risk (tavakkalchilik) bilan bo'lgan ekan.

Risk (tavakkalchilik) – bu har qanday usul bilan baholangan ehtimollik, noaniqlik esa baholab bo'lmaydigan holat.

Noaniqlik sharoitida iste'molchilar tomonidan ham, ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham sotuvchi va xaridorlar sifatida qaror qabul qilishga to'g'ri keladi va bu qabul qilingan qarorlar albatta, ma'lum darajadagi risklar (tavakkalchilik) bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Noaniqlik cheklangan resurslarni samarasiz taqsimlanishiga, ortiqcha sarflarga, vaqtni yo'qotishga olib keladi.

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 sub'ektlari 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 bo'lmaganda qaror qabul qilish tushuniladi. Biror voqea yoki hodisa to'g'risida axborot to'liq bo'lmasa, qabul qilingan qaror salbiy oqibatlariga, 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. 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 etib kelmaslik ehtimoli faraz qilinganda, ushbu faraz qilingan raqam baholovchining bilimiga tajribasiga asoslanadi. Nima uchun deganda, ushbu voqeaning takrorlanishi to'g'risida statistik ma'lumotlar yo'q. Ehtimol sub'ektiv ravishda aniqlanganda, bitta hodisani har xil insonlar har xil qiymatdagi ehtimol bilan baholaydi.

Yuqoridagi misolda voqea ta'sir qiluvchi tasodifiy omillar ko'p va ularni 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 ob'ektiv ehtimol desak, u iqtisodiyotda kamroq uchraydi, ikkinchi turdagi ehtimol sub'ektiv ehtimol bo'lib, biznesga xosdir. Ham ob'ektiv va ham sub'ektiv ehtimollar tavakkalchilik darajasini ifodalashda va tanlashda foydalaniladi. Ob'ektiv ehtimol o'rtacha qiymatni aniqlashga yordam bersa, sub'ektiv 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'lhovi.

$$E(X) = \pi_1 X_1 + \pi_2 X_2 + \dots + \pi_n X_n = \sum_{i=1}^n \pi_i X_i$$

Bu yerda: x_i - mumkin bo'lgan natija; π_i - ushbu natijaning paydo bo'lish ehtimoli, $\sum_{i=1}^n \pi_i = 1$.

Masalan, firma yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi, agar firmaning yangi mahsuloti bozorda muvaffaqiyatga erishsa, har bir aksiyani 10000 so'mdan sotish mumkin, agar muvaffaqiyatga erishmasa, bir aksiya uchun 1000 so'm olinadi. Firma mahsulotining bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,6 ga teng bo'lsa, kutiladigan dividend qiymati quyidagicha aniqlanadi: $E(X) = 0.6 \cdot 10000 + 0.4 \cdot 1000 = 6400$ so'm/aksiya.

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. Faraz qilaylik tadbirkorning bir oylik soliq to'lovi 400 ming so'm, soliq to'lashdan qochganlik uchun jarima 10 000 ming so'm. Agar soliq inspeksiyasining yashirgan soliqni aniqlash ehtimoli 1/5 bo'lsa, tadbirkor uchun natijaning kutiladigan qiymati:

$E(x) = 4/5 \times 400 - 1/5 \times 10\,000 = 320 - 2000 = -1\,680$ ming so'm. Demak, soliqdan qochish tadbirkorga foyda keltirishdan ko'ra zararli ekan.

Noaniq holat natijalarining mumkin bo'lgan chegaralari - o'zgaruvchanlik deb ataladi. Faraz qilaylik talaba o'qishdan keyin qo'shimcha ish izlayapti. Uning uchun ikkita variant mavjud. Birinchisi, firmada sotish bo'yicha menedjer bo'lib ishlash, unda sotilgan mahsulotdan % shaklida maosh oladi. Agar tovar aylanmasi yaxshi bo'lsa, oyiga 1 500 ming so'm, yomon holatda esa 800 ming so'm maosh olish ehtimoli bor. Sotish hajmini yaxshi yoki yomon bo'lish ehtimoli 1/2. Ikkinchi variant firma administratsiyasida qat'iy belgilangan oklad bo'yicha maosh olish. Bunda maosh miqdori 900 ming so'm, ammo shtat qisqarib, talaba ishsiz qolishi va bo'shaganda 700 ming so'm kompensasiya olishi mumkin (ehtimoli 10 %). Quyidagi 8.1-jadvalda mumkin bo'lgan natijalar va ularning ehtimoli keltirilgan. 8.1- jadval Ish joylari variantlari bo'yicha daromad olish ehtimoli

Oylik maoshi	1- natija		2- natija	
	Ehti moli	Daromad, ming so'm	Ehtimol i	Daromad, ming so'm
Sotuvdan foiz shaklida	0,5	1 500	0,5	800
Qat'iy oklad	0,9	900	0,1	700

Manba: shartli raqamlar

Bunda ikkala ish joyidan olinishi kutiladigan daromad miqdori:

Birinchi variantda: $E(x) = 0,5 \times 1\,500 + 0,5 \times 800 = 1\,150$ ming so'm; Ikkinchi variantda: $E(x) = 0,9 \times 900 + 0,1 \times 700 = 880$ ming so'm.

Ikkala ish joyi uchun ham mumkin bo'lgan natijalarning o'zgaruvchanligi har xil. Ushbu o'zgaruvchanlikka ko'ra tavakkalchilikni tahlil qilish va uning katta yoki kichikligi to'g'risida gapirish mumkin. Bunday mezonga ko'ra, haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq (u musbat yoki manfiy bo'lishidan qat'iy nazar) qancha katta bo'lsa, bunday chetlanish shuncha katta tavakkalchilik bilan bog'liq ekanligidan darak beradi.

Amaliyotda chetlanishni o'lchash uchun bir-biridan farq qiladigan ikkita mezon ishlatiladi. Birinchisi, dispersiya bo'lib, u haqiqiy natijadan kutiladigan natijani ayrilganining o'rtacha o'lchovi miqdori kvadratiga teng, ya'ni: $\sigma^2 = \sum_{i=1}^n \pi_i [x_i - E(x)]^2$

Bu yerda: σ^2 -dispersiya; π_i - i-natijaning ehtimoli; x_i - mumkin bo'lgan natija; $E(x)$ - kutiladigan natija.

Bizning misolimizda: $\sigma^2 = \pi_1 [x_1 - E(x)]^2 + \pi_2 [x_2 - E(x)]^2$

Ushbu formuladan foydalanib quyidagi jadvalda ikkita daromad manbai uchun haqiqiy natijalarning kutiladigan natijalardan chetlanishini topamiz (8.2-jadval).

8.2- Jadval Haqiqiy natijalarni kutiladigan natijalardan chetlanishi, ming so'mda

Ish joyi	Sotuvdan foiz shaklida		Qat'iy oklad shaklida	
	natija	Chetlanish	natija	Chetlanish
Birinchi	1 500	350	800	350
Ikkinchi	900	20	700	180

Manba: shartli raqamlar

$$\sigma_1^2 = 0,5(1\,500 - 1150)^2 + 0,5(800 - 1150)^2 = 612502 + 61250 = 122500$$

$$\sigma_2^2 = 0,9(900 - 880)^2 + 0,1(700 - 880)^2 = 360 + 3240 = 3600$$

Ko'rinib turibdiki, har ikkala variant dispersiyalari keskin farq qiladi. Agar bu dispersiyalarni kvadrat ildizdan chiqarsak standart (o'rtacha kvadrat) chetlanish hosil bo'ladi.

Standart chetlanish (o'rtacha kvadratik chetlanish ham deyiladi), bu dispersiyadan olingan kvadrat ildizga teng, ya'ni: $\sigma = \sqrt{\sigma^2}$, bu yerda σ - standart chetlanish.

Birinchi ish joyi uchun standart chetlanish $\sigma_1 = \sqrt{122500} = 350$ so'm.

Xuddi shunday yo'l bilan ikkinchi ish joyi uchun standart chetlanish

$$\sigma_2 = \sqrt{3600} = 60 \text{ so'm.}$$

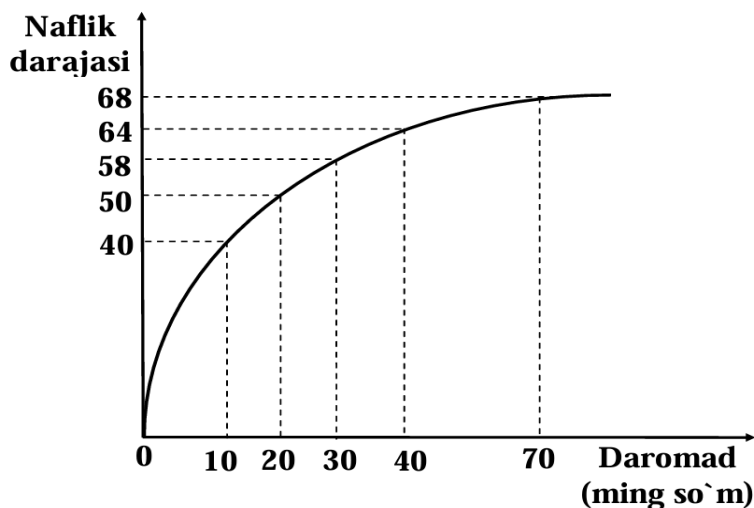
Bu shundan darak beradiki, birinchi variantda ikkinchi variantga nisbatan tavakkalchilik (risk) yuqori. Ikkala mezon ham bu yerda bir hil vazifani bajaradi, gap ularning qaysi biri foydalanishda o'ng'ayligida. Ko'rinib turibdiki ikkala holda ham ikkinchi ish joyi birinchiga qaraganda kamroq tavakkalchilikka (yo'qotishga) ega.

2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat

Yuqoridagi misoldan ko'rdikki, kim tavakkalchilikka borishga moyil bo'lmasa, ikkinchi ish joyiga boradi, nima uchun deganda bu ish joyida kutiladigan daromad kamroq tavakkalchilik bilan bog'liq.

Insonlar tavakkalchilikga borishga tayyorligi bo'yicha uch turga bo'linadi: tavakkalchilikga borishga moyil, tavakkalchilikga borishga qarshi, ya'ni moyil emas va tavakkalchilikka befarq qaraydigan insonlar.

Tavakkalchilikga qarshi bo'lgan inson deganda shunday inson tushuniladiki, kutiladigan daromad berilganda, u tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarga nisbatan, kafolatlangan natijani ustun ko'radi. Agar tavakkalchilikga qarshi insonni iste'molchi deb qarasa va u oladigan daromadiga 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).



8.1-rasm. Tavakkalchilikka moyil bo'lmagan holat

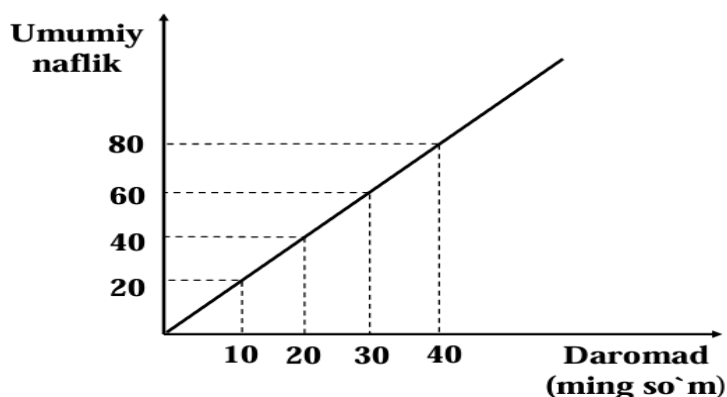
Tavakkalchilikka qarshi inson daromadi past darajadagi c[ko`ramiz. Rasmdan ko`rish mumkinki, har bir birlik qo`shimcha daromadga to`g`ri keladigan qo`shimcha naflik daromad oshishi bilan kamayib bormoqda. Masalan, 20-30 ming so`mlik daromad oralig`idagi har ming so`m daromadga 0,8 birlik naf to`g`ri kelsa, 40-70 ming so`mlik oralig`ida daromadga 0,13 naf birligi to`g`ri kelyapti. Chekli naflikni kamayishi insonlarda tavakkalchilikka salbiy munosabatini kuchaytiradi. Shuning uchun ham tavakkalchilikka borishga moyillikning yo`qligi ko`pchilik insonlarga xosdir.

Tavakkalchilik ular uchun og`ir sinovdek hisoblanadi va ular ma`lum kompensatsiya bo`lgandagina tavakkalchilikka borishi mumkin.

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

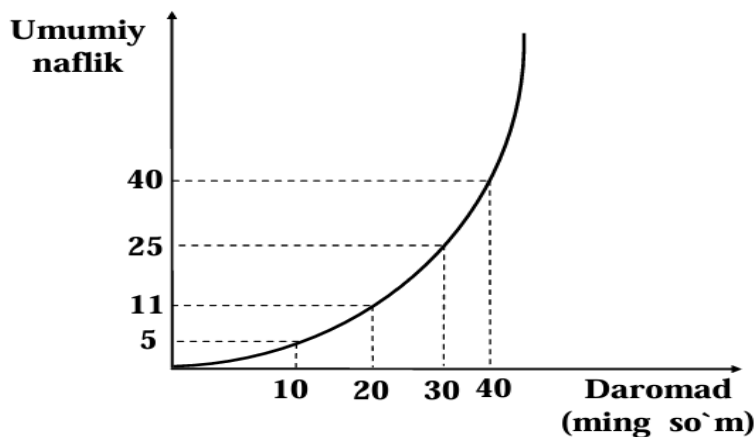
O`rtacha qiymatga nisbatan cheklanishlar bir-biri bilan qisqarib, umumiy chetlanishlar nolga teng bo`lgani uchun ham ushbu chetlanishlar uni qiziqitirmaydi. Tavakkalchilikka befarqlik koordinata boshidan chiqadigan to`g`ri chiziq sifatida ifodalanishi mumkin (8.2-rasm).

Daromadning bir tekisda o`zgarishi umumiy naflikni to`g`ri chiziq bo`yicha o`sishga olib keladi. 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 bahra oladi. Bunday turdagi insonlarga o`z taqdirini sinab ko`rishdan bahramand 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 sub'ektlari tavakkalchilikni e'tiborga ko'chalardagi, bozorlardagi har xil firibgarlar tavakkalchilikka moyil insonlar hisobidan boylik orttirs, sug'urta kompaniyalari tavakkalchilikka moyil yo'qotishlarini kamaytirishga xizmat qiladilar. bo'lmagan

3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish

Tavakkalchilikni diversifikatsiya, pasaytirishning sug'urtalash, quyidagi tavakkalchilikni insonlarni turlari mavjud: birlashtirish, tavakkalchilikni taqsimlash, axborot izlash, fyuchers, opsiya, xedjerlash va boshqalar.

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 hollarda bir turdagi mahsulotga bo'lgan talab kamayganda ikkinchi turdagi mahsulotga bo'lgan talab oshadi. quyidagi 8.3-jadvalda ikki turdagi mahsulotdan olinadigan daromadlar keltirilgan.

8.3- jadval Tovalarni sotishdan tushgan daromad

Tovarlar turi	Yoz fasli	Qish fasli
1-tur (muzqaymoq)	150 mln. so'm	5 mln. so'm
2-tur (kofe va issiq choy)	50 mln. so'm	120 mln. so'm

Manba: shartli raqamlar

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 diversifikatsiya hisobidan qoplanadi. Ko'rinib turibdiki firma 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 zarar ko'rish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik bilan qatnashuvchi sub'ektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub'ektning kutiladigan yo'qotishi nisbatan kichik bo'ladi.

Ushbu usuldan foydalangan holda yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni va ilmiy izlanishlarni tavakkalchilikdan qo'rqmasdan 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 nafini solishtirib ko'rish kerak bo'ladi.

Asimmetrik axborotlashgan bozor. Asimmetrik axborot - bu shunday holatki, bozordagi bozor sub'ektlari o'rtasida bo'ladigan savdo sotiqa ularning bir qismi kerakli, muhim axborotga ega, qolgan qismi esa ega emas.

Bozordagi tovarlarni taqsimlanishi optimal bo'lishi tovarlar narxi va tovar to'g'risida qanchalik to'g'ri axborot berishi bilan bog'liq. Raqobatlashgan bozorni qaraganimizda biz axborotni simmetrik ravishda taqsimlangan, ya'ni sotuvchilar va sotib oluvchilar axborot bilan to'liq ta'minlangan, deb faraz qilgan edik. Bunday holatda narxlar sotiladigan ne'matlarning alternativ xarajatlari to'g'risida to'liq axborot beradi. Aniq va to'liq axborotning bo'lishi bozordagi ne'matlarning optimal taqsimlanishiga yordam beradi. Lekin, bozorda ahvol butunlay boshqacha. Sotuvchilar o'z tovarlari sifatini yaxshi bilsada, ushbu axborotni xaridordan yashiradi. Xuddi shunday xaridorlar ham o'zlarining bozordagi hatti-harakatlarini yashirib, har xil yo'l bilan savdo-sotiqda bir tomonlama yutuqqa erishishga harakat qiladi. Bozor narxi o'zida juda ko'p axborotni mujassamlashtiradi. Ushbu axborotni bozor qatnashchilari qancha to'liq bilsa, savdo-sotiq ikki tomon uchun shuncha samarali bo'ladi, ya'ni ikki tomon ham maksimal foyda ko'radi. Yuqoridagidan kelib chiqib aytish mumkinki, bozorda axborotlar asimmetrik (to'liq) bo'lmaganligi uchun bozor mexanizmi ham etarli darajada mukammal emas. Bozor iqtisodiyoti shakllangan dastlabki davrlarda —iste'molchi ehtiyot chorasini ko'rsin (caveat venditor) qoidasi amalda bo'lgan. Ya'ni sotuvchilar tovarning faqat sifati bilan bog'liq cheklangan xarakteristikasiga javob bergan. Hozirgi kunda —sotuvchi ehtiyot chorasini ko'rsin (caveat emptor) qoidasi kirib keldi, ya'ni sotuvchi tovarning sifatsizligi yoki xaridorga yetkazgan moddiy va ma'naviy zarari uchun tovon puli to'lashi kerak.

Mahsulot sifati noaniqligi. Faraz qilaylik, bozorda foydalanilgan avtomobillar sotiladi. 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 narxini sotuvchilar 5000 doll. va iste'molchilar 5600 doll. baholaydilar. Holati o'rtadan past avtomobillar narxini esa mos ravishda 3000 va 3500 dollarga. Agar bozorda ikkala kategoriyadagi avtomobillar soni bir-biriga teng bo'lsa, avtomobilning o'rtacha narxi 4000 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 4000 doll. narx qanoatlantirmaydi. Yomon mashina sotuvchilarni esa 4000 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-sotiq larni noratsional bo'lishiga olib keladi. Yaxshi avtomobil egalari o'z avtomobillarini 4000 dollarda 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.

Sug'urtalash bozori. Sug'urtalash bozorida ham avtomobillar bozoridagi holatni kuzatish mumkin. Sug'urta qilinadigan shaxs o'zining sug'urta ob'ekti to'g'risida sug'urtalovchiga qaraganda ko'proq axborotga ega. Shuning uchun ham, bu yerda zaifroq, sog'ligi yaxshi bo'lmagan shaxslar ko'proq sug'urta kompaniyasi xizmatidan foydalanishga harakat qiladilar. Ushbu holat sug'urta kompaniyalarini sug'urta narxini oshishga olib keladi va yuqori sug'urta narxi o'z navbatida sog'ligi yaxshi bo'lgan shaxslarni sug'urtalashga bormasligini kuchaytiradi.

Ma'naviy tavakkalchilik (yo'qotish) - yo'qotishlar sug'urta kompaniyasi tomonidan to'liq qoplanishiga ishonib vujudga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar ehtimolini ongli ravishda oshirishga intiluvchi shaxslarning hatti-harakati.

Insonlar o'z hayotini, mulkini sug'urtalagandan keyin, o'zining hayotiga, mulkining saqlanishiga ko'pincha befarq qaray boshlaydilar. Ular sug'urtalashgacha qilinadigan ehtiyot-choralarni bajarmay qo'yadilar. Bunday holat tavakkalchilikni kuchaytiradi va inson o'zini sug'urta qilgan voqea-hodisalarning sodir bo'lish ehtimolini oshishga olib keladi.

Ba'zi bir nopok insonlar yuqori sug'urta haqi olish maqsadida, ongli ravishda o'zining eski uyini yoqadi, mulkini yaroqsiz holatga keltiradi va hatto o'z qarindoshlarini o'ldirishgacha boradilar.

Ma'naviy yo'qotishlarni quyidagi yo'llar orqali kamaytirish mumkin:

- sug'urtalanadigan shaxslarni yaxshiroq tekshirish, mijozlarni yo'qotishlari bo'yicha klassifikatsiya qilish asosida sug'urta badalini differentsiatsiyalash (ya'ni, yo'qotishi yuqori bo'lgan shaxs uchun yuqori sug'urta badali belgilash);

- yuqori yo'qotishga ega bo'ladigan shaxslar bilan sug'urta shartnomasini tuzmaslik (narkomanlar, spirtli ichimlik ichib avtomobil haydaydigan shaxslar);

- yo'qotishni qisman qoplash sharti bilan sug'urtalash.

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'i, 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.

Yopiq auksion - bu auksionda qatnashuvchilar bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda tovar uchun stavkalar qo'yadi va tovar kim ko'p stavka qo'ygan bo'lsa, unga beriladi.

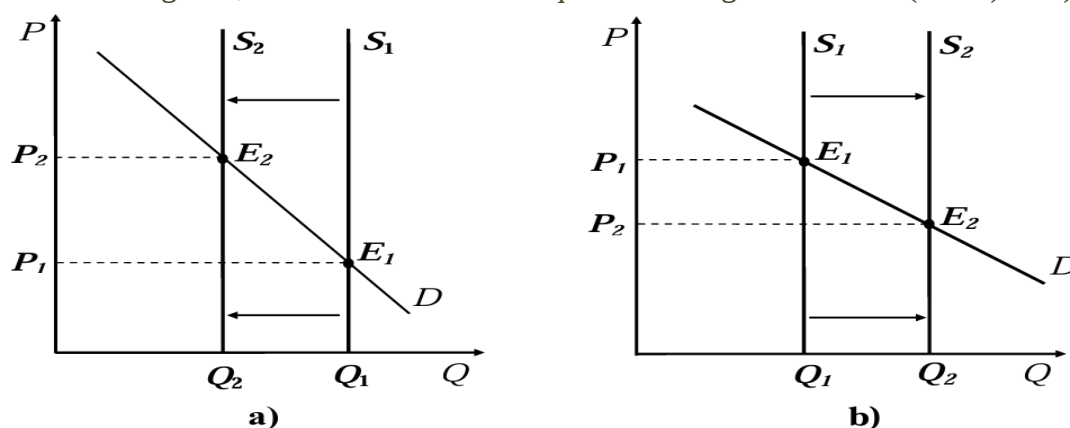
Hozirgi vaqtda iste'molchi huquqini himoya qiluvchi qonunlar ishlab chiqilgan. Bu qonunga ko'ra iste'molchi sotib olingan tovardan foydalanishi davomida ko'rgan jismoniy hamda ma'naviy yo'qotishlarini qoplashni sotuvchidan talab qilishga haqi bor. Lekin, iste'molchi huquqini himoya qilishda ob'ektiv chegara bo'lishi lozim. Rivojlangan davlatlarda iste'molchining yo'qotishini qoplash sotib olingan tovar qiymatining uch barobaridan oshmasligi kerak.

Ma'lumki, iste'molchi huquqini himoya qilish sotiladigan tovar va ko'rsatiladigan xizmat to'g'risida to'liq axborotga ega bo'lishni taqozo qiladi. Lekin, bunday axborotni olish mumkinmi, degan savol tug'iladi. Bu yerda iste'molchilar jamiyati va ommaviy axborot vositalari (gazeta, radio, televidenie), qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlari muhim rol o'ynaydi. Axborot berishda firmalarning o'zi ham katta rol o'ynaydilar. Lekin, axborot uchun haq to'lash kerak.

Ma'lumki, axborotlarning juda katta qismi reklama shaklida keladi. Lekin, reklamalar to'g'ri axborot beradimi yoki yo'qmi uni aniqlash qiyin. Shuning uchun ham bu yerda asosiy mezon mahsulot sifati bilan uning narxi o'rtasidagi nisbatning optimal bo'lishidadir. Ma'lumki, mahsulot sifatining oshishi, uning narxini oshiradi.

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, qaerda unga talab ko'p bo'lsa, o'sha yerga etkazib 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'lchilik vaqtidan tovarlar cheklangan vaqtga ko'chiradi va shu bilan narxlarning tekislashuvini ta'minlaydilar.

Savdogarlar bo'lmaganda, serhosil va hosildorlik yaxshi bo'lmagan yillarda talab D va taklif S_1 bo'lganda, muvozanat holat E_1 nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi (8.4- a) va b) -rasmlar).



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

Savdogarlar serhosil yilda mahsulot sotish hajmini Q_1 dan Q_2 ga qisqartirib, muvozanat narxni P_1 dan P_2 ga ko'taradi. Shu bilan birga jamg'arilgan mahsulot zahirasi hosildor bo'lmagan yildagi taklifni Q_1 dan Q_2 ga oshirib, muvozanat narxni P_1 dan P_2 ga tushiradi. 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'ynaydilar.

Fyucherslar - bu oldindan belgilangan narxlarda ma'lum miqdordagi tovarlarni kelajakda ma'lum kunda etkazish 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.

Opsiyon 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, opsiya ham tovarlar narxini vaqt bo'yicha tekislashga yordam beradi.

Xedjirlashtirish - bu operatsiya bo'lib, unga ko'ra fyucherslar bozori va opsiya 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 muxtoj bo'lganlarga etkazadilar.

Qisqa xulosalar

Kelajakka taalluqli har qanday harakat noaniq natijaga ega. Noaniqlik sharoitida iste'molchilar tomonidan ham, ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham sotuvchi va xaridorlar sifatida qaror qabul qilishga to'g'ri keladi va bu qabul qilingan qarorlar albatta, ma'lum darajadagi risklar (tavakkalchilik) bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Noaniqlik cheklangan resurslarni samarasiz taqsimlanishiga, ortiqcha sarflarga, vaqtni yo'qotishga olib keladi.

Tadbirkorlikka yoki daromad olish uchun tikilgan kapitalning qiymati kelgusida undan olinadigan daromad qiymatiga bog'liq ekan, demak u noaniqlik va risk (tavakkalchilik) bilan bo'lgan ekan.

Risk (tavakkalchilik) – bu har qanday usul bilan baholangan ehtimollik, noaniqlik esa baholab bo'lmaydigan holat.

Noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish deganda, to'liq axborot bo'lmaganda 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.

Tavakkalchilikni o'lchashning asosi ehtimol tushunchasi bilan bog'liq. Ehtimol ikki turga bo'linadi: matematik, ya'ni oldindan aniqlash mumkin bo'lgan ehtimol va statistik ehtimol.

Kutiladigan miqdor - bu mumkin bo'lgan barcha natijalarning o'rtacha o'lchangan qiymatlari. **Chetlanish** - bu haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq bo'lib, u tavakkalchilikdan (yo'qotishdan) darak beradi.

Insonlar tavakkalchilikga borishga tayyorligi bo'yicha uch turga bo'linadi: tavakkalchilikga borishga moyil, tavakkalchilikga borishga qarshi, ya'ni moyil emas va tavakkalchilikka befarq qaraydigan insonlar.

Tavakkalchilikni pasaytirishning diversifikatsiya, sug'urtalash, quyidagi tavakkalchilikni turlari mavjud: birlashtirish, tavakkalchilikni taqsimlash, axborot izlash, fyuchers, opsiya, xedjirlash va boshqalar.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Noaniqlik va tavakkalchilik deganda nimani tushunasiz?
2. Ob'ektiv va sub'ektiv ehtimollar va ular o'rtasidagi farq qanday aniqlanadi?
3. Tavakkalchilikni o'lchash usullari xususida nimalarni bilasiz?
4. Tavakkalchilikka moyillik, befarqlik va undan qochish xususiyatlari nimalarga bog'liq?
5. Ma'naviy tavakkalchilik deganda nimani tushunasiz?
6. Tavakkalchilikka befarq qaraydigan shaxs qanday xususiyatga ega bo'ladi?
7. Tavakkalchilikni pasaytirish yo'llarini izohlab bering.
8. Asimmetrik axborot qanday oqibatlarga olib keladi?
9. Axborotdagi asimmetriyani yuqotish yo'llari nimadan iborat?
10. Bozor signallari nimani ifodalaydi?
11. Olib sotarlik va uni iqtisodiyotdagi o'rni nimadan iborat?

9-mavzu: Firma va ularning tashkiliy-iqtisodiy asoslari

Reja:

1. Firma tushunchasi va uning turkumlanishi
2. Xususiy mulk egaligidagi firmalar
3. Hamkorlikka asoslangan firmalar
4. Korporativ mulkka asoslangan firmalar

1. Firma tushunchasi va uning turkumlanishi

Bozor xo'jaligining asosiy elementlaridan biri firma hisoblanadi. Ammo amaliyotda ko'pincha korxona so'zi ko'p ishlatiladi. Eng avvalo korxona va firma so'zlarining terminologik farqlarini ko'rib chiqsak.

1. Korxona – bu zavod, fabrika, ferma va boshqa ko'rinishdagi tashkilot bo'lib, u asosan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish hamda taqsimlash bilan shug'ullanadi.

2. Firma esa, egaligida alohida mol-mulki bo'lgan va o'ziga qarashli bo'lgan korxonada (korxonalarda) mustaqil xo'jalik faoliyatini amalga oshiradigan yuridik tashkilotdir. Firma maksimal foyda olish va iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish maqsadida resurslarni birlashtiradi. Firma tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradi. O'zbekiston Respublikasining 2012 yil 3 mayda qabul qilingan yangi tahrirdagi “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida”gi qonunining 3-moddasida :Tadbirkorlik faoliyati” tushunchasiga quyidagicha ta'rif beriladi: **“Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) – tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat”** hisoblanadi.

Firmalarni turli mezonlar bo'yicha turkumlash mumkin (9.1-rasm):

1. Huquqiy maqomi bo'yicha:

- jismoniy shaxs;
- yuridik shaxs.

2. Mulkchilik shakli bo'yicha:

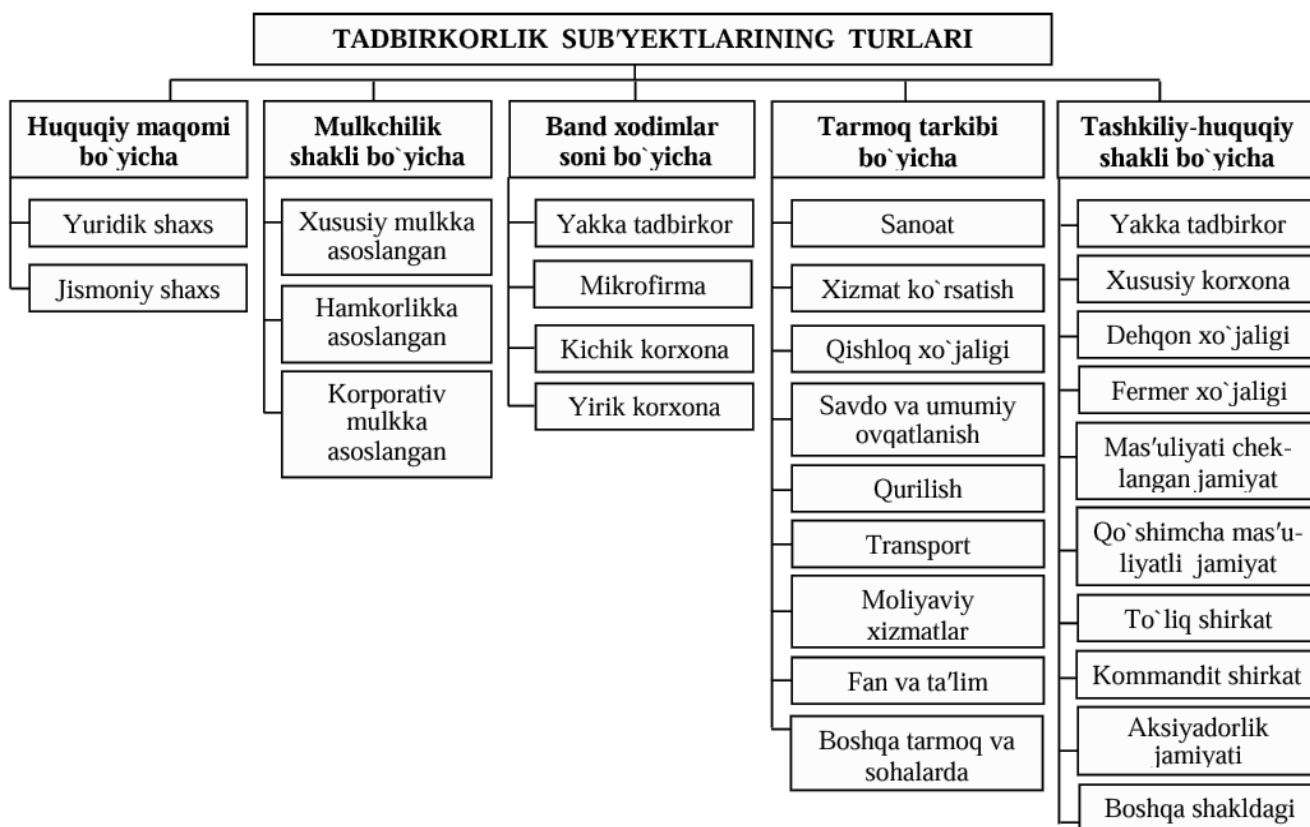
- xususiy mulk egaligida;
- hamkorlik mulkida;
- korporativ mulkda.

3. Band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha:

- yakka tadbirkor;
- mikrofirma;
- kichik korxona;
- yirik korxona.

4. Tashkiliy-huquqiy shakli bo'yicha:

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- xususiy firma;
- oilaviy korxona;
- fermer xo'jaligi;
- dehqon xo'jaligi;
- to'liq shirkat;
- kommandit shirkat;
- mas'uliyati cheklangan jamiyat;
- qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat;
- aksiyadorlik jamiyati ;
- ishlab chiqarish kooperativlari;
- unitar korxona va boshq.



9.1-rasm. Tadbirkorlik sub'ektlarining turkumlanishi

5. Faoliyat yo'nalishi bo'yicha:

- ishlab chiqarish yo'nalishidagi;
- xizmat ko'rsatish yo'nalishidagi;
- tijorat yo'nalishidagi;
- moliyaviy yo'nalishdagi;
- konsalting (maslahat) yo'nalishidagi va boshq.

6. Tarmoq tarkibi bo'yicha:

- sanoat; - qishloq xo'jaligi;
- savdo va umumiy ovqatlanish;
- xizmat ko'rsatish;
- transport va aloqa;
- uy-joy va kommunal xo'jaligi;
- qurilish;
- moliya;
- ta'lim va fan;
- boshqa sohalardagi.

Amaldagi qonunchilikka ko'ra, tadbirkorlik faoliyati bilan jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida shug'ullanish mumkin. O'zbekiston 149 Respublikasining "Fuqarolik Kodeksi"ga muvofiq fuqarolar (jismoniy shaxslar) deganda respublikamizning fuqarolari, boshqa davlatlarning fuqarolari, shuningdek, fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi. Fuqaro (jismoniy shaxs) yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tgan paytdan boshlab tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga haqlidir.

"Fuqarolik Kodeksi"ning 39-moddasiga muvofiq: "o'z mulkida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o'z nomidan mulkiy yoki shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da'vogar va

javobgar bo'la oladigan tashkilot yuridik shaxs hisoblanadi". Ammo yuridik shaxslarning faqatgina foyda olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olgan turlari, ya'ni tijoratchi tashkilotlar tadbirkorlik sub'ektlari hisoblanadi.

Mulk shakli bo'yicha firmalar quyidagicha guruhlanadi:

- yakka mulk egaligi (yakka tartibdagi tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari, fermer xo'jaliklari, xususiy firmalar);
- hamkorlikdagi mulk egaligi (xo'jalik shirkatlari (to'liq va kommandit), mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar, qishloq xo'jaligi shirkatlari, kooperativlar boshq.);
- korporasiya (aksiyadorlik jamiyati).

Yakka mulk egaligi o'z manfaatlari yo'lida biznesni mustaqil tashkil etish imkonini beradi. Yakka mulk egaligidagi firmalarning mulki bir kishiga tegishli bo'lib, bo'linmasdir.

Afzalliklari:

- yakka mulk egaligiga asoslangan tadbirkorlikni tashkil etish nisbatan oson kechadi, ya'ni ularni davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish hamda tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi yengil;
- yakka mulk egasi o'z biznesiga o'zi xo'jayin va mustaqil xo'jalik yuritish hamda qarorlar qabul qilish imkoniyatiga ega;
- olinadigan foyda bir kishiga tegishli ekanligi biznesni samarali yuritishga kuchli iqtisodiy rag'batni vujudga keltiradi.

Nuqsonlari:

- ko'p holatlarda yakka tadbirkorning keyinchalik o'z biznesini kengaytirish va ko'proq daromad topish imkoniyatlari moliyaviy jihatdan cheklangan bo'ladi;
- moliyaviy resurslarning cheklanganligi sababli tijorat banklari va boshqa moliyaviy muassasalar ko'p holatlarda yakka tadbirkorlar bilan hamkorlik qilishga moyil bo'lmaydi;
- yakka mulk egasi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish bilan bog'liq barcha vazifalarni (xodimlarni yollash va boshqarish, moddiy ta'minot, mahsulotni sotish, ishlab chiqarishning texnologik jarayonlarini tashkil etish, mablag'larni jalb etish, buxgalteriya hisobi va hisobot shakllarini yuritish va boshq.) bir o'zi bajarishiga to'g'ri keladi va bular uning ko'p vaqtini band etadi;
- yakka tadbirkorlik sub'ekti cheklanmagan moddiy javobgarlikka ega bo'ladi, ya'ni noto'lovlar vujudga kelganda kreditorlar uning shaxsiy mulkiga ham da'vo qo'zg'atishi mumkin.

Hamkorlik biznesni tashkil etishning yakka tadbirkorlikka nisbatan mukammalroq shakli hisoblanadi. Hamkorlikda ikki yoki undan ortiq sheriklar firma tashkil etish va uni birgalikda boshqarishga kelishib oladilar. Bunda ular firmani ta'sis etish jarayonida o'zlarining moliyaviy mablag'larini va ishbilarmonlik qobiliyatlarini ham birlashtiradilar. Shu bilan birga biznesni yuritish bilan bog'liq tadbirkorlik xatari hamda foyda yoki zararlarni o'zaro taqsimlaydilar.

Firma faoliyatida ishtirok etishiga ko'ra, hamkorlar turlicha mavqega ega bo'ladi. Ayrim hollarda hamma sheriklar biznesni boshqarishda birdek faol ishtirok etishsa, boshqa holatlarda bir nechta sheriklar boshqaruvda ishtirok etmasligi mumkin (masalan, kommandit shirkatda).

Hamkorlikning afzalliklari:

- yakka tadbirkorlikdagi kabi hamkorlikdagi biznesni tashkil etish ham birmuncha oson kechadi;
- ishtirokchilar sonining ko'pligi boshqaruvda ixtisoslashuv imkoniyatini yaratadi; - bir nechta sheriklarning resurslarini birlashtirish oqibatida firmaning moliyaviy barqarorligi kuchayadi va kredit beruvchi muassasalardan qarzga mablag'lar jalb etish imkoniyati kengayadi.

Nuqsonlari:

- firmani boshqarishda bir nechta kishi ishtirok etganda boshqaruv qarorlari qabul qilishda fikrlar va manfaatlarining mos kelmasligi, o'zaro kelishmovchiliklar hamda ayrim sheriklarning mas'uliyatsizligi biznesning muvaffaqiyatli rivojlanishiga xalaqit qilishi mumkin;

- garchi yakka mulk egaligiga nisbatan moliyaviy imkoniyatlar kengroq bo'lsada, biznes doirasini kengaytirish va yirik loyi'alarni amalga oshirish uchun mablag` yetishmasligi mumkin;
- hamkorlikning davomiyligini oldindan bashorat etib bo'lmaydi, bir yoki bir nechta sherikning biznesdan chiqishi firma faoliyatini tugashiga olib kelishi yoki unga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin;
- hamkorlikda biror bir sherikning uquvsizligi yoki mas'uliyatsizligi natijasida ko'rilgan zarar uchun barcha sheriklar birdek moddiy javobgar bo'ladi.

Korporasiya biznesni mulk egaligidan ajratilgan tashkiliy-huquqiy shakli hisoblanadi. Korporasiya (aksiyadorlar jamiyati) ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar va korporasiya faoliyati bilan bog'liq zarar uchun o'zlariga qarashli aksiyalar qiymati doirasida javobgar bo'ladilar. Korporasiya uning mulkdorlaridan alohida yuridik shaxs maqomidagi firma hisoblanadi.

Korporasiya - mulkiy paylarga (aksiyalarga) asoslangan firmadir. Korporasiya aksiyalarini xarid qilgan shaxslar uning mulkdorlari sanaladi.

Korporasiya - mulk egaligidan birining (bir nechtasining) o'limi yoki aksiyalarini sotishi, yangi aksiyadorlarning vujudga kelishi korporasiya faoliyatining to'xtashiga olib kelmaydi. Agar aksiya egalriga korporasiya yuritayotgan siyosat yoqmasa, u o'ziga tegishli bo'lgan aksiyani istagan ochiq bozorda boshqa shaxslarga sotishi mumkin, ammo kompaniya tugatilmaydi.

Korporasiyaning mulki uning aksiyadorlari o'rtasida aksiyalar ko'rinishida taqsimlangan. Korporasiyaning foydasi uning aksiyadorlari o'rtasida dividend ko'rinishida taqsimlanishi yoki korporasiyani rivojlantirish uchun taqsimlanmagan foyda ko'rinishida qoldirilishi mumkin.

Korporasiyaning afzalliklari:

- korporasiya biznesni tashkil etishning ancha mukammal shakli bo'lib, yirikligi va faoliyat doirasining kengligi bilan xarakterlanadi;
- korporasiyalar qimmatli qog'ozlar bozorida aksiya va obligasiyalarini sotish orqali ko'plab uy xo'jaligi egalari uning mablag'larini jamlash va ishlab chiqarishni kengaytirishga sarflash imkoniyatiga ega bo'ladilar;
- korporasiya uchun cheklangan javobgarlik xosdir, ya'ni uning mulkdorlari (aksiyadorlar) faqatgina sotib olingan aksiyalar qiymatiga mos bo'lgan miqdorda tavakkalchilik qiladilar (kreditorlar korporasiya mulkdorlari shaxsiy mulkiga emas, yuridik shaxs sifatida korporasiyaning o'z mulkiga da'vo qo'zg'atishi mumkin);
- korporasiya hajmining kattaligi inson resurslaridan foydalanishda chuqur ixtisoslashuvni ta'minlash va ko'proq samaradorlikka erishishga yo'l ochadi;
- korporasiya mulkdorlardan alohida yuridik shaxs bo'lgani sababli mulkdorlardan biri yoki bir nechta aksiyalarini sotish orqali firmadan chiqishi uning faoliyatiga ta'sir ko'rsatmaydi, shu tufayli u barqaror rivojlanish xususiyatiga ega.

2. Xususiy mulk egaligidagi firmalar

Xususiy mulk egaligidagi firmalar sirasiga xususiy va oilaviy korxonalar, fermer va dehqon xo'jaliklari kiradi. Yakka tartibdagi tadbirkorlik yuridik shaxs sanalmasligi tufayli, firma toifasiga kiritilmaydi.

Xususiy korxona. Xususiy korxona xususiy mulkka asoslangan firma shaklidir. O'zbekiston Respublikasining "Xususiy korxona to'g'risida"gi qonuni xususiy korxonalar faoliyatini tartibga soladi. Mazkur qonunga ko'ra "mulkdor yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot xususiy korxona" deb e'tirof etiladi. Xususiy korxona tadbirkorlik sub'ektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

Xususiy korxona o'z mulkida alohida mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lishi hamda ularni amalga oshirishi, majburiyatlarni bajarishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Xususiy korxona o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi. Xususiy korxona mulkdori korxonaning mol mulki etarli bo'lmagan taqdirda xususiy korxonaning majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli mol-mulk bilan qonun hujjatlariga muvofiq subsidiar javobgar bo'ladi"¹³.

Xususiy korxona davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi. Xususiy korxona mulkdor tomonidan tuziladi, mulkdor unga tegishli mol-mulk beradi va uning ustavini tasdiqlaydi. Amaldagi qonunchilikka ko'ra xususiy korxona, agar uning ustavida boshqacha qoida belgilangan bo'lmasa, nomuayyan muddatga tuziladi. Xususiy korxonaning ustav fondi bo'linmasdir, ya'ni bitta shaxsga tegishli va uni mulkdorning o'zi belgilaydi.

Xususiy korxona mulkdori korxonaning soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan keyin qolgan foydasini o'z ixtiyoriga ko'ra tasarruf etadi.

Oilaviy korxona. O'zbekiston Respublikasining 2014 yil 23 martdagi "Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida"gi qonuniga muvofiq "Oilaviy korxona uning ishtirokchilari tomonidan tovarlar ishlab chiqarish (ishlar bajarish, xizmatlar ko'rsatish) va realizatsiya qilishni amalga oshirish uchun ixtiyoriy asosda, oilaviy korxona ishtirokchilarining ulushli yoki birgalikdagi mulkida bo'lgan umumiy mol-mulk, shuningdek oilaviy korxona ishtirokchilaridan har birining mol-mulki negizida tashkil etiladigan kichik tadbirkorlik sub'ektidir. Oilaviy korxona faoliyati uning ishtirokchilarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi. Oilaviy korxona tadbirkorlik sub'ektlarining tashkiliy-huquqiy shakllaridan biridir"¹⁴.

Mazkur qonunga ko'ra oilaviy tadbirkorlik yuridik shaxs tashkil etgan yoki etmagan holda amalga oshirilishi mumkin. Oilaviy tadbirkorlikning o'z faoliyatini faqat yuridik shaxs maqomida amalga oshirishi mumkin bo'lgan shakli oilaviy korxonadir. Oilaviy korxona alohida mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarni oladi hamda amalga oshiradi, zimmasiga majburiyatlar olishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Oilaviy korxona o'z majburiyatlari bo'yicha qonunga muvofiq undiruv qaratilishi mumkin bo'lgan o'ziga tegishli barcha mol-mulk bilan javob beradi. Oilaviy korxona ishtirokchilari korxona mol-mulki etarli bo'lmaganda oilaviy korxonaning majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli mol-mulk bilan qonun hujjatlariga muvofiq subsidiar javobgar bo'ladi.

Oila boshlig'i, uning xotini (eri), bolalari va nabiralari, ota-onasi, mehnatga qobiliyatli yoshga to'lgan boshqa qarindoshlari (bolalari va nabiralarning erlari (xotinlari), tug'ishgan hamda o'gay aka-uka va opa singillari, ularning erlari (xotinlari) hamda bolalari, tog'a va amaki hamda amma va xolalari) oilaviy korxona ishtirokchilari bo'lishi mumkin. Bir oilaviy korxona ishtirokchisi bir vaqtning o'zida boshqa oilaviy korxona ishtirokchisi bo'lishi mumkin emas. Oilaviy korxona ishtirokchilarining umumiy yig'ilishi oilaviy korxonaning yuqori boshqaruv organidir.

Oilaviy korxona xodimlarni yollashni amalga oshirishi mumkin. Oilaviy korxona ishtirokchilarining va uning yollanma xodimlarining umumiy soni kichik tadbirkorlik sub'ektlari xodimlarining qonun hujjatlarida belgilangan o'rtacha yillik sonidan ko'p bo'lishi mumkin emas. Bunda oilaviy korxona ishtirokchilarining eng kam soni ikki kishidan oz bo'lmasligi kerak.

Oilaviy korxonaning foydasi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan keyin uning ishtirokchilari tasarrufiga o'tadi hamda unga soliq solinmaydi.

Fermer xo'jaligi. Fermer xo'jaligi firmalarning agrar sektorda faoliyat olib boradigan va xususiy mulkka asoslangan tashkiliy-huquqiy shakli sanaladi. O'zbekiston Respublikasining "Fermer xo'jaligi to'g'risida"gi qonuniga asosan "Fermer xo'jaligi ijaraga berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo'jaligi mahsulotini etishtirish hamda qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa faoliyat turlari bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlik sub'ektidir".

¹³ O'zbekiston Respublikasining 2003 yil 11 dekabrda —Xususiy korxona to'g'risidagi qonuni. www.lex.uz.

¹⁴ O'zbekiston Respublikasining 2014 yil 23 martdagi —Oilaviy tadbirkorlik to'g'risidagi qonuni. www.lex.uz.

Fermer xo'jaligi O'zbekiston Respublikasida qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining asosiy sub'ektidir.

Ko'p tarmoqli fermer xo'jaligi qishloq xo'jaligi mahsulotini etishtirish bilan birga qishloq xo'jaligi mahsulotini qayta ishlash, saqlash va realizatsiya qilish, sanoat ishlab chiqarishi, ishlarni bajarish, xizmatlar ko'rsatish va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa faoliyat turlari bilan shug'ullanuvchi fermer xo'jaligidir"¹⁵.

Fermer xo'jaliklari yuritish uchun er uchastkalari ochiq tanlov asosida ijaraga 30 yillik muddatga berilgan, lekin o'ttiz yildan kam bo'lmagan muddatga beriladi. Fermer xo'jaligi qishloq xo'jaligiga mo'ljallangan erlarda va zaxira erlarda tashkil etiladi.

Chorvachilikka ixtisoslashgan fermer xo'jaliklari kamida 30 shartli bosh chorva moli bo'lgan taqdirda tashkil etiladi. Bunda fermer xo'jaligiga beriladigan er uchastkasining eng kam o'lchami bir shartli bosh chorva molga nisbatan Andijon, Namangan, Samarqand, Toshkent, Farg'ona va Xorazm viloyatlaridagi sug'oriladigan erlarda kamida 0,3 gektarni (nasldor chorvachilik fermer xo'jaliklari uchun 0,5 gektarni), boshqa viloyatlar va Qoraqalpog'iston Respublikasidagi sug'oriladigan erlarda tegishincha, kamida 0,45 gektarni (nasldor chorvachilik fermer xo'jaliklari uchun 0,6 gektarni), sug'orilmaydigan (lalmikor) erlarda esa kamida 2 gektarni tashkil etadi.

Dehqonchilikka ixtisoslashtirilgan fermer xo'jaligiga ijaraga beriladigan er uchastkalarining eng kam o'lchami paxtachilik va g'allachilik uchun kamida 30 gektarni, g'allachilik va sabzavotchilik uchun kamida 10 gektarni, bog'dorchilik, uzumchilik, sabzavotchilik va boshqa ekinlarni etishtirish uchun kamida 1 gektarni hamda ko'pi bilan 5 gektarni tashkil etadi.

Fermer xo'jaligi o'z majburiyatlari bo'yicha qonunlarga muvofiq undiruv qaratilishi mumkin bo'lgan o'z mol-mulki bilan javob beradi. Fermer xo'jaligining boshlig'i fermer xo'jaligining mol-mulki etarli bo'lmagan taqdirda fermer xo'jaligining majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli mol-mulk bilan qonun hujjatlariga muvofiq subsidiar javobgar bo'ladi.

Fermer xo'jaligining foydasi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan keyin fermer xo'jaligi boshlig'ining tasarrufiga o'tadi va unga soliq solinmaydi.

Dehqon xo'jaligi. Dehqon xo'jaligi agrar sektorda faoliyat ko'rsatuvchi xususiy mulkka asoslangan xo'jalik yuritish shakllaridan biri sanaladi. O'zbekiston Respublikasining 1998 yil 30 apreldagi "Dehqon xo'jaligi to'g'risida"gi qonuniga muvofiq "Dehqon xo'jaligi oilaviy mayda tovar xo'jaligi bo'lib, oila a'zolarining shaxsiy mehnati asosida, meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun oila boshlig'iga berilgan er uchastkasida qishloq xo'jaligi mahsuloti etishtiradi va realizatsiya qiladi.

Dehqon xo'jaligidagi faoliyat tadbirkorlik faoliyati jumlasiga kiradi hamda dehqon xo'jaligi a'zolarining istagiga ko'ra yuridik shaxs tashkil etgan holda va yuridik shaxs tashkil etmasdan amalga oshirilishi mumkin"¹⁶.

Amaldagi qonunchilikka ko'ra dehqon xo'jaligi a'zolari jumlasiga birgalikda yashayotgan va dehqon xo'jaligini birgalikda yuritayotgan oila boshlig'i, uning xotini (eri), bolalari, shu jumladan farzandlikka olingan bolalari, tarbiyaga olgan bolalari, ota-onalari, mehnatga qobiliyatli yoshga etgan boshqa qarindoshlari kiradi. Yuridik va jismoniy shaxslar bilan o'zaro munosabatlarda dehqon xo'jaligi nomidan shu xo'jalik boshlig'i ish ko'radi. Dehqon xo'jaligi o'z faoliyatida yollanma mehnatdan doimiy asosda foydalanishi mumkin emas.

Tomorqa er uchastkasi - qishloq xo'jalik mahsulotini erkin savdo hamda oila ehtiyojlari uchun etishtirish, shuningdek yakka tartibdagi uy joy qurilishi hamda uy-joyi obodonlashtirish

¹⁵ O'zbekiston Respublikasining 2004 yil 26 avgustdagi —Fermer xo'jaligi to'g'risidagi qonuni (yangi tahrirda). www.lex.uz.

¹⁶ O'zbekiston Respublikasining 1998 yil 30 apreldagi —Dehqon xo'jaligi to'g'risidagi qonuni. www.lex.uz.

maqsadida oila a'zolaridan biriga meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilishga qonun hujjatlarida belgilangan tartibda va o'ldamlarda ajratib beriladigan er uchastkasidir . Dehqon xo'jaligi yuritish uchun meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilishga er uchastkasi sug'oriladigan erlarda 0,35 gektargacha va sug'orilmaydigan (lalmikor) erlarda 0,5 gektargacha o'ldamda, cho'l va sahro mintaqasida esa sug'orilmaydigan yaylovlardan 1 gektargacha o'ldamda beriladi.

Dehqon xo'jaligi o'z faoliyati yo'nalishlarini, ishlab chiqarish tuzilishi va hajmlarini mustaqil ravishda belgilaydi. Dehqon xo'jaligi qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining qonunlarda taqiqlanmagan har qanday turi, shuningdek qishloq xo'jaligi mahsulotini qayta ishlash va realizatsiya qilish bilan shug'ullanishga haqli.

Dehqon xo'jaligi o'z majburiyatlari bo'yicha undiruv qaratilishi mumkin bo'lgan mol-mulki bilan javob beradi. Dehqon xo'jaligi a'zolari dehqon xo'jaligi mol-mulki yetarli bo'lmaganda, xo'jalikning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga tegishli mol-mulk bilan solidar ravishda subsidiar javobgar bo'ladi.

3.Hamkorlikka asoslangan firmalar

Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar hamda to'liq va kommandit shirkatlar hamkorlik mulkiga (ustav kapitali ulushlarga bo'lingan) asoslangan firmalar toifasiga kiradi.

Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat. O'zbekiston Respublikasining 2001 yil 6 dekabrda "Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida"gi qonuniga ko'ra: "Bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta'sis hujjatlari bilan belgilangan miqdorlarda ulushlarga bo'lingan xo'jalik jamiyati mas'uliyati cheklangan jamiyat deb hisoblanadi. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun o'zlari qo'shgan hissalar qiymati doirasida javobgar bo'ladilar.

Bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta'sis hujjatlari bilan belgilangan miqdordagi ulushlarga bo'lingan xo'jalik jamiyati qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat deb hisoblanadi. Bunday jamiyatning ishtirokchilari jamiyat majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli mol-mulkilari bilan hamma uchun bir xil bo'lgan va qo'shgan hissalar qiymatiga nisbatan jamiyatning ta'sis hujjatlarida belgilanadigan karrali miqdorda solidar tarzda subsidiar javobgar bo'ladilar. Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat ishtirokchilari javobgarligining eng yuqori miqdori qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatning ustavida nazarda tutiladi"¹⁷

Jamiyat o'zining mustaqil balansida hisobga olinadigan alohida mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan huquqlarni olishi, majburiyatlarga ega bo'lishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin. Jamiyat o'z majburiyatlari yuzasidan o'ziga qarashli barcha mol-mulk bilan javobgar bo'ladi. Jamiyat o'z ishtirokchilarining majburiyatlari yuzasidan javob bermaydi.

Yuridik va jismoniy shaxslar jamiyatning ishtirokchilari bo'ladilar. Jamiyat ishtirokchilarining soni ellik kishidan oshmasligi lozim.

Jamiyat ustav kapitali uning ishtirokchilari ulushlarining nominal qiymatlaridan tarkib topadi. Jamiyat ustav kapitalining eng kam miqdori litsenziya talablarida belgilanishi mumkin. Jamiyat ishtirokchisining jamiyat ustav fondidagi (ustav kapitalidagi) ulushining miqdori foizlarda yoki kasr ko'rinishida belgilanadi. Jamiyat ishtirokchisi ulushining miqdori uning ulushi nominal qiymati bilan jamiyat ustav kapitalining nisbatiga teng bo'lishi kerak.

Jamiyat yilning har choragida, yarim yilda bir marta yoki bir yilda bir marta o'zining sof foydasini jamiyat ishtirokchilari o'rtasida taqsimlash to'g'risida qarorni jamiyat ishtirokchilarining umumiy yig'ilishida qabul qilishga haqlidir.

¹⁷ O'zbekiston Respublikasining 2001 yil 6 dekabrda —Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida gi qonuni. www.lex.uz.

Jamiyat foydasining uning ishtirokchilari o'rtasida taqsimlash uchun mo'ljallangan qismi (dividendlar) ularning jamiyat ustav fondidagi (ustav kapitalidagi) ulushlariga mutanosib ravishda taqsimlanadi.

Xo'jalik shirkatlari. O'zbekiston Respublikasining 2001 yil 6 dekabrda "Xo'jalik shirkatlari to'g'risida"gi qonuni to'liq va kommandit shirkatlar faoliyatini tartibga soladi. Mazkur qonunga muvofiq: "Muassislarning (ishtirokchilarning) ulushlariga (hissalariga) bo'lingan ustav fondiga (ustav kapitaliga) ega bo'lgan tijorat tashkiloti xo'jalik shirkati hisoblanadi, bunday shirkatda muassislar (ishtirokchilar) yoki ulardan ayrimlari shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati yuritishda shaxsan ishtirok etadilar. Xo'jalik shirkati to'liq shirkat yoki kommandit shirkat shaklida tuziladi.

Ishtirokchilari (to'liq sheriklari) o'z o'rtalarida tuzilgan shartnomaga muvofiq shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan hamda uning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradigan shirkat to'liq shirkat deb hisoblanadi. Shaxs faqat bitta to'liq shirkatning ishtirokchisi bo'lishi mumkin.

Shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradigan hamda shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zlarining butun mol-mulkilari bilan javob beradigan ishtirokchilar (to'liq sheriklar) bilan bir qatorda shirkat faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun o'zlari qo'shgan hissalar doirasida javobgar bo'ladigan hamda shirkat tomonidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etmaydigan bir yoki bir necha ishtirokchi (hissa qo'shuvchi, kommanditchi) mavjud bo'lsa, bunday shirkat kommandit shirkat deb hisoblanadi"¹⁸.

Yakka tadbirkorlar va tijoratchi tashkilotlar to'liq shirkatning ishtirokchilari hamda kommandit shirkatda to'liq sheriklar bo'lishlari mumkin. Yuridik va jismoniy shaxslar kommandit shirkatda hissa qo'shuvchilar bo'lishlari mumkin.

Shaxs faqat bitta kommandit shirkatda to'liq sherik bo'lishi mumkin. To'liq shirkat ishtirokchisi kommandit shirkatda to'liq sherik bo'la olmaydi. Kommandit shirkatdagi to'liq sherik o'sha shirkatning o'zida hissa qo'shuvchi va boshqa to'liq shirkatda ishtirokchi bo'lishi mumkin emas.

4.Korporativ mulkka asoslangan firmalar

O'zbekiston Respublikasining 2014 yil 6 maydagi "Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonuni aksiyadorlik jamiyatlarining faoliyatini tartibga soladi. Mazkur qonunga muvofiq: "Ustav kapitali aksiyadorlarning aksiyadorlik jamiyatiga nisbatan huquqlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan tijorat tashkiloti aksiyadorlik jamiyati deb e'tirof etiladi.

Jamiyat yuridik shaxs bo'lib, u o'z mustaqil balansida hisobga olinadigan alohida mol-mulkka, shu jumladan o'zining ustav fondiga (ustav kapitaliga) berilgan mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarni olishi hamda amalga oshirishi, zimmasiga majburiyatlar olishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Jamiyat davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan e'tiboran yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi. Jamiyat, agar uning ustavida boshqacha qoida belgilanmagan bo'lsa, cheklanmagan muddatga tuziladi."¹⁹

Aksiyadorlik jamiyati o'z majburiyatlari yuzasidan o'ziga tegishli barcha mol-mulk bilan javobgar bo'ladi. Aksiyadorlar jamiyatning majburiyatlari yuzasidan javobgar bo'lmaydi va uning faoliyati bilan bog'liq zararlarning o'rini o'zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida qoplash tavakkalchiligini o'z zimmasiga oladi. Jamiyat o'z aksiyadorlarining majburiyatlari yuzasidan javobgar bo'lmaydi.

¹⁸O'zbekiston Respublikasining 2001 yil 6 dekabrda —Xo'jalik shirkatlari to'g'risida"gi qonuni. www.lex.uz.

¹⁹ O'zbekiston Respublikasining 2014 yil 6 maydagi —Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonuni. www.lex.uz.

Jamiatni tashkil etish to'g'risidagi ta'sis shartnomasini imzolagan yuridik va jismoniy shaxslar jamiyatning muassislari deb e'tirof etiladi.

Jamiatning ustav kapitali aksiyadorlar olgan jamiyat aksiyalarining nominal qiymatidan tashkil topadi va O'zbekiston Respublikasining milliy valyutasida ifodalanadi. Jamiyat tomonidan chiqariladigan barcha aksiyalarning nominal qiymati bir xil bo'lishi kerak. Jamiyat ustav fondining (ustav kapitalining) miqdori jamiyat ustavida belgilanadi va uning eng kam miqdori litsenziya talablarida belgilanishi mumkin.

Jamiyat o'zi chiqarayotgan aksiyalarga ularni ommaviy joylashtirish yo'li bilan ochiq obuna o'tkazishga haqli. Aksiyalar egasining nomi yozilgan emissiyaviy qimmatli qog'ozlar bo'lib, ular turiga ko'ra oddiy va imtiyozli bo'lishi mumkin. Aksiyalarning nominal qiymati besh ming so'mdan ortiq bo'lishi mumkin emas.

Qisqa xulosalar

Bozor xo'jaligining asosiy elementlaridan biri firma hisoblanadi. Firma esa, egaligida alohida mol-mulki bo'lgan va o'ziga qarashli bo'lgan korxonada (korxonalarda) mustaqil xo'jalik faoliyatini amalga oshiradigan yuridik tashkilotdir. Firma maksimal foyda olish va iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish maqsadida resurslarni birlashtiradi. Firma tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradi.

Mulk shakli bo'yicha firmalar quyidagicha guruhlanadi: yakka mulk egaligi (yakka tartibdagi tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari, fermer xo'jaliklari, xususiy firmalar); hamkorlikdagi mulk egaligi (xo'jalik shirkatlari (to'liq va kommandit), mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar, qishloq xo'jaligi shirkatlari, kooperativlar boshq.); korporasiya (aksiyadorlik jamiyati).

Yakka mulk egaligi o'z manfaatlari yo'lida biznesni mustaqil tashkil etish imkonini beradi. Yakka mulk egaligidagi firmalarning mulki bir kishiga tegishli bo'lib, bo'linmasdir.

Hamkorlik biznesni tashkil etishning yakka tadbirkorlikka nisbatan mukammalroq shakli hisoblanadi. Hamkorlikda ikki yoki undan ortiq sheriklar firma tashkil etish va uni birgalikda boshqarishga kelishib oladilar. Bunda ular firmani ta'sis etish jarayonida o'zlarining moliyaviy mablag'larini va ishbilarmonlik qobiliyatlarini ham birlashtiradilar. Shu bilan birga biznesni yuritish bilan bog'liq tadbirkorlik xatari hamda foyda yoki zararlarni o'zaro taqsimlaydilar.

Korporasiya biznesni mulk egalardan ajratilgan tashkiliy-huquqiy shakli hisoblanadi. Korporasiya (aksiyadorlar jamiyati) ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar va korporasiya faoliyati bilan bog'liq zarar uchun o'zlariga qarashli aksiyalar qiymati doirasida javobgar bo'ladilar. Korporasiya uning mulkdorlaridan alohida yuridik shaxs maqomidagi firma hisoblanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Firma deganda nimani tushunasiz?
2. Firma qanday faliyat turlarini amalga oshiradi?
3. Tadbirkorlik faoliyati deganda nima nazarda tutiladi?
4. Firmalar qanday mezonlar bo'yicha turkumlanadi?
5. Mulkchilik shakli bo'yicha firmalarning qanday turlarini bilasiz?
6. Xususiy mulk egaligidagi firmalarning qanday afzallik va nuqsonlari mavjud?
7. Hamkorlikka asoslangan firmalarning qanday afzallik va nuqsonlari mavjud?
8. Korporativ mulkka asoslangan firmalarning qanday afzallik va nuqsonlari mavjud?
9. Firmalarning qanday tashkiliy-huquqiy shakllarini bilasiz?
10. Turli tashkiliy-huquqiy shakldagi firmalarning tashkiliy-iqtisodiy asoslarini so'zlab bering.

10-mavzu: Ishlab chiqarish nazariyasi

Reja:

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi
2. Izokvanta va ishlab chiqarish omillarini chekli texnologik almashtirish normasi
3. Izokosta va ishlab chiqarish xarajatlarini minimalashtiruvchi omillar sarfini aniqlash
4. Masshtab samarasi.

1. Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish funksiyasi

Ishlab chiqarish - korxonalarining asosiy faoliyati 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'liq.

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 uskunalarga 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: $Q = f(K, L, M)$ (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: $Q = f(K, L)$ (2).

Ushbu funktsiyada 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:

$$Q = f(L) \quad (3)$$

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), (2) va (3) 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.

2. Izokvanta va ishlab chiqarish omillarini chekli texnologik almashtirish normasi

Izokvantalar. Ishlab chiqarishda faqat ikkita omil - mehnat va kapitaldan foydalaniladigan ishlab chiqarishni qaraymiz. Faraz qilaylik, mebel ishlab chiqarish tsexida mavjud texnologiya asosida sarflanadigan kapital va mehnatning ma'lum nisbatlari kombinatsiyasida stul ishlab chiqarilmoqda. Quyidagi 10.1-jadvalda har xil resurslar sarflari kombinatsiyasida maksimal ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori keltirilgan.

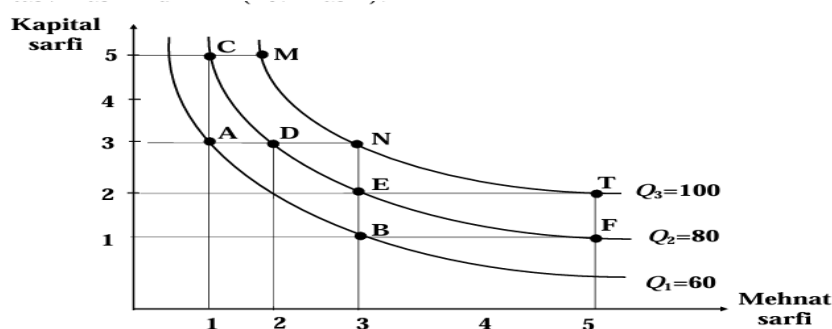
10.1-jadval

Omillar sarfining har xil miqdoriy tarkibida ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdori

Kapital Sarfi	Mehnat sarfi, (soatlarda)				
	1	2	3	4	5
1	30	50	60	70	80
2	40	65	80	85	100
3	60	80	100	110	115
4	65	85	110	115	120
5	80	110	120	125	130

10.1-jadvalga ko'ra 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. 5.1 jadvalda keltirilgan mahsulot ishlab chiqarish ko'rsatkichlarini grafikda ham tasvirlash mumkin (10.1-rasm).

Rasmda keltirilgan Q1 egri chizig'i 60 dona stul ishlab chiqarishni ta'minlaydigan kapital va mehnat sarflari kombinatsiyalarini ifodalaydi. Q2 egri chizig'i 80 dona stul ishlab chiqarish uchun sarflanadigan kapital va mehnat sarflari kombinatsiyalarini, Q3 egri chizig'i esa 100 dona stul ishlab chiqarish uchun sarflanadigan resurslar sarflari kombinatsiyalarini ifodalaydi. Rasmdagi Q1, Q2 va Q3 egri chiziqlarga izokvantalar deyiladi.



10.1- rasm. Ishlab chiqarish omillari sarfi o'zgarishiga ko'ra stul ishlab chiqarish grafigi.

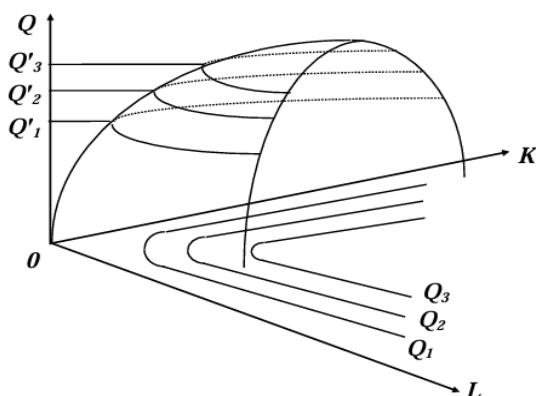
Izokvanta - bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdır. Demak, 10.1-rasmda uchta izokvanta tasvirlangan Q_1 , Q_2 va Q_3 . Grafikning gorizontaal o'qi bo'yicha mehnat sarfi, vertikal o'q bo'yicha kapital 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. 5.1-rasmdagi izokvantalar uchun $Q_1 < Q_2 < Q_3$ deb yozishimiz mumkin.

Izokvantalarni bunday tartibda joylashishini ikkita omildan, ya'ni mehnat va kapital sarflariga bog'liq ishlab chiqarish funksiyasi yordamida ko'rib chiqamiz. Quyidagi ishlab chiqarish funksiyasi berilgan bo'lsin: $Q=f(L,K)$ (1). (1)-funktsiyaning uch o'lchovli fazodagi grafigi 10.2 rasmdagi ko'rinishda bo'ladi. Rasmda ishlab chiqarish funksiyasi grafigi berilgan, u yarmi kesilgan qozonni eslatadi. Q_1 , Q_2 , Q_3 lar funktsiyaning ma'lum qiymatlari bo'lib, ular funktsiyaning daraja chiziqlari deyiladi. Bu yerda funktsiyaning daraja chiziqlariga to'g'ri keluvchi mahsulot ishlab chiqarish hajmlari quyidagi tengsizlikni qanoatlantiradi: $Q_1 < Q_2 < Q_3$

Funktsiyaning daraja chiziqlarining OLK tekisligiga proektsiyasi Q_1 , Q_2 va Q_3 izokvantalar hisoblanadi. Ishlab chiqarish funksiyasining yuqori daraja chizig'iga to'g'ri keluvchi izokvantaga yuqori mahsulot ishlab chiqarish hajmi to'g'ri keladi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, izokvantalar bir-biri bilan kesishmaydi.



10.2-rasm. Ishlab chiqarish funksiyasi grafigi va uning Q_1 , Q_2 va Q_3 darajadagi chiziqlari.

Izokvantalar kartasi - bu izokvantalar majmuasidan iborat bo'lib, ularning 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 saflansa chekli mahsulot MP_L quyidagicha aniqlanadi: $MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$;

Бу ерда 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.

Quyidagi jadvalda mehnat sarfi o'zgarmas bo'lganda, ishlab chiqarish hajmi faqat kapital sarfiga bog'liq bo'lgandagi o'rtacha va chekli mahsulotlar miqdori ko'rsatilgan. 10.2-jadval

Bir o'zgaruvchi omil qatnashgandagi ishlab chiqarish

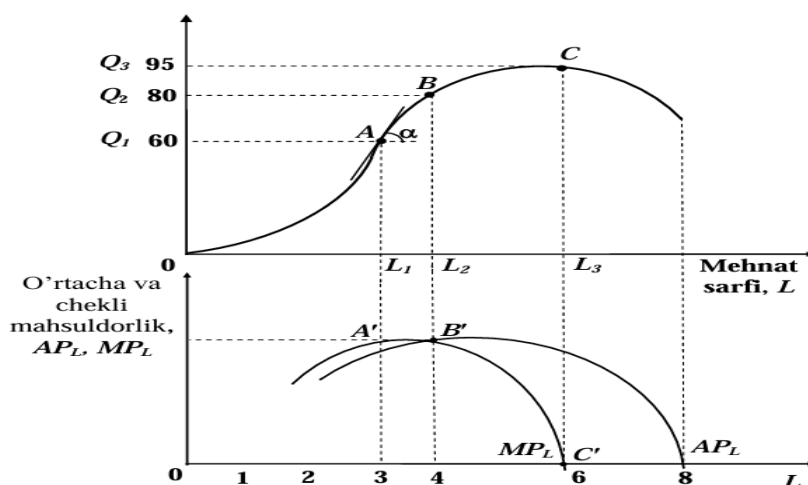
Kapital sarfi, K	Mehnat sarfi, L	Mahsulot ishlab chiqarish hajmi, Q	O'rtacha mahsulot, $AP = \frac{Q}{L}$	Chekli mahsulot, $MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$
15	0	0	-	-
15	1	12	12	12
15	2	32	16	20
15	3	60	20	28
15	4	80	20	20
15	5	95	19	15
15	6	108	18	13
15	7	112	16	4
15	8	112	14	0
15	9	108	12	-4
15	10	100	10	-8

Birinchi ustun ishlab chiqarishda qatnashgan kapitalning o'zgarasligini ko'rsatib turibdi. Ikkinchi ustunda mehnat sarfi keltirilgan. Bir birlik mehnat sarfiga to'g'ri keladigan mahsulot o'rtacha mahsulot bo'lib, u to'rtinchi ustunda keltirilgan. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarilgan mahsulotni umumiy mehnat sarfiga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi 84 birlikka etguncha ortib, undan keyin qisqarib boradi. O'rtacha mahsulot maksimal bo'lganda mehnat sarfi to'rt birlikni tashkil qiladi. Beshinchi ustunda mehnat sarfining chekli mahsuloti MP_L keltirilgan. U qo'shimcha bir birlik mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot miqdori bo'lib, mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko'rsatuvchi uchinchi ustundagi har bir mahsulot miqdoridan undan oldingi ishlab chiqarilgan mahsulot miqdorini ayirish orqali aniqlanadi. 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 (10.3-rasm).

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.



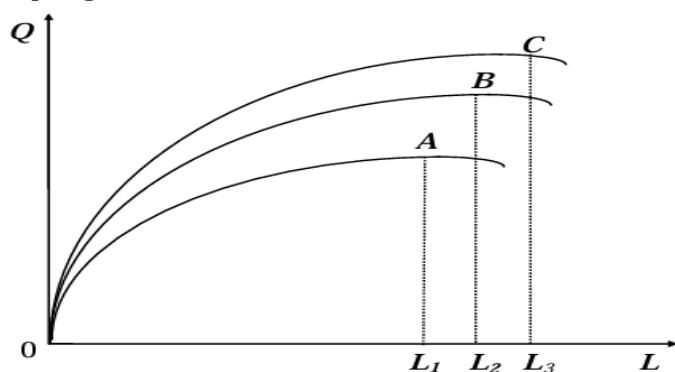
10.3-rasm. Bir o'zgaruvchi omil (L-mehnat) sarfiga ishlab chiqarish grafigi

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'rinalidir. Yuqorida keltirilgan 10.2-jadval ma'lumotiga ko'ra umumiy mahsulot miqdori, o'rtacha va chekli mahsulot miqdorlarini qarab chiqamiz: O'rtacha mahsulot va chekli mahsulot chiziqlari bir-biri bilan bog'liqdir. Agar chekli mahsulot o'rtacha mahsulotdan katta bo'lsa ($MP_L > AP_L$), o'rtacha mahsulot o'sadi. Rasmda NA'oraliqda chekli mahsulot MP_L o'rtacha mahsulot AP_L dan katta bo'lgani uchun, o'rtacha mahsulot o'sadi. A' nuqtada, chekli mahsulot maksimumga erishadi. A B' oraliqda chekli mahsulot kamayib, B' nuqtada o'rtacha mahsulotga teng bo'ladi. B 'C' oraliqda $MP_L < AP_L$ bo'lgani uchun o'rtacha mahsulot kamayib boradi.

Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni absolyut bo'lmasdan nisbiy xarakterga egadir va u ma'lum ishlab chiqarish texnologiyasiga qo'llaniladi. Vaqt o'tishi bilan texnologiyaning takomillashuvi, mahsulot ishlab chiqarish chizig'ini yuqoriroqqa ko'tarilishiga olib kelishi mumkin. Masalan, birinchi texnologiyada o'zgaruvchan mehnat resursidan maksimal foydalanish L_1 bo'lsa (10.4-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 $L_3 > L_2 > L_1$



10.4-rasm.

Texnologiya takomillashuvining ishlab chiqarish hajmiga ta'siri

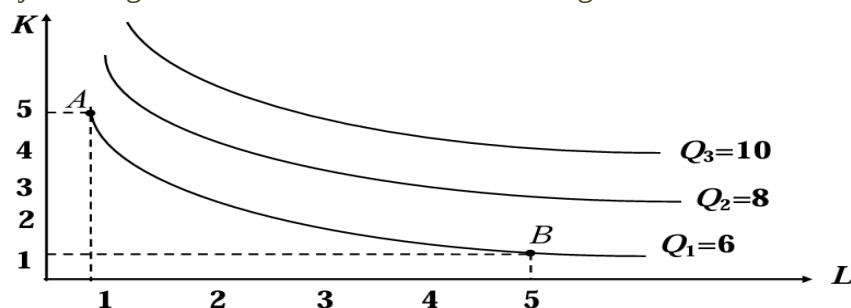
Shuni eslatib o'tish kerakki, texnologiyaning takomillashuvi omil mahsuldorligining kamayishi qonunini umuman ishlamasligini bildirmaydi, ushbu qonun har qanday ishlab chiqarish texnologiyasida ham o'z kuchini saqlab qoladi. Rasmdagi 1, 2 va 3-takomillashgan texnologiyalarga mos keluvchi ishlab chiqarish chiziqlaridagi A, B, C nuqtalardan keyingi ishlab chiqarish nuqtalarida har bir qo'shimcha sarflangan ishlab chiqarish omili (mehnat sarfi), ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi.

Ishlab chiqarish egri chiziqlarining o'ngga yuqoriga siljishi ushbu qonunni ishlashini ma'lum ma'noda sezdirmaydi. Xuddi mana shu holat, ya'ni mahsuldorlikning kamayish qonunini qisqa muddatli orliqdagi va uzoq muddatli oraliqdagi (texnologiyalarning takomillashuvi sharoitida) ishlash mohiyatidagi anglashmovchiliklar ingliz iqtisodchi olimi Tomas Maltusni (1766-1834) yer sharida aholining uzuluksiz o'sishi kelajakda og'ir oqibatlarga olib kelishi mumkinligi to'g'risidagi bashoratiga sabab bo'ldi. Maltusning ushbu bashorati asosida omil mahsuldorligining 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 mahsuldorlikning 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 mahsulot ishlab chiqarishi hajmlaridagi izokvantalar 10.5-rasmda keltirilgan.



10.5-rasm. Izokvantalar

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 malumki, mahsulot ishlab chiqarishda mehnat omili (L) sarfining oshishi, kapital (K) sarfining kamayishi hisobiga to'ldiriladi. $Q_1=65$, $Q_2=85$, $Q_3=100$, ya'ni:

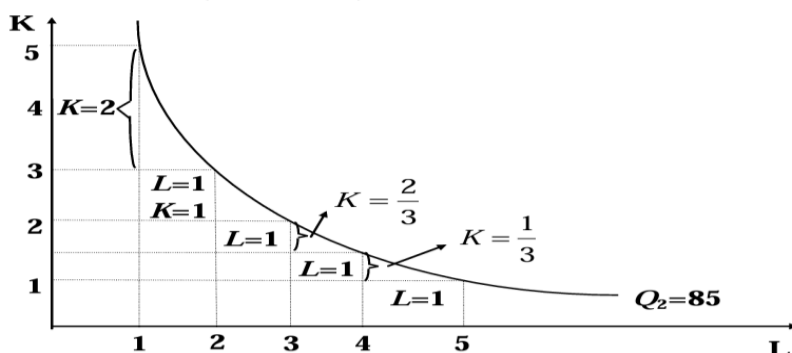
$$Q_1=f(L,K); \quad Q_2=f(L,K); \quad Q_3=f(L,K)$$

Chekli texnologik almashtirish normasi. Izokvantaning ma'lum nuqtasidagi burchak koeffitsienti bir ishlab chiqarish omili bilan (bu yerda kapital) boshqa bir omilni (mehnatni) texnik almashtirish qanday bo'layotganligini ko'rsatib beradi. Shuning uchun ham ushbu burchak koeffitsientining absolyut qiymati chekli texnologik almashtirish normasi deb yuritiladi va u MRTS ko'rinishida belgilanadi.

MRTS o'z mohiyatiga ko'ra iste'mol nazariyasidagi chekli almashtirish normasi MRS ga o'xshashdir:

$$MRTS = \frac{\Delta y_K - \text{kapital sarfining o'zgarishi}}{\Delta L - \text{mehnat sarfining o'zgarishi}}$$

Bu yerda ΔK va ΔL lar bitta izokvantada bo'lgani uchun mahsulot ishlab chiqarish hajmi Q o'zgarmaydi ($Q \text{ const} =$). 10.5-rasmdan ko'rish mumkinki, ishlab chiqarish hajmi 85 birlik bo'lib, o'zgarmaganda mehnat sarfi birdan 2 ga o'zgarganda $-\frac{\Delta K}{\Delta L}=2$ Mehnat sarfi 2 dan 3 ga oshganda $MRTS=1$ ga teng (kamayib bormoqda). Mehnat sarfi 3 birlikdan 4 ga o'zgarganda va 4 birlikdan 5 ga o'zgarganda MRTS mos ravishda $2/3$ va $1/3$ ga kamayib boradi. Demak, qancha ko'p miqdordagi mehnat kapital bilan almashtirilsa, shuncha mehnat unumdorligi past bo'ladi va kapitaldan foydalanish nisabatan samarali bo'lib boradi (10.6-rasm).



Izokvanta chizig'i botiq shakldagi ko'rinishga ega, shu 10.6-rasm. Chekli texnologik bo'yicha pastga harakat qilganimizda MRTS qisqarib boradi. (almashtirish normasi normasining kamayishi har qanday omildan foydalanish samaradorligi cheklanganligini ko'rsatadi. Ishlab chiqarishda kapitalni ko'proq mehnat bilan almashtirish mehnat unumdorligini pasayishiga olib kelsa, xuddi shunday mehnatni ko'proq kapital bilan almashtirish kapital qaytimini (bir-birlik qo'shimcha kapital hisobidan ishlab chiqariladigan qo'shimcha mahsulot miqdorini) kamaytiradi. Ishlab chiqarish hajmini oshirish uchun balanslashgan resurslar kombinatsiyalari talab qilinadi.

MRTS chekli kapital mahsuloti MP_K va chekli mehnat mahsuloti MP_L bilan bog'liqdir. Bunday bog'liqlikni ko'rish uchun kapitalni mehnat bilan almashtirishda ishlab chiqarish hajmi (Q^*) o'zgarmaydi deylik, ya'ni almashtirish (Q^*) izokvanta chizig'ida amalga oshiriladi, deb qaraymiz.

Mehnat sarfining oshishi natijasida olingan qo'shimcha mahsulot ΔQ_L^* quyidagiga teng:
 $\Delta Q_L^* = MP_L \cdot \Delta L$

Bu yerda MP_L - qo'shimcha bir birlik mehnat sarfi hisobidan olingan qo'shimcha mahsulot;
 ΔL - qo'shimcha sarflangan mehnat.

Xuddi shunday qo`shimcha mehnat sarfi hisobidan qisqartirilgan kapital  $\Delta K$ ga to`g`ri keladigan ishlab chiqarish hajmining qisqarishi ΔQ_K^* quyidagicha hisoblanadi: $\Delta Q_K^* = MP_L \cdot \Delta L$

Bu yerda: ΔQ_K^* - kapital sarfining qisqarishi hisobidan ishlab chiqarish hajmining qisqarishi;

$K MP$ - chekli kapital maxsuloti, qo`shimcha bir birlik capital sarfi natijasida olinadigan qo`shimcha maxsulot miqdori;

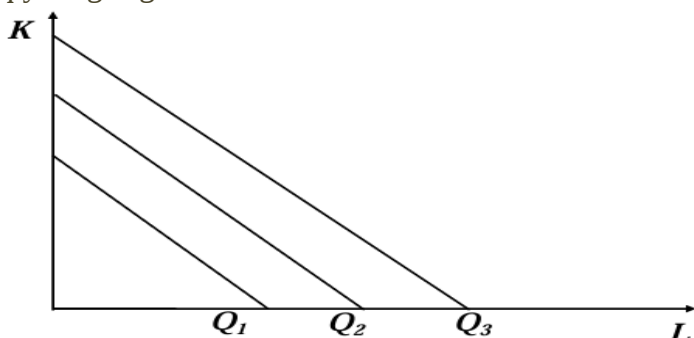
ΔK - kapital sarfining qisqarishi. ΔK bilan ΔL ni almashtirishda ishlab chiqarish hajmi izokvanta chizig`ida o`zgarmasligini hisobga olsak: $\Delta Q_K^* = \Delta Q_L^*$, teng va ishlab chiqarish hajmining o`zgarishi nolga teng bo`ladi. Shunday qilib, $(MP_L) \cdot \Delta L + (MP_K) \cdot \Delta K = 0$

$$\frac{MP_L}{MP_K} = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = MRTS.$$

Ushbu munosabatdan:

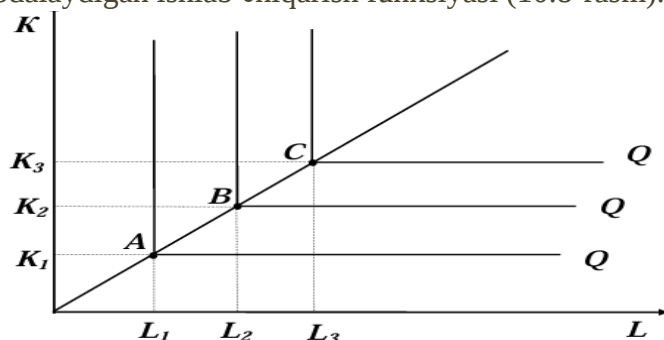
Yuqoridagi munosabat shuni ko`rsatadiki, alohida izokvanta uchun kapitalni mehnat bilan ishlab chiqarish jarayonida uzluksiz almashtirish chekli kapital mahsulдорligini oshirishga va chekli mehnat mahsulдорligini kamayishiga olib keladi. Ikkala omilning o`zgarishi bunday chekli texnologik almashtirish normasining kamayishiga va izokvanta chizig`ining to`g`rilanishiga olib keladi.

Ishlab chiqarish funksiyasining ikki xususiy holi. Ishlab chiqarish jarayonida bir omil bilan ikkinchi omilni almashtirishda ikki xususiy hol mavjud. Birinchi holda (10.7-rasm) omillar bir-biri bilan to`liq almashtiriladi. Bu yerda izokvantaning har qanday nuqtasida  $MRTS$  o`zgarmas qiymatga ega:



10.7-rasm.
Ishlab chiqarish funksiyasining omillari to`liq almashtiriladigan holati

Ikkinchi holda, ishlab chiqarish omillaridan belgilangan tartibda foydalanishni ifodalaydigan ishlab chiqarish funksiyasi (10.8-rasm).



10.8-rasm.
Tarkibi belgilangan omillardan foydalanishni ifodalovchi ishlab chiqarish funksiyasi

Har bir ishlab chiqarish hajmi aniq proporsiyadagi omillar kombinatsiyasidan foydalanishni talab qiladi. Masalan Q_1 miqdorda mahsulot ishlab chiqarish K_1 va L_1 miqdordagi resurslar kombinatsiyasini sarflashni talab qiladi; Q_2 va Q_3 miqdordagi mahsulot ishlab chiqarishda - mos holda), (K_2, L_2) va (K_3, L_3) tarkibdagi resurslar kombinatsiyalarini sarflash talab qilinadi. Berilgan tarkibdagi resurslardan birortasining miqdori oshirilgan bilan mahsulot ishlab chiqarish oshmaydi.

3. Izokosta va ishlab chiqarish xarajatlarini minimalashtiruvchi omillar sarfini aniqlash

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) 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 ijaraga haqiga teng deymlik va uni r deb belgilaymiz.

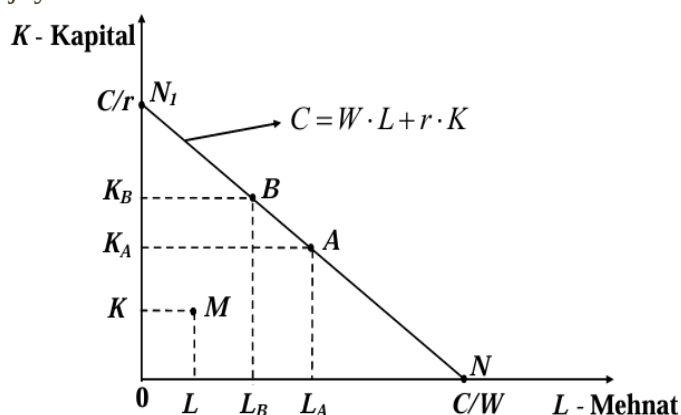
Mehnat va kapital raqobatlashgan bozor sharoitida yollanishi va ijaraga olinishini e'tiborga olsak, ularning narxi bozorda aniqlanadi va o'zgarmaydi. Demak, mehnat va kapital narxlarini o'zgarmaydi. Berilgan xarajatlarda ishlab chiqarishni maksimalashtirish masalasini qarashda xarajatlar chizig'idan, 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 kombinatsiyalarini ifodalovchi nuqtalarni o'z ichiga oladi.

Agar firmaning ishlab chiqarish omillariga sarflanadigan byudjetni S deb belgilasak, ishchi kuchiga sarfini W·L va kapitalga sarfini r·K desak, izokostani ifodalovchi tenglamani quyidagicha yozish mumkin: $C = W \cdot L + r \cdot K$ (1)

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

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

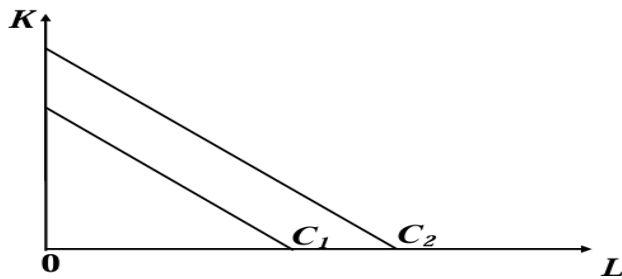


10.9-rasm. Izokosta

C/W va C/r nuqtalarni tutashtiruvchi chiziq (1) tenglamani ifodalovchi izokostani beradi. Izokostaning har bir nuqtasiga mos keluvchi resurslar sarfi kombinatsiyasining qiymati umumiy xarajat C ga teng. Masalan, A va B 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 2 1 0 N N uchburchak ichida yotsa, shu nuqtaga mos resurslar kombinatsiyasini olganda, firma o'z byudjetini to'liq sarflamaydi. Masalan M nuqta uchun (1)-tenglama quyidagicha yoziladi: $W \cdot L_M + r \cdot K_M < C$ (2)

(1) tenglama firmaning har bir umumiy xarajati uchun grafikda alohida izokosta 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 xarajatlar uchun izokostalar grafikda quyidagicha joylashadi (10.10-rasm).



10.10-rasm. Izokostaning joylashuvi

Firma byudjetining oʻsishi yoki resurslar narxining pasayishi izokostani oʻngga siljitadi, byudjetning qisqarishi va resurslar narxining oshishi izokostani chapga siljitadi.

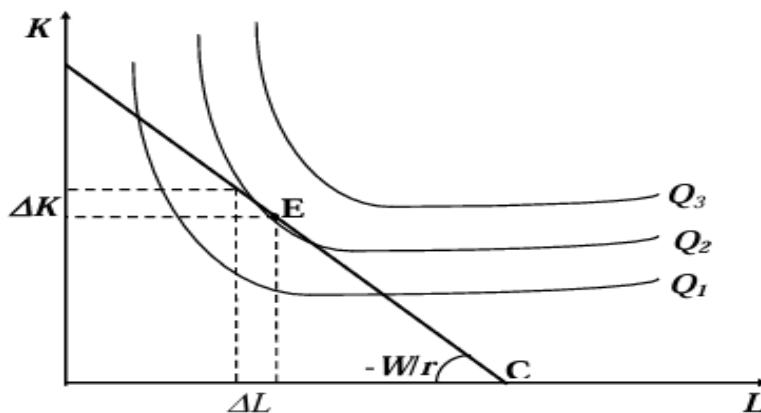
(1)-tenglamani quyidagi koʻrinishda yozamiz: $K = \frac{C}{r} - \left(\frac{W}{r}\right) * L$ (3)

(3)-tenglamadan kelib chiqadiki izokostaning burchak koeffitsienti quyidagiga teng: $\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{W}{r}$ (4).

Izokostaning burchak koeffitsienti $= -\left(\frac{W}{r}\right)$ shuni koʻrsatadiki, agar firma r narxda W/r birlik kapital sotib olish uchun bir birlik mehnat sarfidan voz kechsa (W soʻm iqtisod qiladi), ishlab chiqarishdagi umumiy xarajat qiymati oʻzgarmaydi.

Masalan, agar ish haqi 200000 soʻm, kapitalga ijara haqi 50000 soʻm boʻlsa $\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{W=200000\text{som}}{r=50000\text{som}} = 4$ yoki $\Delta K = 4 * \Delta L$

Demak, firma umumiy xarajatni oʻzgartirmasdan bir birlik mehnatni 4 birlik kapital bilan almashtirishi mumkin. Endi firmaning umumiy xarajatlari cheklanganda maksimal mahsulot iqlab chiqarishga erishish masalasini grafik usulda echilishini koʻrib chiqamiz.



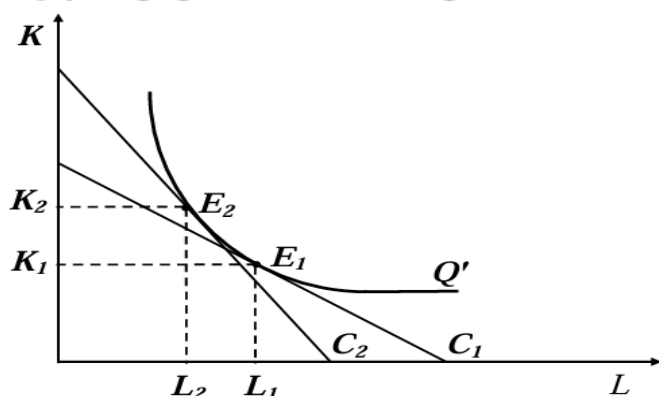
10.11-rasm.
Ishlab chiqaruvchining muvozanat nuqtasi

Ishlab chiqaruvchi Q_3 miqdorda ishlab chiqara olmaydi, nimaga deganda uning byudjeti Q_3 miqdordagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun kerak boʻlgan resurslarni sotib olishga etmaydi. Q_1 ham maksimal ishlab chiqarish hajmi boʻla olmaydi, chunki bu holatda ishlab chiqaruvchi oʻz byudjetini toʻliq 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 chizigʻi C 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 oʻlchanishi $MRTS = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP}{MP}$ (5) va izokostaning yotqligi $\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{W}{r}$ ga tengligini hisobga olsak, muvozanat E nuqta uchun quyidagi tenglik oʻrinli boʻladi: $\frac{MP}{MP} = -\frac{W}{r}$ (6). (6)-munosabatni quyidagicha yozamiz: $\frac{MP}{W} = -\frac{MP}{r}$ (7). (7)-tenglik ishlab chiqaruvchining muvozanat holatini belgilovchi shart boʻlib hisoblanadi. Muvozanat shart (7) shuni koʻrsatadiki, 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 keltirilagan (10.12-rasm).



10.12-rasm.

Ishchi kuchini narxi oshganda uni kapital bilan almashtirish

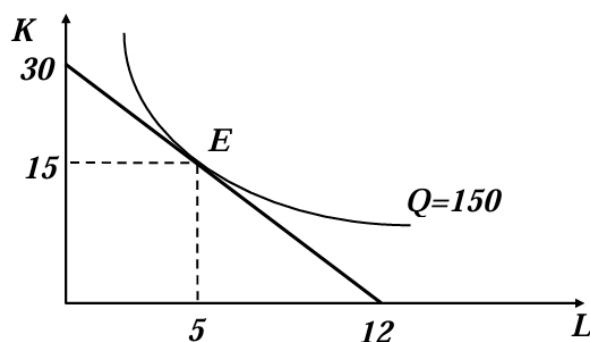
Boshlang'ich holatdagi C_1 izokostada maksimal ishlab chiqarish E nuqtada erishiladi va, K_1 , L_1 miqdordagi resurslar sarflanadi. Ishchi kuchining narxi oshganda izokosta C_2 holatga o'tadi. C_2 izokosta ishchi kuchi narxining oshganligini ifodalaydi.

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.

Misol. Firmaning ishlab chiqarish funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega: $Q=2 \cdot L \cdot K$

Kapital narxi 40 000 so'm, ishchi kuchi narxi 120 000 so'm. Agar firma byudjeti 12 000 ming so'm bo'lsa, u maksimal miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun ancha ishchi kuchidan va qancha miqdordagi kapitaldan foydalanadi? Maksimal ishlab chiqarish hajmi qancha bo'ladi? Demak, masalanining ko'rinishini quyidagicha yozamiz: $\max Q=2 \cdot L \cdot K$.

Firmaning byudjeti chegarasida $120 \cdot L + 40 \cdot K \leq 1200$ izokostani chizamiz (10.3-rasm).



10.13-rasm.

Firmaning byudjeti chegarasida izokostani chizig'i

Umumiy formuladan foydalanib maksimal ishlab chiqarishni ta'minlaydigan resurslar miqdorini aniklaymiz. $K = \frac{1200}{2 \cdot 120} = \frac{1200}{240} = 5$ birlik, $L = \frac{1200}{2 \cdot 40} = \frac{1200}{80} = 15$ birlik,

Demak, maksimal miqdori $Q = 2 \cdot 5 \cdot 15 = 150$ birlik.

150 birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun firma 15 birlik kapitaldan va 5 birlik ishchi kuchidan foydalanadi.

4. Masshtab samarasi

Xarajatlarning (L) proporsional o'zgarishga ishlab chiqarish masshtabining o'zgarishi deyiladi. Ishlab chiqarishda faqat ikkita omildan - ishchi kuchi va kapitaldan 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 proportsional 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 harajatlar oshib boradi. I

shlab 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.

Masshtab samarasi mahsulot ishlab chiqarish hajmining, mahsulotni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan omillar miqdori bilan bog'liqligi bilan ifodalanishini e'tiborga olsak, uni o'rganishda ishlab chiqarish funksiyasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Qisqa xulosalar

Ishlab chiqarish - korxonalarining asosiy faoliyati 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'liq

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.

Izokvanta - bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdir.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Ishlab chiqarish omillariga nimalar kiradi?
2. Ishlab chiqarish funksiyasi nimani ifodalaydi?
3. Izokvanta yordamida nimalarni tahlil qilish mumkin?
4. Chekli texnologik almashtirish normasining mazmuni nimadan iborat?
5. Izokosta nimani ifodalaydi?
6. Izokostaning yotiqlik burchak koeffitsenti nimani ifodalaydi?
7. Firmaning umumiy xarajatlari cheklanganda maksimal mahsulot ishlab chiqarish masalasining qo'yilishi va uning echimi qanday amalga oshiriladi?
8. Chekli va o'rtacha mahsulotni hisoblash usulini ko'rsating.
9. Izokosta chizig'ning parallel siljishi sabablari nimada?
10. Masshtab samarasi nimani ifodalaydi?

11-Mavzu: Ishlab chiqarish xarajatlari

Reja:

1. Firmaning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati
2. Firmalarda xarajatlar tushunchasi va ularning turkumlanishi

3. O'zgarimas, o'zgaruvchan, o'rtacha va chekli xarajatlar
4. Ishlab chiqarish, davr, moliyaviy xarajatlar va favqulodda zararlar

1. Firmaning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati

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

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

O'zgarimas 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.

2. Firmalarda xarajatlar tushunchasi va ularning turkumlanishi

Har bir firma mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq xarajatlarni amalga oshiradi. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sarf qilingan moddiy resurslar (asosiy vositalar eskirishi, xomashyo va materiallar, ehtiyot qismlar va boshqa) va jonli mehnat ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil qiladi.

Firmaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa firma moliyaviy faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarini quyidagicha turkumlash mumkin (11.1-rasm):

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko'ra:

- ishlab chiqarish xarajatlari;
- noishlab chiqarish xarajatlari.

2. Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan:

- bevosita xarajatlar;
- bilvosita xarajatlar.

3. Firmaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa firma faoliyati natijasida yuzaga keladigan:

- mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;
- davr xarajatlari; -
- moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar; -
- favqulodda zararlar. Ish

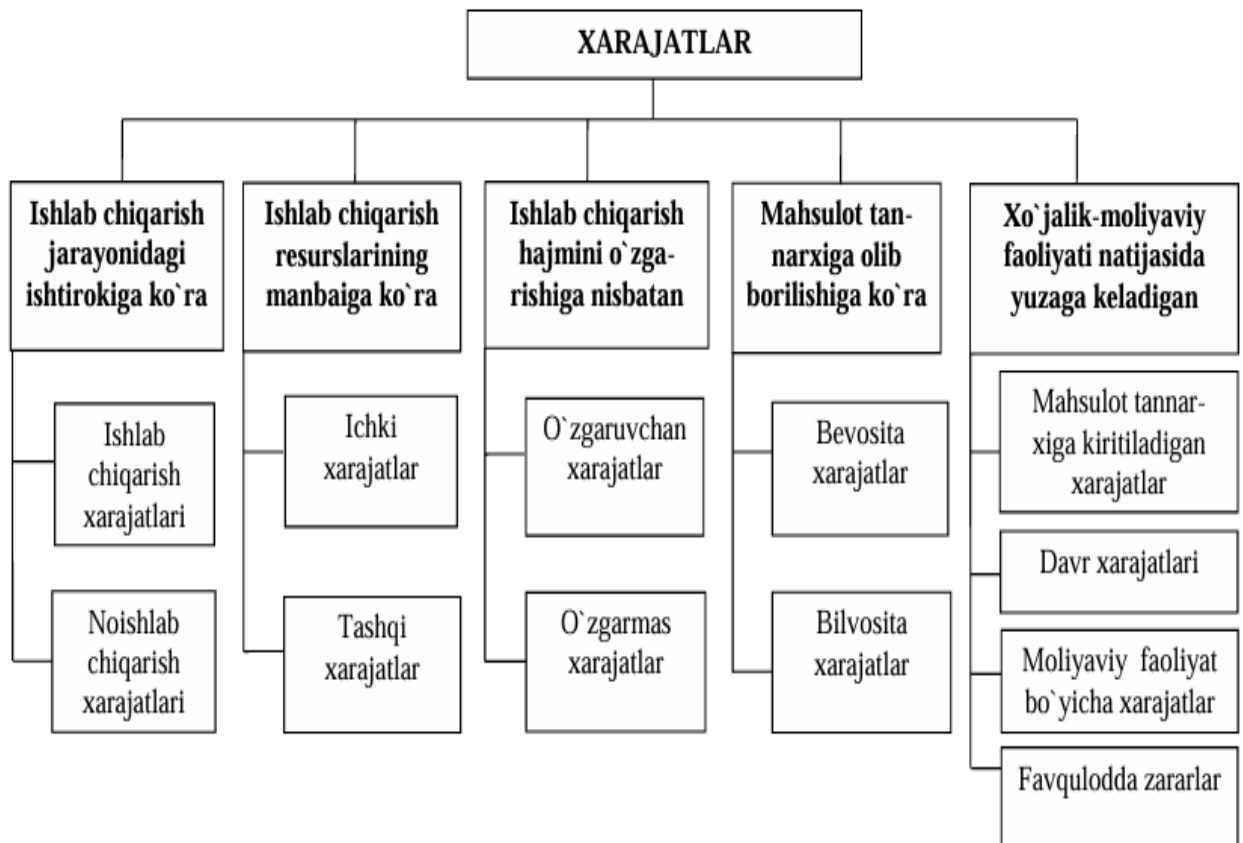
lab chiqarish xarajatlari bevosita ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish bilan bog'liq quyidagi xarajatlardan tashkil topadi:

- bevosita moddiy material xarajatlari;
- bevosita mehnatga haq to'lash xarajatlari;
- ishlab chiqarishga taalluqli ustama xarajatlar.

Bevosita mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan xarajat turlari noishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi. Uning tarkibiga:

- mahsulotni sotish bilan bog`liq xarajatlar;
- boshqaruv xarajatlari;
- boshqa operatsion xarajat va zararlar;
- moliyaviy faoliyat bo`yicha xarajatlar;
- favqulodda zararlar kiradi.

Ayrim turdagi ishlab chiqarish xarajatlarini yaratilayotgan mahsulot tannarxiga to`g`ridan-to`g`ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqi va iste`mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday xarajat turlari bevosita ishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi.



11.1-chizma. Firma xarajatlarining turkumlanishi

Ikkinchi bir xarajat turlari bir necha xil mahsulot yetishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, o`simlikchilikda yer haydash traktorlarining amortizatsiyasi), ularga ketgan xarajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga mutanosib taqsimlashga to`g`ri keladi. Bunday xarajatlar bilvosita ishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi.

Xarajatlar yo`nalishiga ko`ra tashqi va ichki xarajatlarga bo`linadi. Tashqi xarajatlarga tashqi to`lovlar, tashqi mol etkazib beruvchilarga (xom-ashyo, materiallar, elektr energiyasi, gaz) to`lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi.

Ichki xarajatlar sifatida quyidagilar qaraladi:

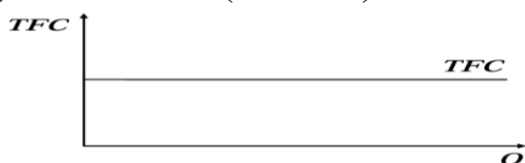
- a) tadbirkorning o`ziga tegishli resurslarga bo`lgan xarajati;
- b) tadbirkorlik qobiliyatiga to`g`ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo`lgan normal foyda. Buxgalteriya foydasidan ichki xarajatlarni ayirib tashlasak iqtisodiy foydani olamiz.

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.

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 mln. so'mga maxsus uskuna sotib oldi, lekin bu uskuna umuman kerak bo'lmay qoldi. Undan alternativ foydalanish varianti mavjud emas. Firma ushbu uskunani 60 mln. so'mga sotib, 40 mln. so'm zarar ko'rdi. Bunda 40 mln. so'm qaytarilmaydigan xarajat hisoblanadi va firmaning harakatiga ta'sir qilmaydi.

3. O'zgarmas, o'zgaruvchan, o'rtacha va chekli xarajatlar

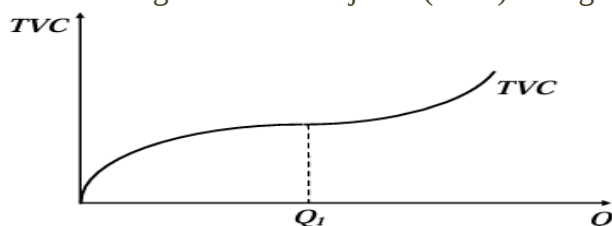
O'zgarmas xarajatlar (TFC - fixed costs) - bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlardir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajatlar). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar, ijara haqi, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlar kiradi. O'zgarmas xarajatlar (TFC) chizig'i grafikda quyidagicha tasvirlanadi (11.2-rasm).



11.2-rasm.

O'zgarmas (TFC) xarajatlar chizig'i grafigi

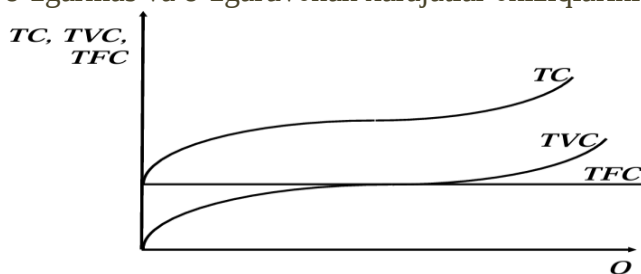
O'zgaruvchan xarajatlar (TVC - Variable Costs) - mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajatlar, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajatlar. O'zgaruvchan xarajatlar Q ga bog'liq funksiya bo'lib, $TVC(Q)$ ko'rinishida yozilishi mumkin. O'zgaruvchan xarajatlar (TVC) chizig'i grafikda quyidagicha tasvirlanadi (11.3-rasm).



Optimal ishlab chiqarish hajmi
11.3-rasm. O'zgaruvchan (TVC)
xarajatlar chiziqlari grafigi

O'zgaruvchan xarajatlarga xomashyoga, elektr energiyasiga, gazga, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kiradi. Umumiy xarajatlar

(TC - Total Costs) - qisqa muddatli orliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas) va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng: $TC = TFC + TVC(Q)$. Bu yerda: TFC- o'zgarmas xarajatlar, $TVC(Q)$ - o'zgaruvchan xarajatlar. $TVC(Q)$ Umumiy xarajatlar ba'zi hollarda TC o'rniga C bilan ham belgilanadi. Grafik ko'rinishda umumiy xarajat chizig'i o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar chiziqlarini qo'shish bilan hosil qilinadi (11.4 rasm).



11.4-rasm. Umumiy xarajatlar grafigi

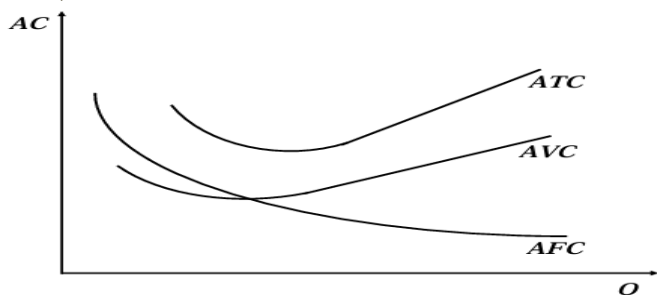
O'rtacha o'zgarmas xarajatlar (AFC - Average Fixed Costs) - bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas xarajat bo'lib, u quyidagicha aniqlanadi: $AFC(Q) = \frac{TFC}{Q}$. O'rtacha o'zgarmas xarajatlar mahsulot hajmi oshishi bilan kamayib boradi.

O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC - Average Variable Costs) - bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgaruvchan xarajatlar bo'lib, u o'zgaruvchan xarajat miqdorini ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha xarajatlar firma optimal texnologik razmga (optimal ishlab chiqarish hajmiga) erishganda o'zining

minimal qiymatiga erishadi, ishlab chiqarish hajmi yana oshsa, oʻrtacha xarajatlar ham oshib boradi (bu yerda boshqarishning murakkablashuvi, samarali boʻlmagan resurslardan foydalanish, oʻzgaruvchan xarajatlarni oshishiga sabab boʻladi).

Oʻrtacha umumiy xarajatlarni umumiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga boʻlish yoʻli bilan aniqlash mumkin: $ATC = \frac{TC}{Q}$ yoki oʻrtacha oʻzgarmas (AFC) va oʻrtacha oʻzgaruvchan (AVC) xarajatlarni TVC qoʻshish yoʻli bilan aniqlanadi: $ATC = AFC + AVC = \frac{(TFC + TVC)}{Q}$

ATC, AFC va AVC chiziqlarining grafikdagi koʻrinishi quyidagi rasmda keltirilgan (11.5-rasm).



11.5-rasm.

Oʻrtacha umumiy (ATC), oʻrtacha oʻzgarmas (AFC) va oʻrtacha oʻzgaruvchan (AVC) xarajatlar

Oʻrtacha umumiy xarajatlar firma faoliyatini tahlil qilishda asosiy koʻrsatkichlardan biri hisoblanadi. Oʻrtacha umumiy xarajatlar bilan narx oʻrtasidagi farq orqali firmaning olayotgan foydasi yoki zarari aniqlanadi.

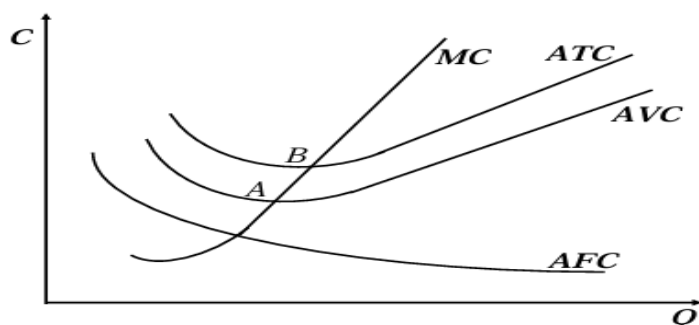
Chekli xarajat (MC - Marginal Cost) - ishlab chiqarish hajmini kichik miqdorga (odatda bir birlikka) oshirish bilan bogʻliq boʻlgan qoʻshimcha umumiy xarajadir: $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta(TFC + TVC)}{\Delta Q} = \frac{\Delta TFC}{\Delta Q} + \frac{\Delta TVC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q} = MVC$

Bu yerda chekli oʻzgarmas xarajat $\frac{\Delta TFC}{\Delta Q} = 0$ boʻlgani uchun, chekli xarajat chekli oʻzgaruvchan xarajat MVCga teng ($MC = MVC$).

MVC - chekli oʻzgaruvchan xarajat boʻlib, mahsulotni qoʻshimcha bir birlikka (ΔQ) oshirgandagi oʻzgaruvchan xarajatning oʻsgan qismi ΔTVC ga teng.

Yuqoridagi formuladan koʻrinib turibdiki, oʻzgarmas xarajat chekli xarajat miqdoriga taʼsir qilmaydi. Chekli xarajat oʻzgaruvchan xarajat funksiyasidan olingan hosilaga teng: $MC = \frac{d(TVC)}{dQ}$.

Umumiy, oʻrtacha, oʻzgaruvchan va chekli xarajatlar grafiklarining tipik joylashuvi quyidagi 11.6-rasmda keltirilgan. Rasmdan koʻrinib turibdiki, agar $MC < ATC$ boʻlganda ATC chizigʻi pastga qarab tushadi va $MC < AVC$ boʻlganda ham AVC chizigʻi pastga qarab kamayib boradi.



11.6-rasm. ATC, AVC, AFC va MC grafiklarining oʻzaro joylashuvi

Buning sababi - har bir qoʻshimcha birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajati ishlab chiqilgan mahsulotning oʻrtacha va oʻrtacha oʻzgaruvchan xarajati kichik boʻlgani uchun, oʻrtacha umumiy va oʻrtacha oʻzgaruvchan xarajatlarni kamaytiradi. $MC > ATC$ va $MC > AVC$ boʻlganda ATC va AVC chiziqlari yuqoriga qarab oʻsib boradi. Bu yerda qoʻshimcha ishlab

chiqarilgan bir birlik mahsulot xarajati ATC va AVC dan katta bo'lgani uchun, u o'rtacha xarajatlarini oshiradi.

O'rtacha umumiy xarajatlar (ATC) va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC) o'zlarining minimal qiymatlarida MC chizig'ini kesib o'tadi (rasmda A va B nuqtalar), ya'ni $ATC = \min ATC(Q)$ bo'lganda $MC = ATC$ va $AVC = \min AVC(Q)$ bo'lganda $\min AVC = MC$ ga teng.

Yuqoridagilardan kelib chiqib qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarish xarajatlari egri chiziqlarining quyidagi xususiyatlarini ko'rish mumkin:

1. Xarajatlari egri chiziqlari ishlab chiqarishning har qanday berilgan hajmida xarajatlarning minimal qiymatlarini ifodalaydi.

2. O'rtacha xarajatlar egri chiziqlarining qabariqligi ishlab chiqarish omillari unumdorligining kamayib borishi qonuni harakatini aks ettiradi.

3. O'rtacha xarajatlar egri chiziqlari o'rtacha mahsulotlar egri chiziqlarining aks ta'sirini ko'rsatadi.

4. Mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshgani sari o'rtacha xarajatlar qiymati kamayib boradi.

5. O'rtacha xarajatlar egri chiziqlari chekli xarajatlar egri chizig'i bilan kesishgan nuqtalarda ular minimal qiymatga ega bo'ladi.

6. $MC < AVC$, ya'ni chekli xarajatlar o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlardan past bo'lganda o'rtacha umumiy (ATC) va o'rtacha o'zgaruvchan (AVC) xarajatlar kamayadi.

7. $MC > AVC$ ya'ni chekli xarajatlar o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlardan yuqori bo'lganda o'rtacha umumiy (ATC) va o'rtacha o'zgaruvchan (AVC) xarajatlar oshadi. Misol. Firmaning xarajatlarini qaraymiz (11.2-jadval).

11.2-jadval Firmaning xarajatlari

Mahsulot miqdori, Q	O'zgar mas xarajat, TFC	O'zgaruvchan xarajat, TVC	Jami xarajat, TC	Chekli xarajat, MC	O'rtacha xarajatlar		
					o'zgar mas, AFC	o'zgaruvchan, AVC	o'zgaruvchan, AVC
0	50	0	50	-	-	-	-
1	50	50	100	50	50	50	100
2	50	90	140	40	25	45	70
3	50	120	170	30	17	40	57
4	50	160	210	40	13	40	53
5	50	210	260	50	10	42	52
6	50	270	320	60	8	45	53
7	50	340	390	70	7,1	49,6	55,8
8	50	420	470	80	5,5	53	59
9	50	510	560	90	5,5	56,5	62
10	50	610	660	100	5	61	66

Jadvaldan ma'lumki, o'rtacha umumiy xarajatlar sotish hajmi 5 birlikka teng bo'lganda minimal 52 pul birligiga teng. Chekli xarajatlar sotish xajmi 2 dan 3 birlikka o'tganda minimal qiymat 30 pul birligiga teng. O'rtacha o'zgarmas xarajatlar sotish hajmi oshishi bilan kamayib bormoqda.

4. Ishlab chiqarish, davr, moliyaviy xarajatlar va favqulodda zararlar

Firmaning ishlab chiqarish, operatsion, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlar O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevraldagi 54-sonli qarori bilan tasdiqlangan "Mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom"ga muvofiq quyidagicha turkumlanadi:

1. **Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini** hosil qiluvchi xarajatlar ularning iqtisodiy mazmuniga ko'ra quyidagi elementlar bo'yicha ajratiladi:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari; - ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar;
- asosiy fondlar amortizatsiyasi;
- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar.

2. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan, biroq asosiy faoliyatdan olingan foydani aniqlashda hisobga olinadigan **davr xarajatlari** elementlari:

- boshqaruv xarajatlari;
- mahsulotni sotish xarajatlari;
- boshqa operatsion xarajatlar.

3. Firmaning umumxo'jalik faoliyatidan olingan foydasini aniqlashda hisobga olinadigan **moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar**:

- foizlar bo'yicha to'lovlar;
- mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga (lizingga) olish to'lovlari;
- xorijiy valuta bilan operatsiya bo'yicha salbiy kurs tafovutlari;
- qimmatli qog'ozlarga qo'yilgan mablag'larni qayta baholash;
- moliyaviy faoliyatga oid boshqa xarajatlar.

4. Firmaning odatdagi faoliyatiga mos kelmaydigan, bir necha yillar davomida takrorlanib turmaydigan va firma boshlig'ining (mulk egasining) qabul qilgan boshqaruv qarorlariga bog'liq bo'lmagan holda vujudga keladigan voqea va hodisalar (masalan, tabiiy ofatlar va mamlakat qonunchiligi o'zgarishi) natijasida ko'rilgan favqulodda zararlar.

Mahsulot tannarxi firma xarajatlari tushunchasidan farq qiladi. Firmaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmaydi. Mahsulotni (ishning, xizmatni) ishlab chiqarish tannarxiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo'ladi:

- bevosita moddiy xarajatlar;
- bevosita mehnat xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan bilvosita ustama xarajatlar.

Bu xarajatlarning ko'pchiligi naturada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish mumkin. Ammo, mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga - qiymat pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi. Mahsulot tannarxi ishlab chiqarish xarajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo'lish orqali topiladi: $MT = \frac{MX + IX + ST + A + BIX}{Q}$

Bu yerda: MT – mahsulot tannarxi so'm/dona, so'm/kg va boshqa;

MX – ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari, so'm;

IX – ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to'lash xarajatlari, so'm; ST – ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urta to'lovlari, so'm;

A – ishlab chiqarishdagi asosiy vositalar amortizatsiyasi, so'm;

BIX – boshqa ishlab chiqarish xarajatlari, so'm;

Q – mahsulot miqdori, dona, kg, tonna va boshq.

Qisqa xulosalar

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimallashtirishdan iboratdir. Umumiy holda foyda yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni 202 ayirish orqali topiladi. Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. Tashqi xarajatlarga tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol etkazib beruvchilarga (xomashyo, materiallar, elektr energiyasi, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi. 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.

Qisqa muddatli oraliq - bu shunday vaqt oraliq'iki, firma bu oraliqda faoliyat ko'rsatganda, u ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasining hajmini o'zgartira olmaydi. 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

O'zgarmas xarajatlar (TFC - fixed costs) - 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'zgaruvchan xarajatlar (TVC - Variable Costs) - mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat.

Umumiy xarajatlar (TC - Total Costs) - qisqa muddatli oraliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng.

Chekli xarajat (MC - Marginal Cost) - ishlab chiqarish hajmini kichik miqdorga (odatda bir birlikka) oshirish bilan bog'liq bo'lgan qo'shimcha umumiy xarajatdir.

Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar ularning iqtisodiy mazmuniga ko'ra quyidagi elementlar bo'yicha ajratiladi:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari; - ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar;
- asosiy fondlar amortizatsiyasi;
- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Firmalarning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati nimalar bilan xarakterlanadi?
2. Firmaning ichki va tashqi xarajatlarini izohlab bering.
3. Ishlab chiqarish xarajatlari grafikda qanday tasvirlanadi?
4. O'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar qanday farqlanadi?
5. Umumiy xarajat va o'rtacha xarajatlarning hisoblash usullari farq qiladimi?
6. Qanday xarajatlarga o'zgarmas xarajatlar deb ataladi?
7. Qanday xarajatlarga o'zgaruvchan xarajatlar deb ataladi?
8. Chekli xarajat nimani ifodalaydi?

12-Mavzu: Mukammal raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifi

Reja:

1. Qisqa muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firma daromadlari va ularni hisoblash

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

3. Raqobatlashuvchi firmaning muvozanat holati

4. Raqobatlashgan firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklifi

1. Qisqa muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firma daromadlari va ularni hisoblash

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 qila olmaydilar;

- bozorga yangi sotuvchilarni kirishi va sotuvchilarni bozordan chiqishi cheklanmagan;

- sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqolmaydi;

- bozor sub'ektlari bozor to'g'risida to'liq axborot olish imkoniyatiga ega.

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: $P = \text{const}$.

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.

Mukammal raqobatlashgan bozorda sotuvchilar ham xaridorlar ham ko'p. 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).

Raqobatlashgan bozorda **umumiy daromad (TR)** firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga teng, ya'ni umumiy daromad sotilgan mahsulot miqdorini (Q) uning narxiga (P) ko'paytmasiga teng: $TR = P \cdot Q$

Bu yerda: TR - umumiy daromad; P - narx; Q - sotilgan ne'mat miqdori.

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

O'rtacha daromad (AR)- sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir, ya'ni: $AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$

Chekli daromad (MR) - bu qo'shimcha bir birlik 'ni sotish natijasida umumiy daromadning o'sgan qismi $\Delta TR(Q)$ ya'ni:

$$MR = \frac{\Delta TR(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{dQ} = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} = P$$

Raqobatlashuvchi firmaning mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i uning o'rtacha daromad chizig'i bilan ifodalanadi. Faraz qilaylik firma mahsulotiga bo'lgan talab funksiyasi umumiy

$$P = \frac{a_0}{a_1} - \frac{Q_d}{a_1}$$

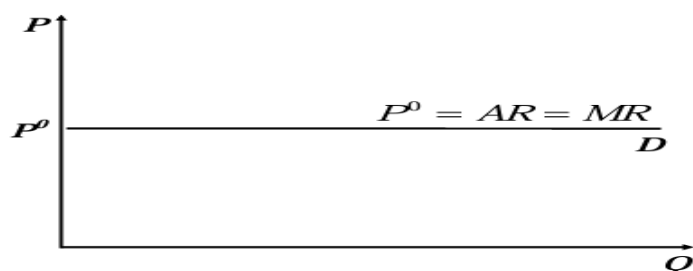
holdagi chiziqli funksiya ko'rinishida berilgan bo'lsin:

$$TR = P \times Q = \frac{a_0}{a_1} - \frac{Q_d}{a_1} \times Q,$$

Firmaning daromadini yozamiz

bundan o`rtacha daromadni aniqlaymiz $P = a_0/a_1 - Q_d/a_1$
 Ko`rinib turibdiki, oxirgi o`rtacha daromad funksiyasi teskari talab funksiyasining o`zi,
 ya'ni $AR=P= P = a_0/a_1 - Q_d/a_1$.

Demak, raqobatlashgan bozorda talab chizig`i o`rtacha va chekli daromadlar chizig`i bilan ifodalanadi. Agar abtsissa o`qi bo`yicha mahsulot miqdori  $Q$  ni va ordinat o`qi bo`yicha tovar narxini joylashtirsak, ular o`rtasidagi bog`liqlik gorizontal o`qqa nisbatan parallel chiziq bilan ifodalanadi va bu chiziq raqobatlashgan bozorda harakat qiluvchi firma mahsulotiga bo`lgan talab chizig`ini beradi (12.1-rasm).



12.1-rasm.

Raqobatlashgan bozordagi narx, o`rtacha va chekli daromad

Rasmdan ko`rinib turibdiki, raqobatlashgan bozordagi talabning narx bo`yicha elastikligi cheksizdir $E^D_P = \infty$, 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. Misol. Raqobatlashgan bozorda bir xil sifatli apel`sin sotilmoqda. Sotuvchining umumiy, o`rtacha va chekli daromadlarini hisoblaymiz. Ushbu hisob-kitoblar quyidagi 12.1-jadvalda keltirilgan.

12.1-jadval

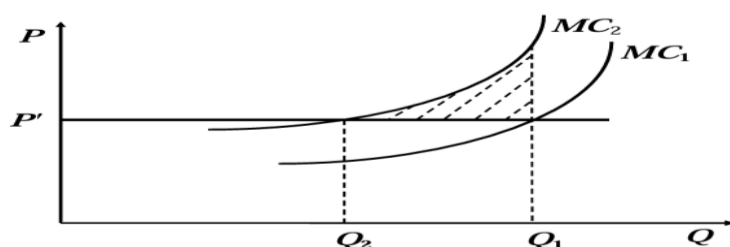
Apelsin sotuvchining umumiy, o`rtacha va chekli daromadlari

Sotilgan apel`sin miqdori, Q	Apel`sin narxi, P	O`rtacha daromad, AR	Yalpi daromad, AR	Chekli daromad, MR
0	2 000	2 000	0	-
1	2 000	2 000	2 000	2 000
2	2 000	2 000	4 000	2 000
3	2 000	2 000	6 000	2 000
4	2 000	2 000	8 000	2 000
5	2 000	2 000	10 000	2 000

Chekli daromad MR yalpi daromadning berilgan qiymatidan oldingisini ayirish bilan aniqlanadi. Masalan, $MR(5)=TR(5)-TR(4)=10\ 000-8\ 000$

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).



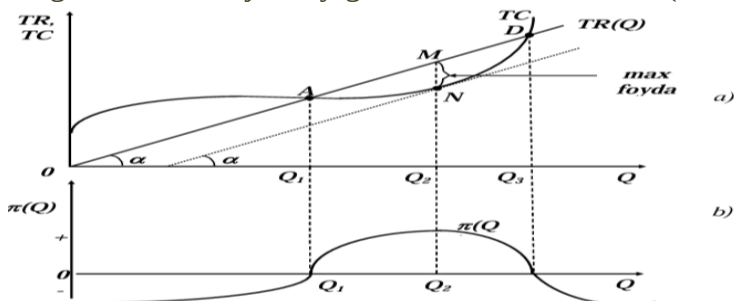
12.2-rasm. Chekli xarajatning ishlab chiqarish hajmiga bog`liqligi

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: $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$

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



12.3-rasm. Qisqa muddatli oraliqda foydani maksimallashtirish grafigi

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'zgaras 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-a-rasm). Demak, foyda ishlab chiqarish hajmi $Q = Q_2$ bo'lganda maksimallasadi (12.3-b-rasm). Ishlab chiqarish hajmi Q_2 dan oshganda ($Q > Q_2$) 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 ($TC(Q) > TR(Q)$). 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 $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \text{tg} \alpha$) umumiy xarajat chizig'ining burchak koeffitsiyentiga (chekli xarajati $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \text{tg} \alpha$) 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, monopolistik yoki oligopolistik) faoliyat ko'rsatmasin, u o'z kuchini saqlab qoladi.

Yuqoridagi mulohazalardan shu kelib chiqadiki, $MR(Q) > MC(Q)$ 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 $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$

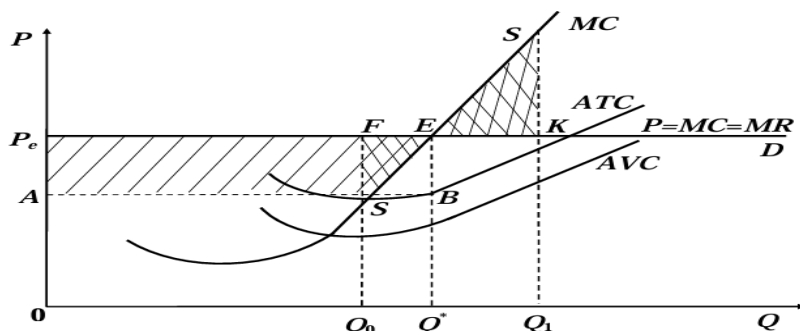
Funksiya maksimal qiymatga erishadi, qachonki ishlab chiqarish hajmini kichik ΔQ miqdorga oshirganimizda foyda o'zgarmasa, ya'ni $\frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = 0$ bundan $\frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = \frac{\Delta TR(Q)}{\Delta Q} - \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = 0$ Bu munosabatda $\frac{\Delta TR(Q)}{\Delta Q} = MR$ va $\frac{\Delta TC}{\Delta Q} = MC$ bo'lgani uchun foydani maksimallashtirish shartini quyidagicha yozamiz: $MR(Q) = MC(Q)$

3. 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 gorizontall 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: $P = MC$.

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.

Raqobatlashgan firma foydasini maksimallashtirish sharti yordamida biz firmaning muvozanat holatini belgilovchi nuqtani grafik orqali aniqlashimiz mumkin (12.4-rasm). Rasmda E nuqta raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi muvozanat holatini ifodalaydi. Bu nuqtada bo'lib, ushbu nuqtada firma foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q^* ga erishadi.



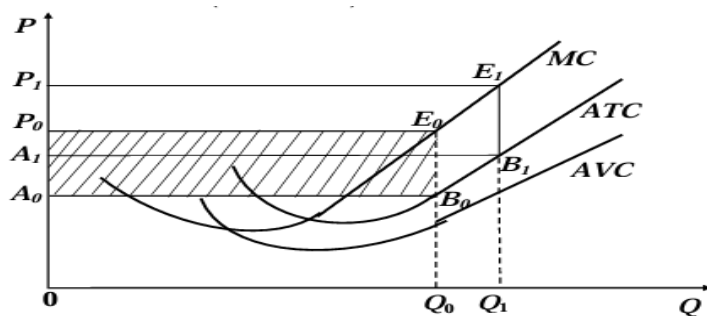
12.4-rasm.
Raqobatlashuvchi firmaning
qisqa muddatli oraliqdagi
xarajatlari va foydasi

Rasmda umumiy daromad $(TR(Q) - TC(Q))$ $0P_eEQ^*$ to'rtburchak yuzasiga, umumiy xarajat esa $0ABC^*$ to'rtburchak yuzasiga teng. Umumiy maksimal foyda $(\max \pi(Q) = TR(Q) - TC(Q))$ AP_eEB yuza bilan ifodalanadi va bu yuza quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi: $\pi = (P - ATC) \cdot Q$.

Ishlab chiqarish hajmi Q^* dan kichik bo'lganda $Q_0 < Q^*$ chekli daromad chekli xarajatdan ko'p demak, ishlab chiqarish hajmini oshirib qo'shimcha foyda olish imkoniyati bor. Rasmda ikki karra shtirxlangan 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 daromaddan 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.

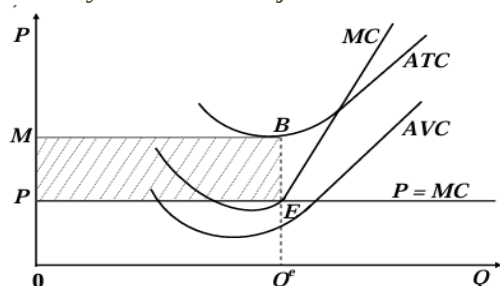
Xulosa qilish mumkinki, narx o'rtacha umumiy xarajatdan qancha yuqori bo'lsa, firmaning foydasi shuncha ko'p bo'ladi. Buni quyidagi grafikda ko'rish mumkin (12.5-rasm).



12.5-rasm.

Raqobatlashuvchi firma foydasi

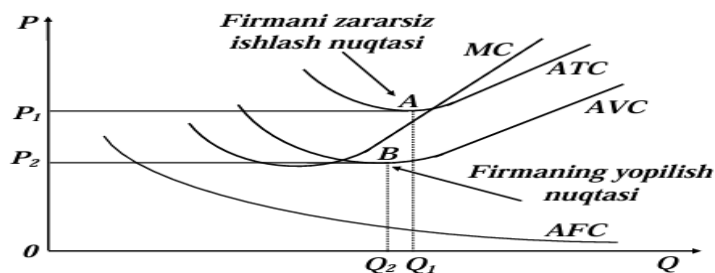
Rasmda, boshlang'ich narx P_0 bo'lganda umumiy foyda $P_0A_0B_0E_0$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalansa, narx oshib P_1 bo'lganda umumiy foyda qiymati ham oshadi va $P_1A_1B_1E_1$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalanadi. Shuni ham eslatish o'tish joizki, firma qisqa muddatli oraliqda har doim ham foydani maksimallashtiravermaydi. Ko'p hollarda o'zgarmas xarajatning oshib ketishi umumiy o'rtacha xarajatni ham oshirib yuboradi (12.6-rasm).



12.6-rasm.

Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi yo'qotishlari

Natijada, foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q^e 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 xarajatdan yuqori bo'lib, o'rtacha umumiy xarajatdan past bo'lganda firma kelajakda foydaga chiqish maqsadida ishlab chiqarish zarar ishlasa ham o'z faoliyatini davom ettiradi va shu bilan birga umumiy zararni minimallashtirishga harakat qiladi. Nima uchun deganda, bu narx o'rtacha umumiy xarajatdan kichik ($P < ATC$) bo'lgani bilan, u firmaning o'zgaruvchan xarajatlarini (xomashyo sarfi, ish haqi) 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 xarajatni tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ($P < AVC(Q) \text{ MC} = MR$). Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni (12.7-rasmda B nuqta), firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi).



12.7-rasm.

Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi harakat qilish qoidalari

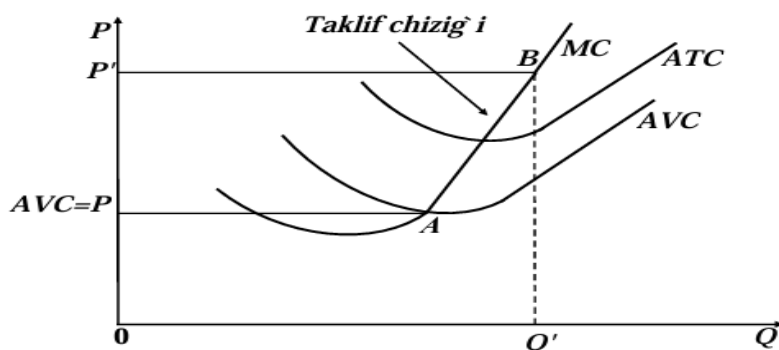
B nuqta firmaning yopilish nuqtasi hisoblanadi. Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi

12.7-rasmdagi A nuqta firmaning zararsiz ishlash nuqtasi deyiladi, bu nuqtada .

$P_e = \min ATC(Q)$ bo'lib, firma zarar ham ko'rmasdan, foyda ham olmasdan ishlashini ifodalaydi.

4. 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 ($AVC(Q) > 0$) taklif chizig'i chekli xarajatning (MC) o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning minimumidan yuqorida yotgan qismi bilan ustma-ust tushadi. minimumidan yuqori bo'lgan har qanday narx P maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q da foydani ni grafik orqali aniqlashimiz mumkin (12.8-rasm)



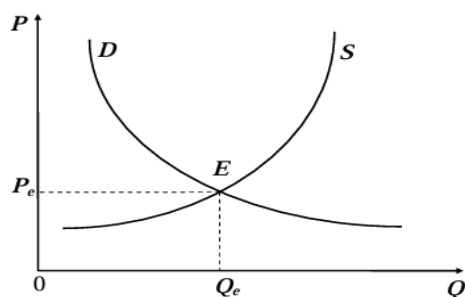
12.8-rasm.

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. $S = S_1 + S_2 + \dots + S_n$ 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 (12-rasm).

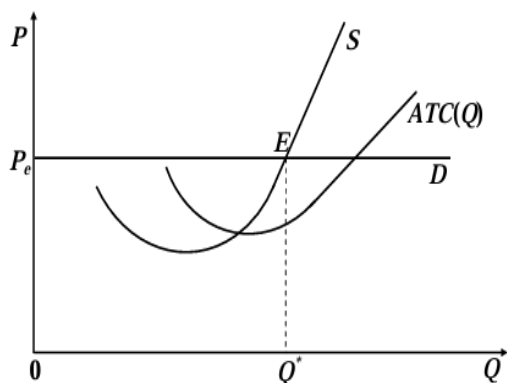
Firmaning tarmoqdagi ulushi uning chekli xarajatini, muvozanat narx bilan teng bo'lishini ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmi bilan aniqlanadi, ya'ni $MC = P_e$.



12.9-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 gorizontall bo'lganda) muvozanat narx P_e ishlab chiqarish hajmining barcha qiymatlarida quyidagi shartni qanoatlantirsa: $P_e = ATC(Q)$ firma o'z foydasini maksimallashtiradi $TR(Q^*) = P_e Q^* > Q^* ATC(Q^*) = TC(Q^*)$

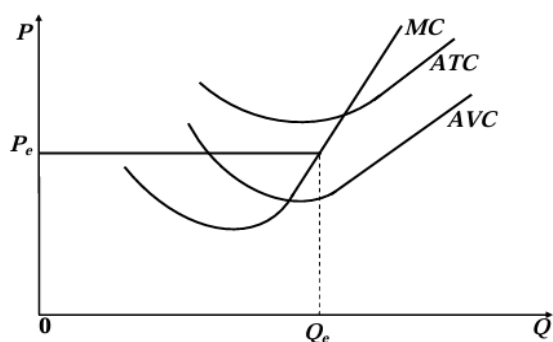


12.10-rasm.

Firma foydasini maksimallashtirish sharti (E muvozanat nuqta, S korxona taklifi chizig'i)

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

Agar bozor muvozanati narxi P_e bo'lganda va talab chizig'i taklif chizig'ini ATC va AVC chiziqlari o'rtasida kesib o'tsa, ya'ni $\min AVC(Q_e) < P_e < \min ATC(Q_e)$, bo'lsa, firma o'z (zararini) minimallashtiradi (12.11-rasm).



12.11-rasm.

Firma zararini minimallashtiradigan hol

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

Bordiyu 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.

Qisqa xulosalar

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 qila olmaydilar; bozorga yangi sotuvchilarni kirishi va sotuvchilarni bozordan chiqishi cheklanmagan; sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqolmaydi; bozor sub'ektlari bozor to`g`risida to`liq axborot olish imkoniyatiga ega.

Raqobatlashgan bozorda umumiy daromad (TR) firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga teng. O`rtacha daromad (AR)- sotilgan bir birlik mahsulotga to`g`ri keladigan daromaddir. Chekli daromad (MR) - bu qo`shimcha bir birlik 'ni sotish natijasida umumiy daromadning o`sgan qismi.

Qisqa muddatli oraliqda firma kapitali razmeri o`zgarmaydi, shuning uchun u foydani maksimallashtiradigan o`zgaruvchan ishlab chiqarish omillari hajmini tanlashi lozim bo`ladi. Raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda 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, monopolistik yoki oligopolistik) faoliyat ko`rsatmasin, u o`z kuchini saqlab qoladi.

Raqobatlashgan bozorda narx bozor tomonidan belgilanadi va unga firma ta'sir qila olmaydi. Bunday bozorda harakat qilayotgan firmaning talab chizig`i gorizontol chiziqdan iborat bo`lib, uning chekli daromadi narxga teng, ya'ni $MR = P = P$. Demak, raqobatlashuvchi firma foydasini maksimallashtirish sharti (qoidasi) shundan iboratki, firma ishlab chiqarish hajmini shunday tanlashi kerakki, bu hajmda narx chekli xarajatga teng bo`lsin: $P = MC$.

Narx o`rtacha o`zgarruvchan xarajatdan yuqori bo`lib, o`rtacha umumiy xarajatdan past bo`lganda firma kelajakda foydaga chiqish maqsadida ishlab chiqarish zarar ishlasa ham o`z faoliyatini davom ettiradi va shu bilan birga umumiy zararni minimallashtirishga harakat qiladi.

Ishlab chiqarishni to`xtatish qoidasiga ko`ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo`lsa, ya'ni $P < AVC(Q)$, firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi).

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Mukammal raqobatlashgan bozorning asosiy shartlari nimalar?
2. Mukammal raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda firma foydasini qanday maksimallashtirishiradi?
3. Raqobatlashgan bozorda firmaning talab chizig`i qanday ko`rinishga ega?
4. Raqobatlashgan bozorda firmaning muvozanat holati qanday aniqlanadi?
5. Firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig`i grafigi qanday?
6. Mukammal raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda firma zararlarini qanday minimallashtirishiradi?
7. Mukammal raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda firma qanday holatda yopiladi?

13-mavzu: Raqobatlashuvchi firma va tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati, tarmoq taklifi.

Reja:

1. Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini tanlash
2. Tarmoqning muvozanat holati va tarmoq taklifi
3. Tarmoqning uzoq muddatli oralidagi umumiy taklifi

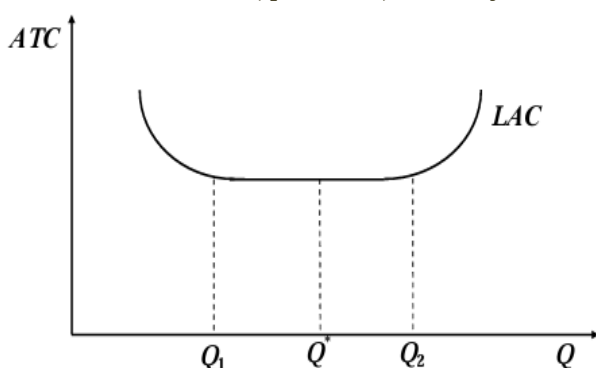
13.1. Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini tanlash

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'zgarmasligi 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'zgarmas 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 ATC ortib boradi.

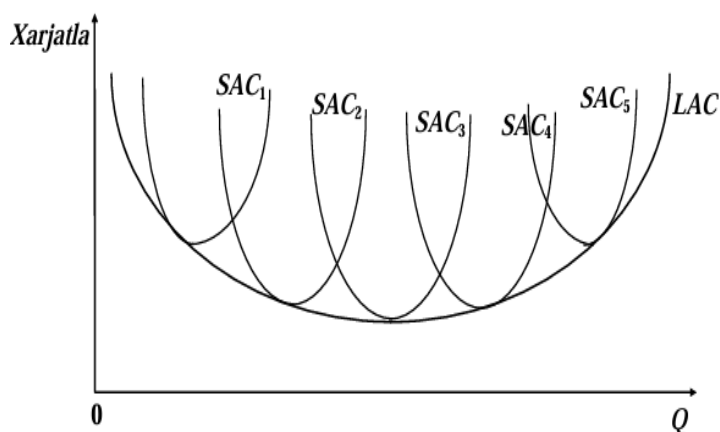
Odatda, ishlab chiqarishning boshida masshtab samarasining oshishi, undan keyin o'zgarmas va keyinchalik kamayishi ko'pgina firmalarga xosdir. Shuning uchun ham uzoq muddatli oraliqda umumiy o'rtacha xarajatlar chizig'i botiq ko'rinishga ega bo'ladi (13.1-rasm).

Grafikda Q^* dan chap tomonda yotgan qismida masshtab samarasi musbat (o'suvchi), Q^* dan o'ng tomonda yotgan qismida masshtab samarasi manfiy va nihoyat Q^* ning kichik atrofida u o'zgarmasdir ($Q_1 - Q_2$ oraliqda). Ishlab chiqarish hajmi Q^* firmaning uzoq muddatli oraliqdagi samarali razmerini (quvvatini) ifodalaydi.



13.1-rasm.
Uzoq muddatli oraliqda o'rtacha xarajatlar LAC grafigi

Uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar (LAC) bilan qisqa muddatli o'rtacha xarajatlar (SAC) o'rtasidagi munosabatni quyidagi 13.2-rasmdan ko'rish mumkin.



13.2-rasm.

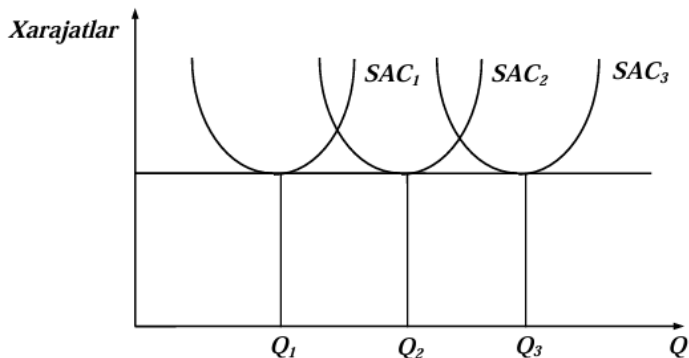
Masshtab samarasi o'zganda va qisqarganda uzoq va qisqa muddatli oraliqlardagi o'rtacha

Faraz qilaylik, firma razmerini (quvvatini) tanlash bo'yicha besh xil variant mavjud. Har qaysi razmerdagi firma uchun qisqa muddatli o'rtacha xarajatlar quyidagicha SAC_1 , SAC_2 , SAC_3 , SAC_4 , SAC_5 (13.2-rasm).

Uzoq muddatli oraliqda barcha resurslar o'zgaruvchan bo'lgani uchun, barcha xarajatlar ham o'zgaruvchan bo'ladi. Firma har qanday berilgan ishlab chiqarish quvvatidan umumiy va o'rtacha xarajatlarni minimallashtiradi. Shuning uchun ham uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar (LAC) grafigi qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini bir-biriga tutashtirish orqali hosil qilinadi. 13.2-rasmda beshta qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklari orqali uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafigi keltirilgan.

Agar biz firma quvvatlarini yanada kichik o'zgarishlar orqali o'zgartirsak (qisqa muddatli oraliqlarni yanada kichiklashtirsak) LAC chizig'i silliq botiq chiziqqa yaqinlashib boradi.

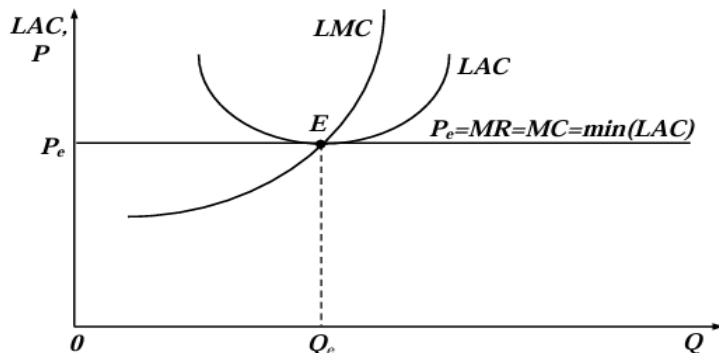
Uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar ishlab chiqarish hajmining mumkin bo'lgan barcha qiymatlari uchun cheksiz qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini uzluksiz silliq birlashtiruvchi chiziq orqali ifodalanadi. Agar ishlab chiqarish masshtabi samarasi o'zgarmas bo'lsa, uzoq muddatli o'rtacha xarajat grafigi to'g'ri chiziqdan iborat bo'ladi (13.3-rasm).



13.3-rasm. Ishlab chiqarish masshtabi o'zgarmas bo'lganda uzoq muddatli va qisqa muddatli oraliqdagi xarajatlar grafigi

Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish quvvati Q_1 o'zgarganda LAC o'zgarmayapti. va Q_3 ga Uzoq muddatli oraliqda tarmoq tarkibidagi firmaning muvozanat holati bozorda shakllangan narx P_e ning ushbu firmaning o'rtacha xarajatlari minimumiga tengligi bilan belgilanadi:

$$P_e = \min LAC (Q_e).$$



13.4-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati (E-muvozanat nuqta)

Raqobatlashuvchi firma tarmoqqa qarashli bo'lgani uchun bu shart tarmoqning ham uzoq muddatli oraliqdagi (raqobatlashgan bozorda) muvozanat holatini ifodalaydi.

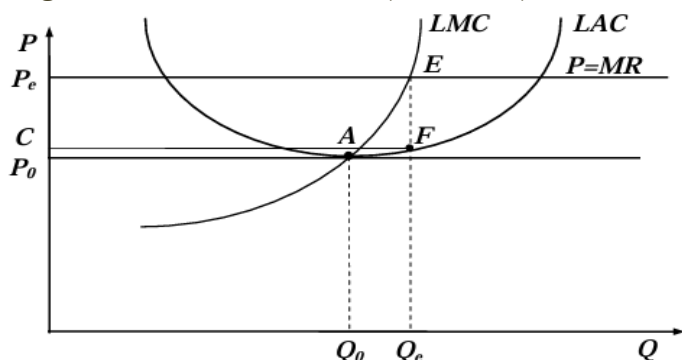
13.4-rasmdan ko'rish mumkinki, firmaning iqtisodiy foydasi uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatida nolga teng. Lekin, bu firma umuman foyda olmaydi degani emas, aslida firma o'zining qo'ygan (qo'shgan) kapitaliga ko'ra real normal foyda oladi. Iqtisodiy foyda alternativ xarajatni ham hisobga oladi, 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 va tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'lgani uchun firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendensiyasiga ega.

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'lsa: $LMC = P_e = MR$ (13.5-rasm).

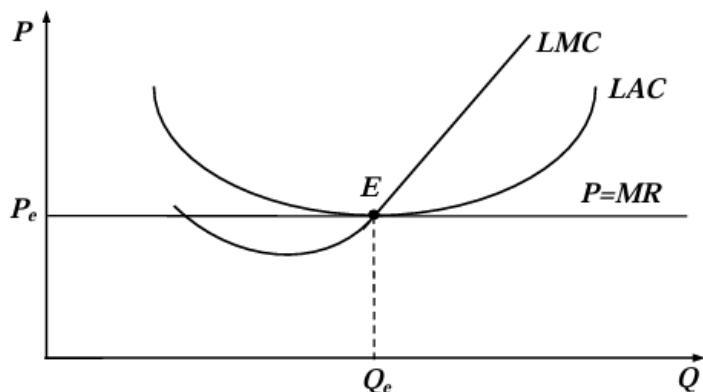


13.5-rasm. Uzoq muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish hajmini tanlashi

Firmaning foydasi ishlab chiqarish hajmi Q_e maksimal bo'ladi va u $P_e CFE$ ga teng bo'lganda to'rtburchak yuziga teng. Ishlab chiqarish hajmi Q_e dan oshirish yoki kamaytirish firmaning umumiy foydasini qisqartiradi. Chunki agar ishlab chiqarish hajmi Q_2 dan kichik bo'lsa, ($Q < Q_e$) qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulotning chekli daromadi chekli xarajatlardan ko'p, demak ishlab chiqarishni oshirish maqsadga muvofiqdir. Ammo ishlab chiqarish hajmining Q_e dan yuqori bo'lgan har qanday hajmda chekli xarajat chekli daromaddan yuqori, shuning uchun qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot foydani qisqartiradi. Umuman olganda bozor narxi qancha yuqori bo'lsa, albatta xarajatlari o'zgarmaganda, 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, mukammal 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 firmaning uzoq tarmoqning tipik vakili bo'lgan muddatli o'rtcha xarajati minimumiga teng bo'lsa $P_0 = \min P LAC (Q)$ (13.6-rasm).



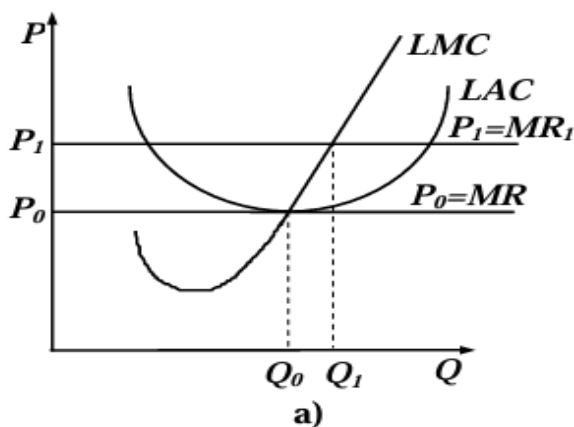
13.6-rasm.

Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati, tarmoq muvozanati (E muvozanat nuqta)

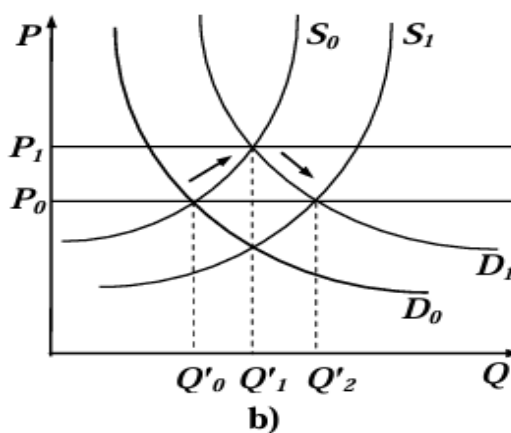
Firma nolga teng iqtisodiy foyda olganda, unda tarmoqdan chiqib ketishga hojat qolmaydi, boshqa firmalarning ham tarmoqqa kirib kelishidan manfaatdor emas. Uzoq muddatli muvozanat holat quyidagi o'rtacha shart bajarilganda sodir bo'ladi. Birinchidan, tarmoqdagi barcha firmalar o'z foydalarini maksimallashtiradi. 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:

$$P = P_e = LAC (Q_e) = \min LAC (Q_e) = LMC (Q_e)$$

Tarmoqning tipik firmasining ishlab chiqarish xajmi Q_0 ga teng. 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).



a)



b)

13.7-rasm. Tipik firmaning uzoq muddatli muvozanati (a), uzoq muddatli oraliqda tarmoq muvozanatining o'zgarishi (b)

Bu yerda alohida firmalarning qisqa muddatli taklif chiziqlarining yig'indisi umumiy bozor taklif chizig'i S_0 bilan bozor taklif chizig'i D_0 ni beradi. Bozor taklif chizig'i tarmoq bozorinigi muvozanat narxiini aniqlaydi. Bu narxga har bir firma moslashadi va $P_0 = LMC$ 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 gorizontall ko'rinishga ega, ya'ni cheksiz elastik).

Yangi muvozanat narxda firma noldan farqli, musbat iqtisodiy foyda ola boshlaydi va u foydani maksimalashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini 0 Qdan 1 Q 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_2 o`sishi tarmoqda  $\frac{Q_2 - Q_0}{Q_0}$  ta yangi firmalarning paydo bo`lganini anglatadi.

Tarmoqqa firmalarning kirishi va undan chiqishini tarmoqda uzoq muddatli muvozanatni ta`minlovchi mexanizm deb qarash mumkin.

Tarmoqqa firmalar kirib keladi, agar ular ushbu tarmoqda iqtisodiy foyda olishini sezsa.

Tarmoqdan firmalar chiqib ketadi, agar ular uzoq muddatli oraliqda o`rtacha xarajtlarini qoplay olmasa.

Tarmoqdan chiqish va unga kirish oxirgi (chekli) firma nolga teng iqtisodiy foydaga erishguncha 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 kontseptsiyasi 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 xarajatlari 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 iqtisodiy foyda tarmoqda harakat qilayotgan firmaning qimmatbaho aktivga, yangi texnologiyaga yoki yaxshi tajribaga ega ekanligidan dalolat beradi. Bunday holda boshqa firmalar tarmoqqa kirishga jur`at qilolmaydi.

Musbat iqtisodiy foyda investitsiyalarni tarmoqqa kirishga imoniyat yaratadi va ularni rag`batlantiradi.

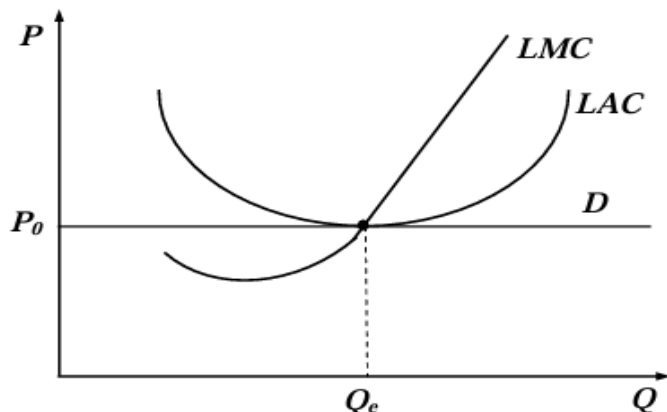
3. Tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi umumiy taklifi

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`jaligi 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, biz yuqorida ko`rdikki, 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 gorizontaldan iborat bo'ladi (13.8-rasm).

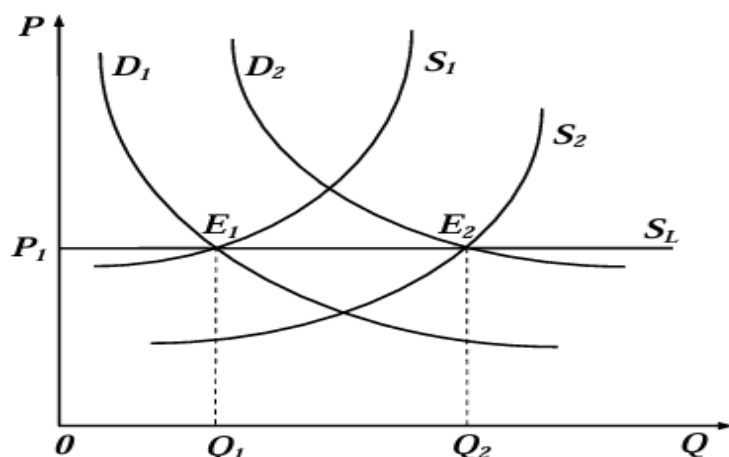


13.8-rasm.

O'zgarmas xarajatli tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i

Narx muvozanat narx P_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 qataradi. O'zgarmas xarajatga ega tarmoqning uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar chizig'i gorizontald bo'ladi. 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 oshdi 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-b-rasm).



13.10-rasm.

Xarajatlari kamayuvchi tarmoqning uzoq muddatli taklif chizig'i (SL)

Natijada tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i unga pastga tomon yotiq bo'ladi.

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 pirovardda 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 $P_e = \min(ATC)$ 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.

Qisqa xulosalar

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'zgarmasligi va kamayishi bilan aniqlanadi.

Odatda, ishlab chiqarishning boshida masshtab samarasining oshishi, undan keyin o'zgarmas va keyinchalik kamayishi ko'pgina firmalarga xosdir. Shuning uchun ham uzoq muddatli oraliqda umumiy o'rtacha xarajatlar chizig'i botiq ko'rinishga ega bo'ladi.

Uzoq muddatli oraliqda barcha resurslar o'zgaruvchan bo'lgani uchun, barcha xarajatlar ham o'zgaruvchan bo'ladi. Firma har qanday berilgan ishlab chiqarish quvvatidan umumiy va o'rtacha xarajatlarni minimallashtiradi. Shuning uchun ham uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar (LAC) grafigi qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini bir-biriga tutashtirish orqali hosil qilinadi.

Uzoq muddatli oraliqda tarmoq tarkibidagi firmaning muvozanat holati bozorda shakllangan narx P_e ning ushbu firmaning o'rtacha xarajatlari minimumiga tengligi bilan belgilanadi:

$$P_e = \min LAC (Q_e) .$$

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 va tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'lgani uchun firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendensiyasiga ega.

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'lsa: $LMC = P_e = MR$.

Uzoq muddatli oraliqda, mukammal raqobatlashgan bozorda nafaqat 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 firmaning uzoq tarmoqning tipik vakili bo'lgan muddatli o'rtacha xarajati minimumiga teng bo'lsa $P_0 = \min LAC(Q)$.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Uzoq muddatli oraliqda mukammal raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning foydasini maksimallashtirish shartlari nimalar?
2. Uzoq muddatli oraliqda mukammal raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning talab chizig'i qanday ko'rinishga ega?
3. Uzoq muddatli oraliqda mukammal raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning muvozanat holati qanday aniqlanadi?
4. Firmaning uzoq muddatli o'rtacha xarajatining tarkibi qanday aniqlanadi?
5. Tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati qanday aniqlanadi?
6. Uzoq muddatli oraliqda tarmoqning kengayish mexanizmini tushuntirib bering.
7. Firmaning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i nimalar bilan belgilanadi?

14-mavzu: Raqobat va yakka hokimlik

Reja:

1. Raqobatlashmagan bozorlar va ularning xususiyatlari

2.Sof monopoliya va bozor hokimiyati

3.Monopol sharoitda narx belgilash va monopol hokimiyati ko'rsatkichi

4.Monopol hokimiyat va jamiyat farovonligi

Raqobatlashmagan bozorlar va ularning xususiyatlari

Sof monopoliya - bu bitta sotuvchi va ko'p xaridorlar qatnashgan bozor, yoki o'rni 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 (14.1-jadval). 14.1-jadval Raqobat muhitiga ko'ra bozorlarning xususiyatlari

Mezonlar	Sof Raqobatli bozor	Nomukammal raqobatli bozor turlari		
		Monopolistik raqobatli	Oligopoliya	Sof monopoliya
Bozordagi firmalar soni	juda ko'p	ko'p	kam	yagona
Raqobat turi	narx orqali	narxsiz	kelishuv	yo'q
Tarmoqqa kirish yoki chiqishga to'siqlar	yo'q	kuchsiz	odatda bor	bor
Mahsulotni tabaqalanishi	yo'q, bir xil	bor	mumkin	yo'q (bitta mahsulot)
Mahsulotga talab elastikligi	eng yuqori	o'rtacha	kichik	eng kichik
Iqtisodiy foyda olish imkoniyati	uzoq muddatli oraliqda iqtisodiy foyda yo'q	firmalar doimo iqtisodiy foyda oladi		
Narx va chekli xarajat nisbati	narx chekli xarajatga teng ($P=MC$)	narx chekli xarajatchidan katta ($P > MC$)		
Misol	qishloq xo'jaligi bozori	restoranlar, dorixonalar	mineral o'g'itlar bozori	O'zbekiston temir yo'llari

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 holga duopoliya deyiladi. Agar biz bozor taklifi va talabining har xil shakldagi variantlar kombinatsiyasini qarasak, bozor tizimlari soni yanada ko'payadi.

2. 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'rni 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 stantsiyasi, yagona tish

doktori, yagona jarrox yoki bo'lmasa mahalliy kommunal xo'jaligi xizmati. Yuqorida keltirilgan sub'ektlar 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 taqazo 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 xizmati 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. AQSH da 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 85 foizini nazorat qilgani uchun, olmos 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'rmini bosuvchi tovarning mavjudligi va tovarning bozordagi ulushi bilan belgilanadi. Monopol hokimiyatga ega bo'lish uchun firmaning sof monopolist bo'lishi shart emas. Firma mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i raqobatlashgan bozordagiday garizontal bo'lmasdan, pastga yotiq bo'lishi kifoyadir. Agar talab chizig'i pastga yotiq bo'lsa, firma taklif hajmini oshirib yoki kamaytirib, mahsulot narxini o'zgartirishi mumkin.

Umumun 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.

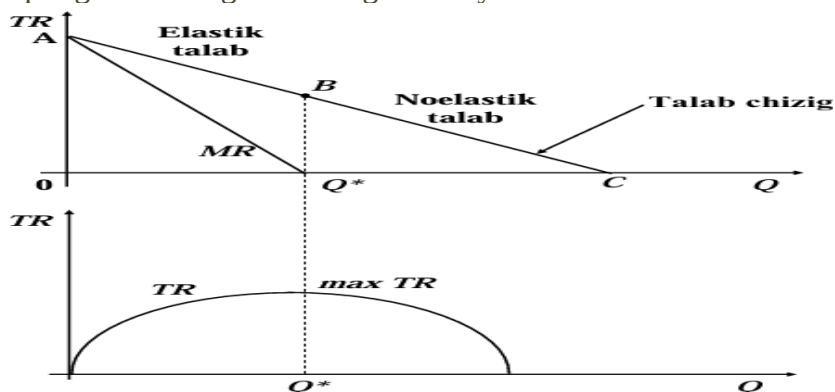
Monopolist mahsulotiga talab. Raqobatlashgan bozorda firma maksimal foyda oladi, agar u chekli daromad chekli xarajatga teng holatni ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsa, $MR = MC$.

Bunday mahsulot hajmi optimal bo'ladi. Monopolist ham shu optimal ishlab chiqarish shartiga amal qilishi kerak bo'ladi. Sof monopolist 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 $MR < P$ (14.1-rasm).

Monopol firmaning mahsulotiga talab bilan uning chekli va umumiy daromadi o'rtasidagi bog'liqliklarni quyidagi rasmda ko'rish mumkin. Talab chizig'ining elastik qismida chekli daromad $MR > 0$ bo'lgani uchun monopolist mahsulot hajmini noldan, * $Q > 0$ bo'lgani miqdorgacha oshirganda uning umumiy daromadi TR oshadi.



14.1-rasm.

Sof monopoliyada firmaning mahsulotiga talab, uning chekli va umumiy daromadi

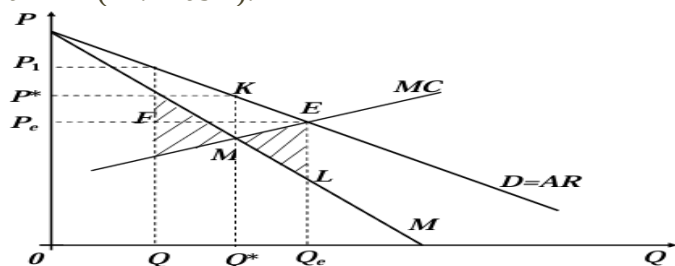
Talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida chekli daromad manfiy, ya'ni $MR < 0$ bo'lgani uchun, talab chizig'ining ushbu qismida ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy daromadni kamaytiradi. Shuning uchun ham monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismidan qochishga harakat qiladi.

Agar monopolistning talab chizig'i raqobatlashgan bozordagi singari gorizontaal bo'lganda edi, u tovar hajmini o'zgartirishi bilan narxga ta'sir qila olmas edi. Monopollashgan bozorda taklif chizig'i ma'noga ega emas. Nima uchun deganda, ishlab chiqariladigan mahsulot (taklif) miqdori bilan narx o'rtasida proportsional bog'liqlik yo'q. Monopolistning qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarishi nafaqat chekli xarajatga bog'liq, balki talab chizig'ining shakliga ham bog'liq bo'ladi.

Monopol bozorda talabning o'zgarishi narxning va taklifning raqobatlashgan bozordagiday proportsional o'zgarishiga olib kelmaydi. Monopolist, talab o'zgarganda mahsulot hajmini o'zgartirmasdan narxni o'zgartirishi yoki narxni o'zgartirmasdan mahsulot hajmini yoki bir vaqtning o'zida narxni hamda mahsulot miqdorini o'zgartirish 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 etganda umumiy daromad umumiy xarajatni qoplaymaydi. 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 daromadni pasayishiga olib keladi ($MR < 0$). Shu sababli monopolist talab chizig'ining elastik bo'lmagan qismida harakat qilmaydi.

Monopolist ham raqobatlashgan bozordagi firma kabi chekli harakat bilan chekli daromadni tengligini ta'minlaydigan hajmda mahsulot ishlab chiqarsagina maksimal foyda olishi mumkin (14.2-rasm).



14.2- rasm.

$MC = MR$ bo'lganda foydani maksimalashtirish grafigi

Rasmda monopolistning o'rtacha daromad chizig'i bipor talabi chizig'ini beradi. Mahsulot narxi shu mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq funktsiya. Grafikdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish hajmi Q^* ga teng bo'lganda chekli xarajat chekli daromadga teng bo'ladi. Talab chizig'idan foydalanib mahsulot hajmi Q^* ga mos bo'lgan bir birlik mahsulotning monopol narxi

P^* ni aniqlaymiz. Ushbu Q^* ga teng bo'lgan mahsulot hajmida foyda maksimal bo'lishini ko'rsatamiz. Ma'lumki, raqobatlashgan bozorda muvozanatlik E nuqtada erishiladi. Grafikda E nuqta muvozanat nuqta va unga mos keladigan ishlab chiqarish hajmi Q_e va narx P^* .

Faraz qilaylik, monopolist ishlab chiqargan mahsulot miqdori Q_1 bo'lsin va u Q^* dan kichik $Q_1 < Q^*$, bu holatga mos keladigan narx P_1 ham P^* dan yuqori va chekli daromad chekli xarajatdan katta $MR > MC$.

Monopolist mahsulot hajmini Q_1 dan oshirsa, u har bir birlik qo'shimcha ishlab chiqargan mahsuloti uchun $MR - MC$ ga teng bo'lgan qo'shimcha foyda olishi mumkin, ya'ni u o'zining umumiy daromadini oshirishi mumkin. Monopolist mahsulot hajmini oshirib, umumiy foydani oshirishi mumkin to mahsulot hajmi Q^* ga teng bo'lgunga qadar, mahsulot hajmi Q^* ga teng bo'lganda, keyingi qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotdan tushadigan daromad nolga teng, nima uchun deganda $MR = MC$ bo'ladi. Shuning uchun ham ishlab chiqarish hajmi Q_1 ga teng bo'lganda monopolistning umumiy foydasi rasmdagi shtrixlangan FKM sohaga teng bo'lgan miqdorga kamayadi. Monopolist uchun Q_2 miqdorda mahsulot ishlab chiqarish ham uning umumiy foydasini kamaytiradi. Q_2 hajmda chekli xarajatlar chekli daromadlardan yuqori ($MC > MR$). Agar monopolist ishlab chiqarish hajmini Q_2 ga nisbatan kamaytirs, u o'zining umumiy foydasini ($MC - MR$) miqdorga oshirgan bo'lardi. Monopolist mahsulot hajmini Q_2 dan Q^* ga qadar qisqartirishi natijasida umumiy foydani MEL shtrixlangan soha miqdorida oshirishi mumkin. Q^* hajmdan keyin mahsulot hajmini qo'shimcha birlikka qisqartirilishi umumiy foydani oshirmaydi ($MC = MR$ bo'ladi). Rasmda $Q = 0$ bilan Q^* va MC hamda MR chiziqlar oralig'idagi soha monopolistik tomonidan kam miqdorda mahsulot ishlab chiqarib o'ta yuqori narxda sotish munosabati bilan yo'qotiladigan foydani ifodalasa, mahsulot hajmi Q^* dan katta bo'lgandagi va MC bilan MR oralig'idagi soha nihoyatda ko'p mahsulot ishlab chiqarib

($Q > Q^*$), past narxlarda sotilishi natijasida yo'qotiladigan foydani ifodalaydi.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmi Q^* foydani maksimal qiladigan hajm ekanligini matematik nuqtai nazardan ham ko'rsatish mumkin. Umumiy foydani π bilan belgilasak $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$, va bu munosabatdan Q bo'yicha hosila olib, uni nolga tenglashtirib echamiz:

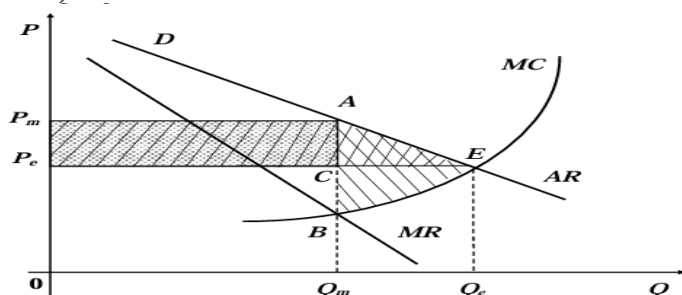
$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0$$

Bu yerda $\frac{dR}{dQ} = MR$ va $\frac{dC}{dQ} = MC$ bo'lgani uchun ham foydani maksimallashtirish sharti

$MR - MC = 0$ yoki $MR = MC$ bo'ladi.

3. Monopol hokimiyat va jamiyat farovonligi

Monopol hokimiyatda narx chekli xarajatdan yuqori bo'ladi. Monopol hokimiyatda narx oshadi, ishlab chiqarish hajmi kamayadi, natijada bu firmaning daromadini oshishiga va iste'molchilar turmush darajasining pasayishiga olib kelishi mumkin. Iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar ortiqchalarini monopol va raqobatlashgan bozor sharoitlarida qaraymiz (14.3-rasm).



14.3-rasm.

Monopol hokimiyatidan olinadigan zararni ifodalovchi grafik

Raqobatlashgan bozordagi ishlab chiqaruvchilar va monopol ishlab chiqarishning chekli xarajatlari (MC) bir xil deb faraz qilaylik. 14.3 rasmda monopolistning o'rtacha va chekli daromadlar chiziqlari AR , MR va chekli xarajatlari chizig'i ko'rsatilgan.

Ma'lumki, monopolist o'z foydasini $MC = MR$ bo'lishini (V nuqta) ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmida maksimallashtiradi. Monopolistning optimal ishlab chiqarish hajmi Q_m ga va u belgilaydigan narx P_m ga teng.

Raqobatlashgan bozorda $P = MC$ bo'lgandagi ishlab chiqarish hajmi maksimal foydani ta'minlaydi va talab chizig'i (14.3-rasmda bu o'rtacha daromad AR chizig'i) bilan taklif chizig'i (14.3-rasmda MC chizig'i) kesishgan nuqta E da muvozanat narx P_e va muvozanat ishlab chiqarish hajmi Q_e aniqlanadi.

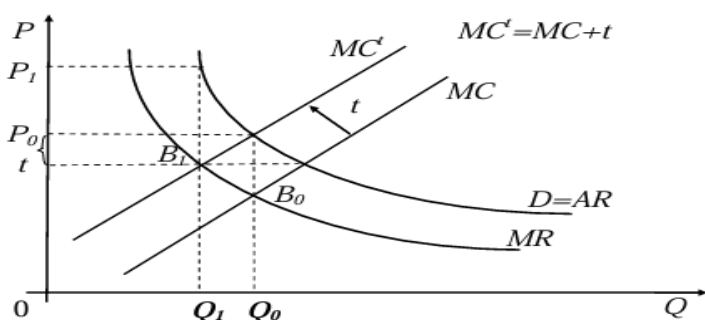
Monopol narxda iste'molchilar kamroq mahsulot sotib oladilar. Mahsulotni monopol narxda sotib olgan xaridorlar o'zlarining iste'mol ortiqchasining ma'lum qismini yo'qotadi, bu yo'qotish 4-rasmda $P_e P_m AC$ to'g'ri to'rtburchak yuzasiga teng. Mahsulotni P_e narxda sotib olishni xohlagan, lekin P_m narxda sotib olaolmagan iste'molchilar ham, iste'mol ortiqchasining qismini yo'qotadi, 14-3-rasmda bu yo'qotish AEC uchburchak yuzasiga teng. Iste'molchilarning iste'mol ortiqchasining umumiy yo'qotishi $P_e P_m AC$ to'rtburchak yuzi bilan AEB uchburchak yuzi yig'indisiga teng. Ishlab chiqaruvchi esa mahsulotni yuqori P_m narxda sotib $P_e P_m AC$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalangan foydani oladi, ammo, shu bilan birga u ishlab chiqarish ortiqchasining BCE uchburchak yuzasiga teng bo'lgan qismini yo'qotadi, ya'ni u qo'shimcha $(Q_e - Q_m)$ birlik mahsulot ishlab chiqarib, uni P_e narxda sotib olish mumkin bo'lgan qo'shimcha foydasini yo'qotadi.

Shunday qilib, ishlab chiqaruvchining umumiy foydasi $P_e P_m AC$ to'rt to'rtburchak yuzidan, BCE uchburchak yuzasini ayirmasiga teng. Endi ishlab chiqaruvchining umumiy foydasidan iste'molchi yo'qotgan iste'mol ortiqchasini ayirsak ($ABE = AEC + BCE$), ABE uchburchak yuzasiga teng bo'lgan sof yo'qotishni olamiz. Bu sof yo'qotish, monopol hokimiyatidan kelib chiqadi.

4. Monopol narxga soliqlarning 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 ham 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. Agar firmaning boshlang'ich chekli xarajati MC bo'lsa, soliqqa tortilgandan keyingi chekli xarajati quyidagicha bo'ladi. Grafikda soliq xisobiga o'zgargan chekli xarajat chizig'i MC' boshlang'ich chekli xarajat chizig'ini t miqdorga yuqoriga siljitish orqali hosil qilindi (14.4-rasm). Natijada MC' chekli daromad chizig'ini, yangi B_1 chizig'i nuqtada kesib o'tadi. Biz soliqqa tortilmagan vaqtdagi ishlab chiqarish hajmi Q_0 tortilgandan keyingi ishlab chiqarish hajmi Q_1 va narx P_1 va narx P_0 ni va soliqga larni olamiz.



14.4-rasm.
Monopol tovar narxiga soliqning ta'siri

Chekli xarajat chizig'ini yuqoriga siljishi ishlab chiqarish hajmini Q_0 dan Q_1 gacha pasaytiradi, narxni P_0 dan P_1 ga ko'taradi. 14.4-rasmdagi grafikdan ko'rinib turibdiki, narxning o'sishi soliq miqdoridan katta $\Delta P > t$.

Buning sababi, monopol bozorda narxning chekli xarajatga nisbati talabning elastikligiga

$$\frac{P}{MC} = \frac{1}{1 + \frac{1}{E^D}}, \quad MC = P + \frac{P}{E^D}.$$

bog'liq.

Qisqa xulosalar

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

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. Monopol hokimiyatda narx chekli xarajatdan yuqori bo`ladi. Monopol hokimiyatda narx oshadi, ishlab chiqarish hajmi kamayadi, natijada bu firmaning daromadini oshishiga va iste`molchilar turmush darajasining pasayishiga olib keladi.

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 shartiga amal qilishi kerak bo`ladi. Sof monopolist 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.

Monopol hokimiyatni xarakterlash uchun bozorni markazlashuv darajasi ko`rsatkichidan ham foydalaniladi. Bu ko`rsatkich birinchi bo`lib Xerfindal-Xirshman tomonidan tavsiya etilgani uchun, u 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: $I=S_1^2+S_2^2+S_3^2+\dots+S_n^2$

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Bozor turlari qanday aniqlanadi?
2. Raqobatlashmagan bozorlarda narx va ishlab chiqarish hajmi qanday aniqlanadi?
3. Sof monopoliya deganda nimani tushunasiz?
4. Raqobatlashgan monopol bozor xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Litsenziya, patent, mualliflik huquqi raqobatga qanday ta`sir ko`rsatadi?
6. Monopoliyaning jamiyat uchun foydali va zararli tomonlarini izohlab bering.
7. Bozor hokimiyati deganda nimani tushunasiz?
8. Monopol narxga soliq qanday ta`sir ko`rsatadi?
9. Lernerning monopol ko`rsatkichi.

15-Mavzu: Bozor hokimiyati sharoitida narx belgilash tamoyillari

Reja:

1. Monopoliyaga qarshi qonunchilik
2. Monopol hokimiyat sharoitida narx belgilashda iste`molchi ortiqchaligini egallash
3. Narxlar diversifikatsiyasi

1.Monopoliyaga qarshi qonunchilik

Bu yerda biz monopol hokimiyatga ega bo'lgan monopolistlar to'g'risida gap yuritamiz. Lekin, hozirgi vaqtda monopoliyaning ijobiy tomonlari borligini hech kim inkor qila olmaydi.

Yiriklashgan korxonalarda ilmiy-texnik rivojlanish imkoniyati katta bo'ladi, nima uchun deganda, bunday korxonalarning moliyaviy imkoniyatlari ham katta bo'lganligi uchun, ular ilmiy izlanishlarga ko'proq mablag' ajratishlari mumkin.

Yirik korxonalargina masshtab samarasidan yaxshiroq foydalana oladilar, chunki ularda ilmiy-tadqiqot ishlarini, tajriba-konstruktorlik ishlab chiqishlarni keng masshtabda yo'lga qo'yish mumkin bo'ladi. Bu o'z navbatida mahsulot tannarxini pasaytirish va sifatini oshirishga imkon yaratadi. Lekin, bozor munosabatlarining rivojlanganligi, jahon bozorining shakllanganligi, xalqaro iqtisodiy aloqalarning kengayib borishi sharoitida kuchli bozor hokimiyatiga ega monopolistni topish qiyin.

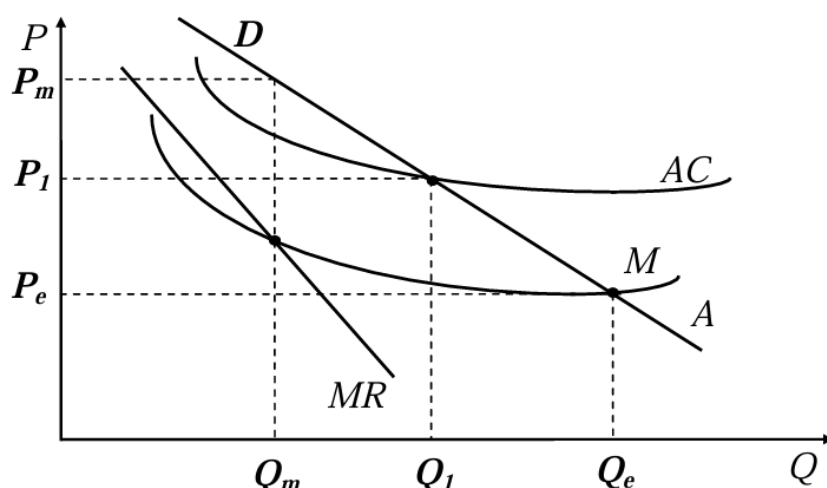
Monopolistlarning jamiyatga ta'sir qiluvchi salbiy tomonlari borligini ham esdan chiqarmaslik lozim. Yiriklashgan firmalar o'z mahsuloti sifatini oshirishga va uni tez-tez yangilashga alohida e'tibor beradi, deb bo'lmaydi. Ushbu firmalarda yaratilgan yangiliklarni ishlab chiqarishga joriy qilish ko'p hollarda to'xtab qolishi ham mumkin.

Monopolist narxni chekli xarajatdan yuqori qilib belgilaydi, ya'ni $P > MC$. Natijada resurslarning taqsimlanishi samarali bo'lmaydi. Monopol narxning o'rnatilishi jamiyatda yo'qotishlarga olib keladi. Narx qanchalik yuqori bo'lsa, jamiyatning yo'qotishi ham shunchalik ko'p bo'ladi. Shuning uchun ham bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda monopoliyaga qarshi qonunlar ishlab chiqarilgan. Monopoliyaga qarshi qonun firmalarda jamiyat uchun xavfli bo'lgan monopolistik hokimiyatni to'planishini cheklashga qaratilgan. Monopolistik hokimiyat yuqorida aytganimizdek, monopolistning bozor narxiga ta'sir qilish kuchini bildiradi. Qaysi firma bozor narxiga ko'proq ta'sir qila olsa, u ko'proq monopolistik hokimiyatga ega bo'ladi.

Ko'pchilik adabiyotlarda monopoliyaga qarshi qonunga klassik misol sifatida AQShning trestlarga qarshi qonuni keltiriladi. 1890 yilda birinchi bo'lib Sherman qonuni deb ataluvchi qonun qabul qilingan bo'lib, u asosan savdoni va tijoratni monopollashtirishga qarshi qaratilgan edi. Ushbu qonun savdo erkinligini cheklovchi har qanday kelishuvni taqiqlar edi va raqobatchilarni adolatsiz yo'l bilan yo'qotishni jinoyat deb qarar edi. Ushbu qonunni buzganlar jarima to'lashdan tortib, firmani tarqatib yuborish va hatto jinoiy javobgarlikkacha jazolanishni nazarda tutar edi.

1914 yilda Kleyton va federal savdo komissiyasi qonuni qabul qilindi. Ushbu qonun Sherman qonuniga qaraganda ancha mukammallashtirilgan qonun bo'lib, u qonunni bajarilishini nazorat qilishni federal savdo komissiyasi zimmasiga yuklagan edi. Bundan tashqari ushbu qonunda monopoliyani vujudga kelishini oldini olish bo'yicha qilinadigan chora-tadbirlar belgilandi. 1938 yildagi Uiler qonuni iste'molchilar huquqini himoya qilishga qaratildi (tovar to'g'risida noto'g'ri axborot berish va noto'g'ri reklama berishga qarshi). Keyingi yillarda ham trestlarga qarshi qonunchilik AQSHda rivojlandi. AQSHning trestlarga qarshi qonuni boshqa davlatlarda monopoliyaga qarshi qonunlarni ishlab chiqishda va rivojlantirishda muhim rol o'ynadi.

Narxlarni nazorat qilish va ularni muvofiqlashtirish ko'proq tabiiy monopoliyalarga qo'llaniladi. Eshlasak, raqobatlashgan bozorda narx chekli xarajatga teng bo'lar edi ($P_e = MC$) (15.1-rasm).



15.2-rasm. Iste'molchi
ortiqchaligining narx va ishlab
chiqarish hajmiga bog'liqligi

U foydasini maksimallashtirish uchun narx P_m ni unga mos keluvchi ishlab chiqarish hajmi Q_m ni chekli xarajat chizig'i bilan chekli daromad chizig'i kesishgan nuqtaga ko'ra belgilaydi. Firma Q_m ishlab chiqarish hajmida maksimal foyda bilan ishlaydi, lekin firma rahbarlari foydani yanada oshirish to'g'risida o'ylaydi. Iste'molchi ortiqchaligi sohasida ko'rish mumkinki (NM oraliqda) ba'zi bir iste'molchilar tovarni P_m narxdan yuqori narxda ham sotib olishi mumkin. Lekin, narx P_m dan yuqori qilib qo'yilsa, sotish hajmi kamayadi, bir qator iste'molchilar yo'qotiladi va olinadigan foyda kamayadi. Narx monopol P_m bo'lganda ham iste'molchilarning bir qismi tovarni sotib ola olmaydi, lekin ular narx P_m dan kichik (ammo chekli xarajatlardan yuqori bo'lgan) bo'lgan holda tovarni sotib oladilar. Bunday xaridorlar ME sohaga qarashli bo'lib, ularning ortiqchaligi DME soha yuzasiga teng. Firma narxni tushirsa, u ME oraliqqa qarashli xaridorlarga ham tovarni sotishi mumkin. Biroq, bu holda uning daromadi va shu bilan birga foydasi ham kamayib ketadi.

Firma NM oraliqqa qarashli iste'molchilar ortiqchaligini (P_mMN yuzaga teng ortiqchalikni) va ME oraliqdagi iste'molchilar ortiqchaligini (DME yuzaga teng ortiqchalikni) qo'lga kiritish uchun har xil guruhdagi iste'molchilarning talab chizig'ida joylashuviga qarab har xil narx belgilashi mumkin. Yuqorida ko'rdikki, bu ortiqchaliklarni bir xil narx belgilash orqali egallash mumkin emas.

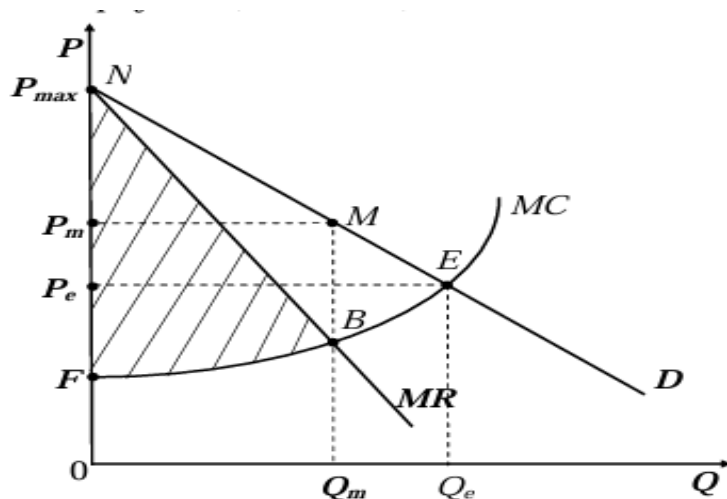
Masalan, firma NM oraliqdagi iste'molchilar uchun narx, ME oraliqdagilar uchun P_1 ($P_2 < P_m$) va ikkala guruh orasidagilar uchun P_m narxni belgilashi mumkin. Narxlar bunday qo'yilishiga, ya'ni har xil guruhdagi iste'molchilar uchun har xil darajadagi narxlarning qo'yilishiga narx diversifikatsiyasi (differentatsiyasi yoki diskriminatsiyasi) deyiladi. Masalaning muhim tomoni shundaki, xaridorlarni topib, ularni har xil narxlarda xaridorlar guruhiga bo'lib chiqish, ya'ni bozorni segmentlashtirish kerak bo'ladi.

15.3. Narxlar diversifikatsiyasi

Narxlar diversifikatsiyasi (narxlarni iste'molchilarning imkoniyatiga qarab har xil darajalarda belgilash) uchun xil bo'lishi mumkin: iste'molchi daromadiga ko'ra, iste'mol hajmiga va tovarlar turiga ko'ra.

Iste'molchilar daromadiga ko'ra narxlarni belgilashning ideal varianti har bir xaridorning imkoniyatidan kelib chiqib, u sotib oladigan har bir tovarga maksimal narx belgilashdir. Ushbu maksimal narxni xaridorning rezerv narxi deb qaraladi. Har bir xaridor uchun rezerv narx belgilashga iste'molchilarning daromadiga ko'ra narxlarni ideal diversifikatsiyalash deyiladi.

Ideal diversifikatsiyalashda firma daromadi qanday bo'lishini ko'rib chiqamiz. Birinchi navbatda firma monopol narx P_m da qancha foyda olishni aniqlaymiz (15.3-rasm).



15.3-rasm.

Narxlar
diversifikatsiyalanmagandagi
foydani ifodalovchi grafik

Buning uchun umumiy ishlab chiqarilgan va sotilgan tovar hajmi Q_m ning har bir qo'shimcha ishlab chiqarilgan va sotilgan birlik mahsulotdan olinadigan qo'shimcha foydani qo'shib chiqamiz. Bu qo'shimcha foyda $\Delta\pi$ har bir birlik mahsulot uchun $\Delta\pi = MR - MC$ ga teng. Ushbu chekli daromad MR birinchi mahsulot uchun maksimal bo'lib, uning chekli xarajati MC eng minimaldir. Keyingi har bir qo'shimcha mahsulot uchun chekli daromad kamayib boradi, chekli xarajat esa ortib boradi. Firmaning ishlab chiqarish hajmi Q_m ga teng bo'lganda oxirgi Q_m -mahsulotdan olinadigan foyda

$\Delta\pi_{Q_m} = MR - MC = 0$ bo'ladi va $MR = MC$

Q_m hajmdan ko'p ishlab chiqarilgan har qanday mahsulot hajmidagi chekli xarajat uning chekli daromadidan yuqori bo'ladi va bu firma foydasini kamaytiradi. Umumiy foyda har bir sotilgan mahsulotdan tushadigan foydalarning yig'indisiga teng. Rasmda umumiy foyda chekli daromad chizig'i bilan chekli xarajat o'rtasidagi (NDF) shtirxlangan yuza bilan ifodalangan.

Endi firma ideal diversifikatsiyadan foydalanadi deylik. U mahsulot narxini har bir xaridor uchun u to'lashi mumkin bo'lgan maksimal darajada qilib belgilaydi va natijada chekli daromad chizig'i firma foydasini maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi bilan bog'liq bo'lmay qoladi. Har bir birlik qo'shimcha mahsulotni sotishdan tushadigan qo'shimcha foyda tovarga to'lanadigan narxga bog'liq funksiya bo'lib, chekli daromad chizig'i talab chizig'i bilan ustma-ust tushadi ($D = MR$) (15.3-rasm).

Masalan, agar har bir xaridor bittadan mahsulot sotib olsa, birinchi ishlab chiqarilgan tovardan olinadigan daromad $TR_1 = P_1 \cdot 1 = P_1$ ga, ikkita tovardan tushadigan umumiy daromad

$TR_2 = R_1 + P_1 \cdot 1 = P_1 + P_2$ ga, uchta tovardan $TR_3 = P_1 + P_2 + P_3$ ga teng. Har bir tovar uchun alohida narx belgilangani uchun umumiy daromad har bir sotilgan tovarlar narxlarining yig'indisi bilan aniqlanadi. Chekli daromadni quyidagicha topamiz: $MR_1 = P_2$; $MR_1 = R_2 - R_1 = P_1 + P_2 - P_1 = P_2$

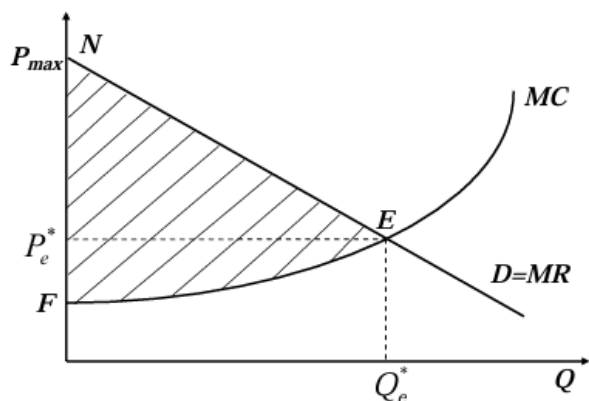
$$MR_3 = R_3 - R_2 = P_1 + P_2 + P_3 - P_1 - P_2 = P_3$$

Demak, har bir qo'shimcha sotilgan tovarning chekli daromadi ideal diversifikatsiyalashda ushbu tovar uchun belgilangan narxga teng.

Ko'rinib turibdiki, narx diversifikatsiyasi firmaning xarajatlari tarkibiga ta'sir qilmaydi. Shunday qilib, har bir birlik qo'shimcha ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulotdan tushadigan qo'shimcha foyda talabdan chekli xarajatni ayrilganiga teng. Masalan, agar yuqoridagi misolni qarasak, uchinchi qo'shimcha mahsulotni sotishdan olinadigan qo'shimcha foydani $\Delta\pi_3$ deb belgilasak,

$$\Delta\pi_3 = MR_3 - MC_3 = P_3 - MC_3 \text{ ko'rinishida aniqlanadi.}$$

Talab (MR) chekli xarajatdan ustun bo'lganda firma ishlab chiqarish hajmini oshirib o'z foydasini orttiradi. Ishlab chiqarishni kengaytirish ishlab chiqarish hajmi Q_e * hajmga etguncha davom ettiriladi. Q_e * hajmda chekli daromad, ya'ni talab chekli xarajatga teng bo'ladi va ishlab chiqarish yanada oshirilsa chekli xarajat talabdan, ya'ni MR dan yuqori bo'lgani uchun firma foydasi qisqaradi. Umumiy foydaga endi chekli xarajat chizig'i bilan talab chizig'i o'rtasidagi shtirxlangan FEN yuzaga teng bo'ladi. Har bir iste'molchi uchun u to'lashi mumkin bo'lgan narxni o'rnatilishi firma tomonidan iste'molchi ortiqchaligining hammasini egallashga imkon beradi. Bu o'z navbatida ishlab chiqaruvchi daromadini oshiradi. 15.4-rasmdan ko'rish mumkinki, firma daromadi ancha oshgan.

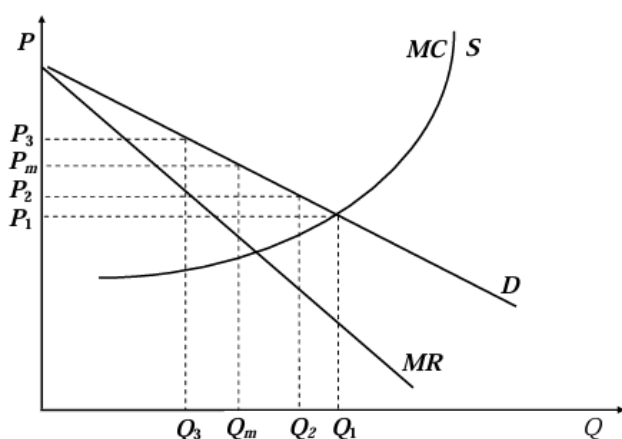


15.4-rasm.
Ideal diversifikatsiyalashda foydani
ifodalovchi grafik

Ammo, xaridorlar juda ko'p bo'lsa, firma ularning har biri uchun alohida narx belgilashi qiyin. Bu erda asosiy muammo, xaridorlar sotib olishi mumkin bo'lgan narxni aniqlashdir. Firma xaridorlar bilan so'rov o'tkazishi mumkin, lekin xaridor ushbu sotib olishi mumkin bo'lgan maksimal narxni to'g'ri aytadi deb hech kim kafolat bera olmaydi. Shunga qaramasdan, xaridorlar kamroq bo'lganda, real hayotda narx differentsiatsiyasidan foydalanuvchi firmalar ham yo'q emas. Masalan, gazga, elektroenergiyaga aholi va korxonalar to'laydigan narxlar, hayvonot bog'iga, muzeyga kirish chiptalarining yosh bolalarga, katta yoshdagilarga va guruhlariga har xil narxlarda bo'lishi. Bunday hollarda narxni differentsiatsiyalovchi firma iste'molchi ortiqchaligining bir qismini o'zlashtiradi.

Yana bir misol tariqasida poyafzal sotuvchi firmani ko'rib chiqaylik. Sotuvchi har bir poyafzal sotilishidan 20 foiz foyda oladi deylik. Sotuvchi ba'zi bir xaridorlarga tovarni o'z narxida sotsa, boshqa biriga sotganda o'z ulushining bir qismidan voz kechadi, nima uchun deganda, foyda olmagandan ko'ra har bir poyafzaldan 10 foizdan (20 foiz o'rniga) foyda olish uning uchun afzalroq.

Agar narxlar differentsiatsiyasi xaridorlar sonini oshishiga olib kelsa, bundan sotuvchilar ham, xaridorlar ham manfaat ko'radi. Demak, umumiy farovonlik oshadi. Quyidagi 11.5-rasmida ana shu vaziyat tasvirlangan (11.5-rasm).

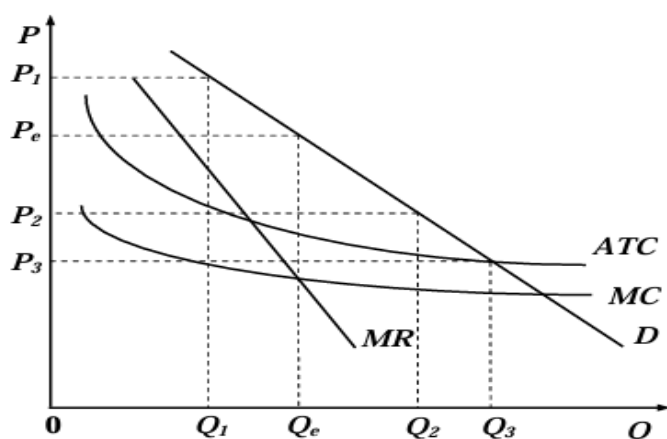


11.5-rasm.
Daromadga bog'liq narxlar
differentsiatsiyasi

Rasmdan ko'rish mumkinki, monopol narx P_m va undan yuqori bo'lgan narxlarda tovar sotib olishga qurbi etmagan xaridorlar P_m dan kichik bo'lgan P_1 va P_2 narxlarda tovarni sotib olishi mumkin bo'ladi va ma'lum iste'molchi ortiqchaligiga ega bo'ladilar. Iste'mol hajmiga ko'ra narxlar diversifikatsiyasi. Ba'zi bir tovarlarga bo'lgan talab u tovarni ishlab chiqarish va sotish oshgan sari kamayib boradi. Bunday tovarga elektr energiyasi misol bo'la oladi. Har bir iste'molchi bir oyda ma'lum miqdordagi (kilovatt/soat) elektroenergiyaga pul to'lab, undan ortiqchasiga to'lash qobiliyati pasayib boradi.

Iste'molchi mablag'i etmagani uchun eng kerakli miqdordagi (uyni minimal yoritish uchun, muzlatgich, televizor ishlashi uchun zarur bo'lgan) elektroenergiyaga pul to'laydi, lekin bu

miqdordagi minimal elektroenergiyaning qimmatini qushimcha olishi mumkin bo'lgan elektroenergiya qiymatidan ancha yuqori bo'ladi. Musbat masshtab samarasi bo'lganda elektroenergiya ishlab chiqarish hajmining oshishi uni ishlab chiqarish uchun sarflanadigan o'rtacha va chekli xarajatlarni kamayishiga olib keladi. Bunday holatda elektroenergiya narxini differentsiatsiya qilinishi maqsadga muvofiqdir. Ya'ni, har xil miqdorda iste'mol qilingan bir xil tovarga (elektroenergiyaga) xar xil narx belgilash. Birinchi bosqichda ma'lum miqdorgacha iste'mol qilingan elektroenergiyaga alohida narx, ikkinchi bosqichda qo'shimcha miqdordagi iste'mol qilingan elektroenergiyaga oldingi bosqichdagiga nisbatan kamroq narx belgilanadi. Ushbu vaziyat quyidagi 15.6-rasmda ifodalangan.



15.6-rasm.

Elektroenergiyani iste'mol qilish hajmiga ko'ra narxni differentsiatsiyalash

Haqiqatan ham, elektroenergiyani ishlab chiqarish hajmini oshirganda (agar masshtab samarasi yuqori bo'lsa) uning xarajatlari kamayadi va narxlar differentsiatsiyasi bir tomondan iste'molchilarning turmush farovonligini oshirsa (ular ko'proq elektroenergiyadan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ladilar), ikkinchi tomondan elektr energiyasini ishlab chiqaruvchi kompaniyaning umumiy foydasini oshiradi.

Rasmdan ko'rish mumkinki, elektroenergiya ishlab chiqarish hajmi oshganda ATC va MC lar kamaymoqda. Birinchi bosqichda Q_1 hajmdagi elektroenergiya eng yuqori P_1 narxda iste'mol qilinadi. Ikkinchi bosqichda qo'shimcha ($Q_2 - Q_1$) miqdordagi elektroenergiya P_2 narxda ($P_2 < P_1$) iste'mol qilinadi. Agar elektroenergiyaga bir xil P_e narx o'rnatilganda Q_e hajmda elektroenergiya ishlab chiqarilgan bo'lar edi. Narx differentsiatsiyasida ishlab chiqarish hajmi Q_3 ga oshadi.

Tovarlar kategoriyasiga ko'ra narx differentsiatsiyasi. Ushbu turdagi narx differentsiatsiyasi xaridorlarni ularning talab chizig'iga ko'ra ikki yoki undan ortiq guruhlariga bo'ladi, demak, har bir guruhning o'z talab chizig'i bo'lib, bu talab chizig'i boshqa guruhlarikiga qaraganda yotiqiligi bilan farq qiladi. Bunga misol tariqasida samolyotga, paroxodga sotiladigan chiptalarning klasslarga bo'linib, har xil yo'lovchilarga turli narxlarda sotilishini, bir xil spirtli ichimliklarning ham har xil sortlari turli xil narxlarda sotilishini, muzqaymoqlar (bolalar uchun, kattalar uchun), talabalar, nafaqadagilar va nogironlar uchun qilinadigan imtiyozlarni keltirish mumkin.

Iste'molchilarni kategoriyalarga bo'lish turli xil mezonlarga asoslanadi. Bularning ichida asosiy mezon xaridorlarning daromadlaridir. Masalan, shahar transportiga sotiladigan kartochkalar narxi oddiy fuqarolar uchun bir xil, talabalar uchun narxi pastroq, o'quvchilar uchun esa yanada pastroq. Xuddi shunday hayvonot bog'iga kiruvchilar ham: bolalarga sotiladigan chipta narxi kattalarga sotiladigan chipta narxidan ancha past. Yoki spirtli ichimliklarni olsak, ularning etiketkalarining o'zi xaridorlarni kategoriyaga bo'ladi (bir xil turdagi ichimlikni har xil etiketkali shishalarga quyilishi va ularga har xil narxlarni o'rnatilishi: "O'zbekiston" arog'i, "Ekstra" arog'i, "Kristall" aroqlari).

Endi biz tovarlar kategoriyasiga qarab ularga narx belgilashni ko'rib chiqamiz. Buning uchun quyidagi ikkita shart bajarilishi zarurdir.

Birinchi shartga ko'ra ishlab chiqarish hajmidan qat'iy nazar, umumiy hajmdagi tovarni xaridorlar guruhlariga shunday taqsimlash kerakki, har bir birlik tovarni sotishdan olinadigan chekli daromad (MR) ning qiymati bir xil bo'lsin. Masalan, ikki xil sortdagi mahsulotni sotish kerak bo'lsin. Birinchi guruhga sotiladigan har bir mahsulotning chekli daromadini MR_1 va ikkinchi guruhnikini MR_2 deylik. Agar $MR_1 > MR_2$ bo'lsa, firma birinchi sortdagi mahsulotni ishlab chiqarishni oshiradi va ikkinchi sortdagi mahsulotni kamaytiradi. Nima uchun deganda, birinchi sort mahsulotni bir birligidan tushadigan foyda ikkinchi sortdagi mahsulotnikidan katta. Bunday holda ($MR_1 > MR_2$ bo'lganda) firma umumiy foydani oshirish uchun birinchi sort mahsulot narxini tushirib, ikkinchi sort mahsulotnikini ko'taradi. Chekli daromadlar bir biriga teng bo'lmaganda firma o'z foydasini maksimallashtira olmaydi. Shuning uchun firma mahsulot kategoriyalariga narxlarini shunday tanlash kerakki har xil kategoriyadagi mahsulotlarni sotishdan tushadigan chekli daromadlar teng bo'lsin.

Ikkinchi shart - har bir sort bo'yicha ishlab chiqariladigan mahsulot hajmi foydani maksimallashtiradigan hajmga teng bo'lsin. Biz bilamizki, ishlab chiqarish hajmi foydani maksimallashtiradi, qachonki u chekli daromadni chekli xarajatga tenglashtirsa. Demak, har bir sort bo'yicha sotiladigan mahsulotning chekli daromadi uni ishlab chiqarishdagi chekli xarajatga teng bo'lsa. Ikki xil sortdagi mahsulot uchun ikkinchi shart quyidagicha yoziladi:

$MR_1 = MC_1$ va $MR_2 = MC_2$. Agar bu tenglik bajarilmasa firma o'z foydasini maksimallashtirish uchun umumiy ishlab chiqarish hajmini ko'taradi yoki pasaytiradi (mahsulotlar narxini oshirish yoki kamaytirish). Endi matematik jihatdan bu qanday bo'lishini ko'rib chiqamiz.

Faraz qilaylik birinchi sort mahsulot narxi P_1 va ikkinchi sortniki - P_2 bo'lsin. $TC(Q_C)$ - bu $Q_C = Q_1 + Q_2$ hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishning umumiy xarajatlari. U holda umumiy foyda quyidagiga teng: $\pi = P_1 \cdot Q_1 + P_2 \cdot Q_2 - TC(Q)$ (1)

Foydani maksimallashtirish uchun har bir sort bo'yicha qo'shimcha bir birlik mahsulotni sotishdan tushadigan qo'shimcha foydalarni nolga tenglashtiramiz. Nima uchun deganda, firma ikkala sortdagi mahsulotlarning oxirgisini sotishdan tushadigan qo'shimcha foyda nolga teng bo'lguncha birinchi sort mahsulot hajmini ham, ikkinchi sort mahsulot hajmini ham oshirib boradi.

$$\begin{cases} \frac{\Delta \pi}{\Delta Q_1} = \frac{\Delta(P_1 \cdot Q_1)}{\Delta Q_1} - \frac{\Delta C}{\Delta Q_1} = 0 \\ \frac{\Delta \pi}{\Delta Q_2} = \frac{\Delta(P_2 \cdot Q_2)}{\Delta Q_2} - \frac{\Delta C}{\Delta Q_2} = 0 \end{cases} \quad (2)$$

Demak,

$$\begin{aligned} \text{Ko'rinib turibdiki bu erda: } \frac{\Delta(P_1 \cdot Q_1)}{\Delta Q_1} &= \frac{\Delta R}{\Delta Q_1} = MR_1 \quad \text{va} \\ \frac{\Delta(P_2 \cdot Q_2)}{\Delta Q_2} &= \frac{\Delta R}{\Delta Q_2} = MR_2 \quad \frac{\Delta TC}{\Delta Q_1} = MC \quad \text{va} \quad \frac{\Delta TC}{\Delta Q_2} = MC. \end{aligned}$$

Bu erda MC - qo'shimcha bir birlik mahsulotni ishlab chiqarishdagi qo'shimcha umumiy xarajatlari.

Ikkinchi shartga ko'ra quyidagini yozamiz: $MR_1 = MC$ va $MR_2 = MC$ (3).

Ikkalasini birlashtirib, ishlab chiqarish hajmi quyidagi $MR_1 = MR_2 = MC$ tenglikni bajarilishini ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmiga teng bo'lishi kerakligini aniqlaymiz.

Endi firma rahbarlari narxlarini o'rnatishda talab elastikligidan foydalansin deylik. Eslasak, chekli daromadni quyidagicha yozish mumkin edi: $MR = P \left(1 + \frac{1}{E_d}\right)$ Bu holda har bir mahsulot sorti uchun $MR_1 = P_1 \left(1 + \frac{1}{E_1}\right)$ va $MR_2 = P_2 \left(1 + \frac{1}{E_2}\right)$, bu erda E_1 va E_2 lar birinchi va ikkinchi sort mahsulotlarning narx bo'yicha talab elastiklari. Endi birinchi shartga ko'ra quyidagini yozamiz:

$MR_1 = MR_2$ yoki $P_1 \cdot \left(1 + \frac{1}{E_1}\right) = P_2 \cdot \left(1 + \frac{1}{E_2}\right)$, yuqoridagi tenglikdan narxlar o'rtasida bajarilishi zarur bo'lgan munosabatni olamiz:

$$\frac{P_1}{P_2} = \left(\frac{1 + \frac{1}{E_2}}{1 + \frac{1}{E_1}} \right) \quad (4)$$

(4)-dan ko'rinib turibdiki, firma talab elastikligi kam bo'lgan mahsulot sortiga yuqori narx belgilashi kerak. Masalan, birinchi sort mahsulot elastikligi -3 va ikkinchi sort mahsulot elastikligi -6 bo'lsin. U holda birinchi sort mahsulot narxi (4) ga ko'ra quyidagiga teng: , $P_1 = 1.25 \cdot P_2$, birinchi sort mahsulot narxi ikkinchi sort mahsulot narxidan 1,25 marta ortiq qilib belgilanishi kerak.

$|E_2| < |E_1|$ bo'lgani uchun, ya'ni birinchi sort mahsulot talab elastikligi ikkinchi sort mahsulot elastikligidan kichik bo'lgani uchun, ikkinchi sort mahsulotning talab chizig'i birinchi sort mahsulotning talab chizig'iga ko'ra yotiqroq bo'ladi.

Qisqa xulosalar

Monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmalarning narxni belgilash strategiyasining asosini iste'molchi ortiqchaligini egallash orqali qo'shimcha foyda olish usullari tashkil qiladi. Monopolistlarning jamiyatga ta'sir qiluvchi salbiy tomonlari borligini ham esdan chiqarmaslik lozim. Yiriklashgan firmalar o'z mahsuloti sifatini oshirishga va uni tez-tez yangilashga alohida e'tibor beradi, deb bo'lmaydi. Ushbu firmalarda yaratilgan yangiliklarni ishlab chiqarishga joriy qilishni ko'p hollarda to'xtab qolishini ham ko'rish mumkin.

Narxlar diversifikatsiyasi (narxlarni iste'molchilarning imkoniyatlariga qarab har xil darajalarda belgilash) uch xil bo'lishi mumkin: iste'molchi daromadiga ko'ra, iste'mol hajmiga va tovarlar turiga ko'ra.

Iste'molchilar daromadiga ko'ra narxlarni belgilashning ideal varianti har bir xaridorning imkoniyatidan kelib chiqib, u sotib oladigan har bir tovarga maksimal narx belgilashdir. Ushbu maksimal narxni xaridorning rezerv narxi deb qaraladi. Har bir xaridor uchun rezerv narx belgilashga iste'molchilarning daromadiga ko'ra narxlarni ideal diversifikatsiyalash deyiladi.

Iste'mol hajmiga ko'ra narxlar diversifikatsiyasi. Ba'zi bir tovarlarga bo'lgan talab u tovarni ishlab chiqarish va sotish oshgan sari kamayib boradi. Bunday tovarga elektr energiyasi misol bo'la oladi. Har bir iste'molchi bir oyda ma'lum miqdordagi (kilovatt/soat) elektroenergiyaga pul to'lab, undan ortiqchasiga to'lash qobiliyati pasayib boradi.

Tovarlar kategoriyasiga ko'ra narx differentsiasiyasi. Ushbu turdagi narx differentsiasiyasi xaridorlarni ularning talab chizig'iga ko'ra ikki yoki undan ortiq guruhlariga bo'ladi, demak, har bir guruhning o'z talab chizig'i bo'lib, bu talab chizig'i boshqa guruhlarinikiga qaraganda yotiqqligi bilan farq qiladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Monopoliyaga qarshi qonunlarning maqsadi va ahamiyati nimadan iborat?
2. Jahonda ilk bor monopoliyaga qarshi qabul qilingan qonun va uning ahamiyati.
3. Monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmalarning narxni belgilash strategiyasining asosini nima tashkil etadi?
4. "Adolatli foyda olishni na'minlaydigan narx" aniqlanadi?
5. Narx belgilashda iste'molchi ortiqchaligini egallash.
6. Narxlar diversifikatsiyasi turlari va ularga xarakteristika bering.
7. Iste'molchi daromadiga ko'ra narx qanday belgilanadi?
8. Tovarlar kategoriyasiga qarab, ularga narx belgilashning shartlari nimalardan iborat?
9. Iste'mol xajmiga ko'ra narxlar diversifikatsiyasi deganda nima tushuniladi?
10. Haridorning rezerv narxi qanday o'lchanadi?

16-Mavzu: Mehnat bozori va korxonalarda mehnat resurslaridan foydalanish

Reja:

1. Raqobatlashgan mehnat bozori
2. Mehnat qilish va dam olish o'rtasidagi bog'liqlik
3. Mehnat bozorida monopsoniya bo'lgan hol
4. Minimal ish haqi
5. Monopolistik mehnat bozori
6. Ish haqi stavkalari differentsiasiyasi (tabaqalashuvi)

1. 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. Shuning uchun ham resurslarga bo'lgan talab hosila talab bo'lib, firmaning ishlab chiqarish hajmidan va uning xarajatlariga bog'liq. Ishchi kuchiga bo'lgan talabni alohida firma uchun qaraymiz. Bozor (tarmoq) talabini aniqlash uchun tarmoqqa qarashli firmalar talablari yig'ib chiqiladi.

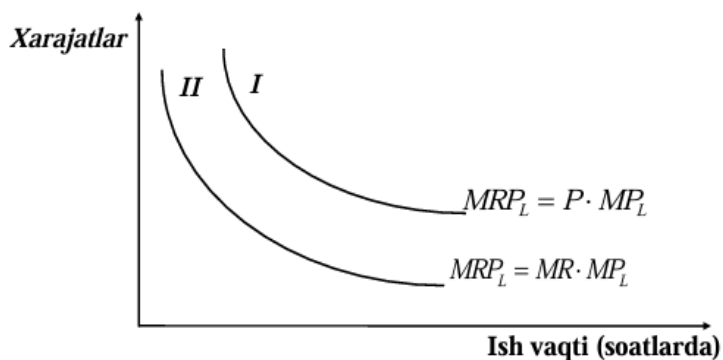
Faraz qilaylik, firma ishlab chiqarish omillaridan foydalanib mahsulot ishlab chiqaradi. Boshqaruvchi firmaga yana qo'shimcha qancha ishchi kuchini yollashni aniqlamoqchi. Buning uchun firma har bir qo'shimcha ishchi kuchini yollashdan qancha daromad olishni va ushbu birlik yollangan ishchi kuchidan foydalanish uchun qancha xarajat ketishini bilishi kerak bo'ladi. Qo'shimcha yollangan bitta ishchi kuchidan olinadigan qo'shimcha daromad mehnatning chekli daromadliligi deyiladi va u MRP_L orqali belgilanadi.

Mehnatning chekli daromadliligi MRP_L ning iqtisodiy ma'nosi shundan iboratki, ya'ni u qo'shimcha bir birlik ishchi kuchidan foydalanib qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini (MP_L), qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotdan olinadigan qo'shimcha daromad MR ga ko'paytirish orqali aniqlanadi: $MRP_L = MP \cdot MR$ (1), bu yerda MRP_L - mehnatning chekli daromadliligi; MP_L - mehnatning chekli mahsuloti; MR - chekli daromad.

Ushbu muhim bo'lgan (1) munosabat iste'mol bozori raqobatlashganmi yoki yo'qmi har qanday raqobatlashgan omillar bozori uchun o'rinlidir. Masalan, kapital bozori uchun: $MRP_K = MP_K \cdot MR$ bu yerda MRP_K - kapitalning chekli daromadliligi; MP_K - kapitalning chekli mahsuloti; MR - chekli daromad. Yer bozori uchun: $MRP_t = MP_t \cdot MR$.

Raqobatlashgan bozor sharoitida chekli daromad bozor narxiga teng, ya'ni $MR = P$ bo'lgani uchun, chekli mehnat daromadliligi quyidagicha aniqlanadi: $MRP_L = MP_L \cdot P$ (2).

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 (17.1-rasm)



17.1-rasm.
Chekli mehnat daromadliligi grafigi

I-chiziq raqobatlashgan iste'mol bozoridagi firmaning MRP_L chizig'i (bu yerda firma monopol hokimiyatga ega emas). II-chiziq iste'mol bozorida monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmaning MRP_L chizig'i.

Monopol hokimiyatga ega bo'lgan firma ko'proq mahsulot sotish uchun tovar narxini tushirishi mumkin. Natijada $MR < P$ bo'ladi va ishlab chiqarish hajmi oshishi bilan MR kamayib boradi. Demak, MR va MP_L chiziqlari pastga yotiq bo'lgani uchun MRP_L chizig'i pastga tomon yotiq bo'ladi. Agar biz monopol hokimiyatga ega firmaning mehnatni chekli daromadliligini monopol bo'lmagan firmaning mehnatni chekli daromadliligini bilan solishtirsak

$MRP_L^M = MP_L \cdot MR < MP_L \cdot P = MRP_L^P$, bu yerda MRP_L^M - monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmaning mehnatni chekli daromadliligini; MRP_L^P - monopol hokimiyatga ega bo'lmagan raqobatlashuvchi firmaning mehnatni chekli daromadliligini.

Bundan kelib chiqadiki, har qanday ish haqida iste'mol bozorida monopol hokimiyatga ega bo'lgan firma, monopol hokimiyatga ega bo'lmagan firmaga nisbatan kamroq ishchi yollaydi.

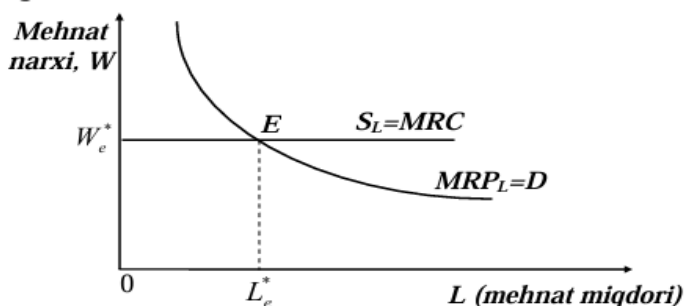
Mehnatni chekli daromadliligini MRP_L dan ishchilarni yollashda foydalanish mumkin. Agar firma o'z foydasini maksimallashtiradigan bo'lsa, u ishchilarni yollashni mehnatni chekli daromadliligini ish haqiga teng bo'lgunga qadar davom ettiradi: $MRP_L = W$.

Bu yerda: W - ish haqi.

Agar $MRP_L > W$ (3). bo'lsa, firma qo'shimcha ishchi kuchini yollab, o'z foydasini oshirishi mumkin. Ushbu shart 17.2-rasmda ifodalangan.

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 (17.2-rasm).



Mehnat bozori raqobatlashgan bo'lgani uchun mehnat narxi bozor tomonidan shakllanadi va unga bozor sub'ektlari 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. Shu sababli firma uchun mehnat resurslari taklif chizig'i gorizontal, ya'ni u absolyut elastik.

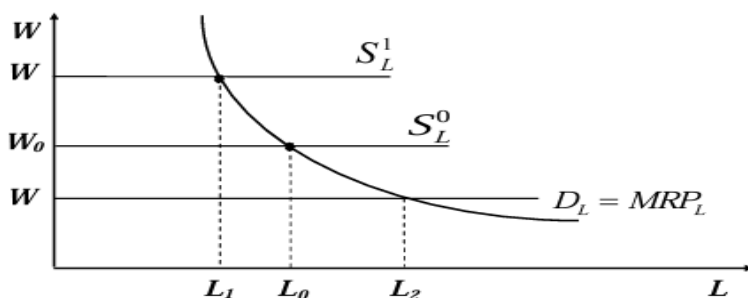
17.2-rasmda raqobatlashgan mehnat bozoridagi muvozanat nuqta E nuqta bilan ifodalanadi. Muvozanat ish haqi W_e^* bo'lganda foydani maksimallashtiradigan mehnat resurslari miqdori L_e^* ga teng bo'ladi. Ishchi chekli unumdorlik nazariyasiga ko'ra, mehnatning to'liq mahsulotini oladi. Shuning uchun firmaning mehnat uchun chekli xarajati MRC ish haqiga teng: $MRC = W^* = MRP_L$, bu yerda MRC - firmaning mehnatga bo'lgan chekli xarajati.

Raqobatlashgan mehnat bozorida har bir ishchining ish haqi W_e^* ga teng bo'lgani uchun, firmaning ishchilarga beradigan umumiy ish haqi xarajatlari $OL_e^*E W_e^*$ to'rtburchak yuziga to'g'ri keladi. Ish haqining o'zgarishi ishchi kuchiga bo'lgan talabni o'zgartiradi. Agar ish haqi $0 W_0$ dan W_1 gacha oshsa, yollanadigan ishchilar soni L_0 dan L_1 gacha qisqaradi; agar ish haqi $2 W_2$ gacha pasaysa, ishchilar soni L_2 ga oshadi.

Mehnat bozorida firma foydasini maksimallashtiradigan shart, ya'ni mehnatni chekli daromadliligining ish haqi stavkasiga tengligi iste'mol bozoridagi $MR = MC$ shartga o'xshashdir.

(1) va (3) tenglikdan foydalanib quyidagi munosabatni yozamiz. $MRP_L = MP_L \cdot MR = W$ tenglikning ikkala tomonini chekli mahsulot L MP_L ga bo'lamiz. Natijada quyidagini olamiz:

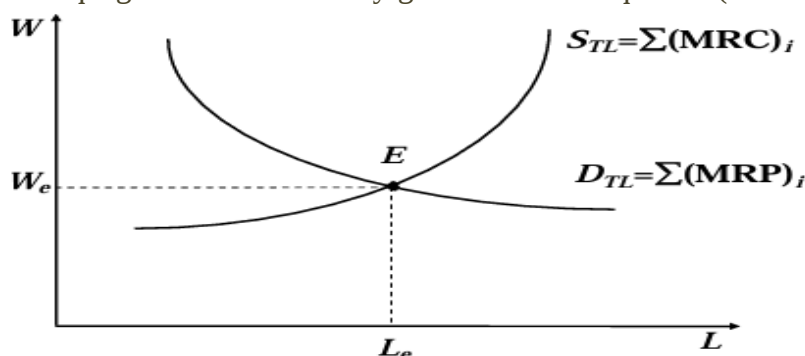
$$MR = W / MP_L = W \Delta / \Delta = MRC \quad (4)$$



17.3-rasm.
Ishchi kuchiga talab bilan ish haqi
o`rtasidagi bog`liqlik

(4) - munosabatning chap tomoni ish haqi stavkasining bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan mehnat sarfiga ko`paytirilganiga teng, ya`ni bu ishlab chiqarishning chekli xarajatidir. Tarmoq bo`yicha mehnat bozorini ko`rib chiqamiz. Umumiy bozor talabi

tarmoqdagi firmalar talablari yig`indisi bilan aniqlanadi (17.4-rasm).
$$D_{TL} = MRP_L = \sum (MRP)_i$$



17.4-rasm.
Tarmoq mehnat bozori

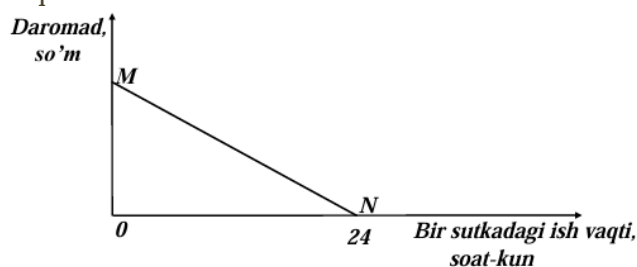
Umumiy taklif- takliflar yig`indisidan iboratdir: $S_{TL} = \sum (MRC)$

Bu yerda $MRC_i = W_i$ i-ishchi uchun sarflanadigan qo`shimcha xarajat, ya`ni, ish haqidir.

2.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 (17.5-rasm).

Agar u ishlamasa, uning maksimal dam olishi bir sutkaga, ya`ni, 24 soatga teng bo`ladi va uning daromadi nolga teng. Ishchining "daromad va bo`sh vaqti" budjet chizig`ini MN chizig`i orqali ifodalash mumkin.

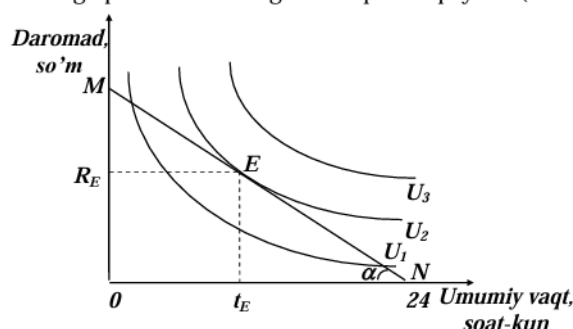


7.5-rasm.
Ish vaqti va dam olish o`rtasidagi
bog`liqlik

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 tiklashi kerak bo`ladi. Bundan tashqari, dam olish uni ma`naviy o`shini 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`shish, zavqlanish).

Ishchining ishlash vaqti va dam olish vaqtidan bog`liq naflik funksiyasini quyidagicha yozamiz: $U = U(t, T)$ (5), bu yerda U - naflik funktsiyasi; t - dam olish vaqti; T - ish vaqti. Demak, ishchi sutkadagi 24 soatni ish vaqtiga va dam olish vaqtiga shunday taqsimlashi kerakki, natijada u maksimal naf olsun: $\max U = U(t, T) \rightarrow \max$ (6). Quyidagi shart bajarilganda: $t + T \leq 24$ (7).

Masalaning optimal echimini grafik orqali aniqlaymiz (17.6-rasm).



17.6-rasm. Naflik funksiyasini maksimalishtirish

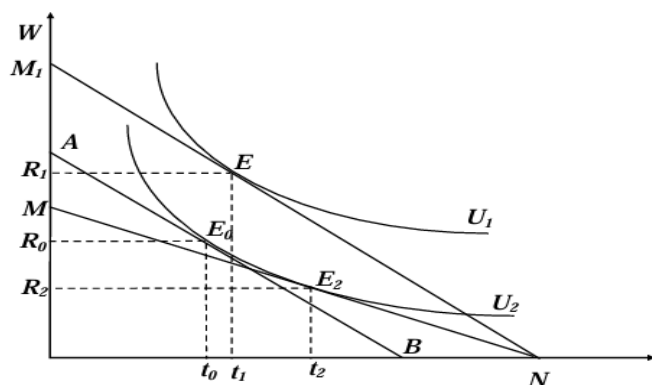
Rasmdan ko`rish mumkinki, masalaning echimi muvozanat nuqta E orqali aniqlash mumkin. Naflik funksiyasining befarqlik chizig`i U_2 byudjet chizig`ini E nuqtada kesib o`tadi. Optimal echimga ko`ra, dam olish vaqti  $t_E$  soatga teng, ish vaqti  $T_E = 24 - t_E$ . Ishchining bir soatlik ish haqi  $W$  so`mga teng bo`lsa, uning umumiy daromadi quyidagicha topiladi:

$$R = W(24 - t_E) \quad (8)$$

U holda byudjet chizig`i yotiqqligi  $W$  tg  $= \alpha$  ish haqiga teng bo`ladi.

$$\operatorname{tg} \alpha = \frac{R}{24 - t} = W \quad (9).$$

Ishchi naflik funksiyasini maksimalishtiradi, agar bo`sh vaqt bilan daromadni chekli almashtirish normasi  $MRS_{tR}$  ish haqi  $W$  ga teng bo`lsa, $MRS_{tR} = W$. Faraz qilaylik, ish haqi stavkasi W_0 dan W_1 ga oshdi. Byudjet chizig`i NM holatidan NM_1 holatga siljiydi (17.7-rasm).

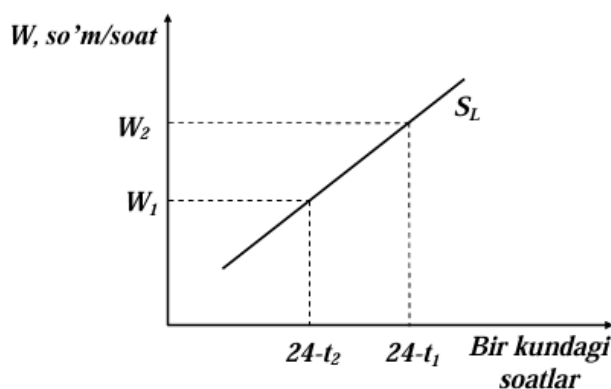


17.7-rasm. O`rnini bosish samarasi va daromad samarasi,  $0t_0$ ,  $0t_1$ ,  $0t_2$  lar bo`sh vaqt, $t_0 N$, $t_1 N$ va $t_2 N$ lar ish vaqti

Agar biz N_1M budjet chizig`iga parallel bo`lgan va U_1 befarqlik chizig`i bilan kesishadigan AB byudjet chizig`ini o`tkazsak, daromad va o`rnini bosish samarasini aniqlashimiz mumkin.

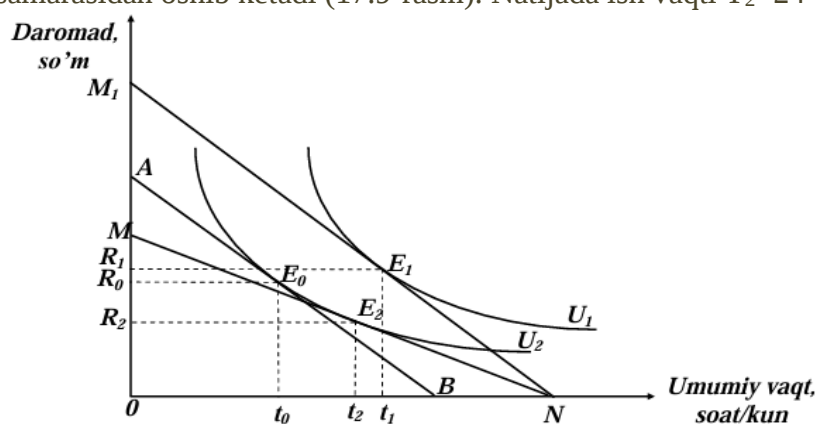
O`rnini bosish samarasi bo`sh vaqtни qisqarishi va ish vaqtining ortishi natijasida daromadning o`sishi bilan ifodalanadi, ya`ni, ma`lum miqdordagi bo`sh vaqt ish vaqti bilan almashtiriladi. 17.7-rasmda bu t_2 dan t_0 ga siljishini ifodalaydi, ya`ni, ish vaqti  $T_1 = 24 - t_2$  dan  $T_2 = 24 - t_0$  gacha oshadi. Lekin, daromadning ortishi bilan birga dam olishning - shaxsning ma`naviy o`sishi uchun kerak bo`ladigan bo`sh vaqtning ham qimmatı oshadi. Daromad samarasi (bo`sh vaqtning ortishi) teskari yo`nalishda bo`lib, u $t_0 t_1$ oraliq bilan ifodalanadi ($t_0 \rightarrow t_1$). Natijaviy o`zgarish $t_1 t_2$ oraliqqa teng. I

sh haqining bunday o`sishida o`rnini 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 yotiqlikka ega (17.8-rasm).



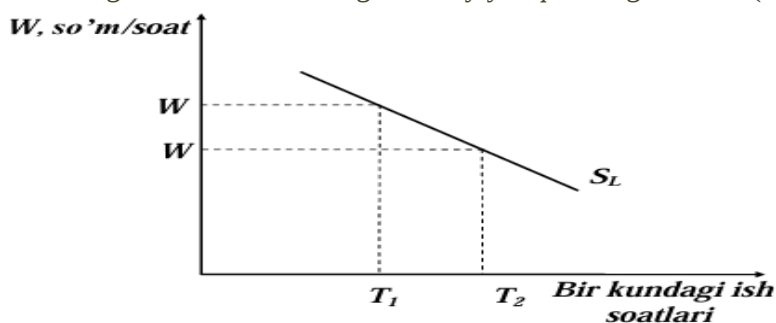
17.8-rasm.
Ish haqining o'sishi natijasida ish vaqtining o'sishi

Daromadning yanada oshib borishi barcha shaxslarni ham dam olish vaqtini qisqartirib, ish vaqtini oshirishga undayvermaydi. Dam olish vaqtining qisqarib borishi, uni shaxs uchun bo'lgan qimmatini oshiradi. Yuqorida eslatib o'tganimizdek, sutkasiga 24 soat ishlash ma'noga ega emas. Bo'sh vaqtni qimmatini oshib borishi shunga olib keladiki, daromad samarasi, o'rnini bosish samarasidan oshib ketadi (17.9-rasm). Natijada ish vaqti $T_2=24-t_2$ dan $T_1=24-t_1$ gacha qisqaradi.



17.9-rasm. Daromad samarasi o'rnini bosish samarasidan ortiq bo'lgan hol, $0t_0$, $0t_1$, $0t_2$ lar bo'sh vaqt, $t_0 N$, $t_2 N$ va $t_1 N$ lar ish vaqti

Shaxsning bo'sh vaqti esa $0t_2$ dan $0t_1$ ga o'sadi. Bo'sh vaqt qimmatini ortishi, ish haqi oshganda individual shaxsning mehnat taklifi chizig'i manfiy yotqlikka ega bo'ladi (17.10-rasm).



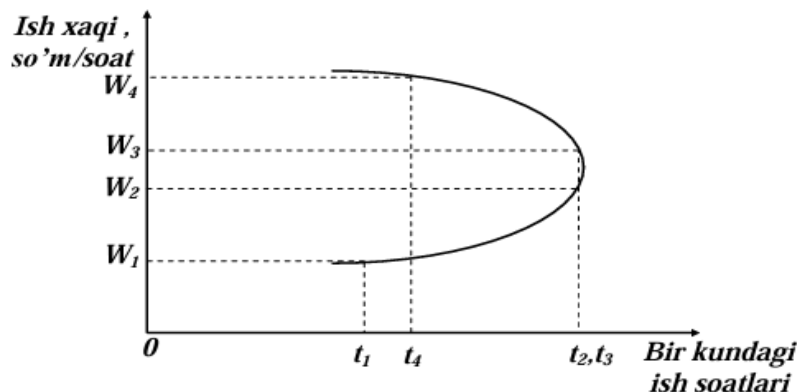
17.10-rasm.
Ish haqi oshganda ish kunini qisqarish taklif chizig'i yotqliqi

Ish haqi o'sishining 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 298 sari bo'sh vaqtning ham qimmatini 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'rnini bosish samarasi hamda daromad samarasi mavjud bo'ladi. O'rnini bosish samarasida 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.

Agar ishchi dam olishga ko'proq mablag' sarflasa, daromad samarasi (daromadning oshishi), uni kamroq ishlashga undaydi. Daromad samarasi juda ham katta bo'lganda, ishchi ish

vaqtini qisqartiradi va mehnat taklifi chizig'i pastga yotiq bo'ladi. Quyidagi rasmda (17.11-rasm) ish haqi o'sishining uch bosqichi ko'rsatilgan.



17.11-rasm.
Individual shaxsning mehnati
taklifi chizig'i

Ish haqining birinchi bosqichida W_1 dan W_2 ga o'sishi, ish vaqtini t_1 dan t_2 soatga oshiradi. Bu yerda o'rnini bosish samarasi daromad samarasidan yuqori bo'ladi. Ish haqining ikkinchi bosqichidagi W_2 dan W_3 ga o'sishi, ish vaqtiga ta'sir qilmaydi, ishchi t_2 soat ishlaydi, o'rnini bosish samarasi daromad samarasiga teng.

Uchinchi bosqichdagi ish haqining W_3 dan W_4 ga o'sishi, ish vaqtini dan t_2 dan t_4 ga qisqartiradi, o'rnini bosish samarasi daromad samarasidan kam bo'ladi. Ko'rinib turibdiki, daromadning o'sishi dam olishga bo'lgan talabni oshiradi.

Ushbu hol ish vaqtini qisqarishi va dam olish vaqtini oshishida o'z ifodasini topgan. Ish haqining oshishi bilan birga dam olishning narxi ham oshadi. Odatda, rivojlangan mamlakatlarda aholining o'rtacha daromadi, rivojlanayotgan mamlakatlardagi aholining o'rtacha daromadidan ancha yuqori bo'lgani uchun, ular ko'proq dam olishga harakat qiladi (Daromad samarasi, o'rnini bosish samarasidan yuqori). Rivojlanayotgan davlatlarda ish haqi past bo'lgani uchun, ish haqining o'sishi, ishchilarni ko'proq vaqt ishlab, ko'proq daromad qilishga undaydi (o'rnini bosish samarasi, daromad samarasidan yuqori bo'ladi).

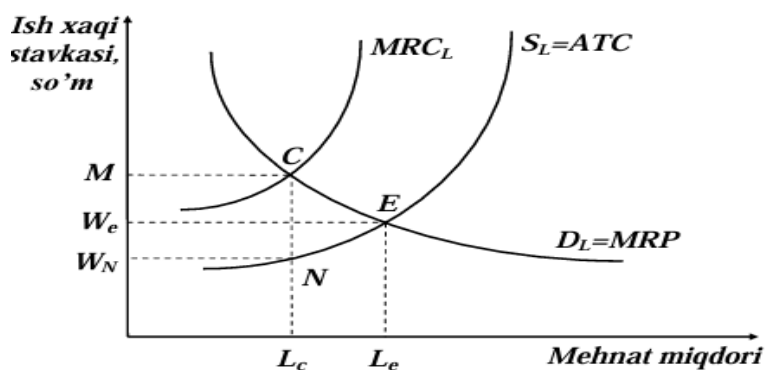
3. Mehnat bozorida monopsoniya bo'lgan hol

Bunday hol ko'proq kichik shaharlarda uchraydi. Shaharda yagona ishlab chiqarish korxonasi bo'lib, u shahar aholisining asosiy qismini ish bilan ta'minlaydi.

Shaharda boshqa ish joylari kam bo'lgani uchun, ushbu vaziyat monopsonik bozor vaziyatiga yaqin bo'ladi. Monopol korxona mahalliy mehnat bozorida ishchi kuchini sotib oluvchi yagona korxona bo'lgani uchun ham u ish haqiga ta'sir qila oladi. Korxona ishga yollaydigan ishchilar sonini qisqartirsa, ishga kiruvchilar o'rtasida raqobat kuchayadi va bu ish haqini muvozanat darajasidan pastga tushiradi (17.12-rasm).

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat holat E nuqtada o'rnatiladi. E nuqtada talab va taklif chiziqlari kesishadi. Muvozanat L holatida e W ishchi e miqdordagi ish haqi bilan ta'minlanadi. Monopsonist har bir birlik mehnat uchun bir xil ish haqi to'lagani uchun taklif chizig'i o'rtacha xarajat ATC chizig'idan iborat bo'ladi.

Chekli mehnat xarajatlari chizig'i MRC_L o'rtacha xarajat chizig'idan yuqorida yotadi MRC_L . va MRP_L L chiziqlarini kesishgan nuqtasi $MRP_L = MRC_L$ monopsonik holatda qancha ishchi bilan band bo'lishini aniqlaydi. Bu yerda monopsonik muvozanat holati sharti.



7.12-rasm.
Monopsonist mehnat bozori

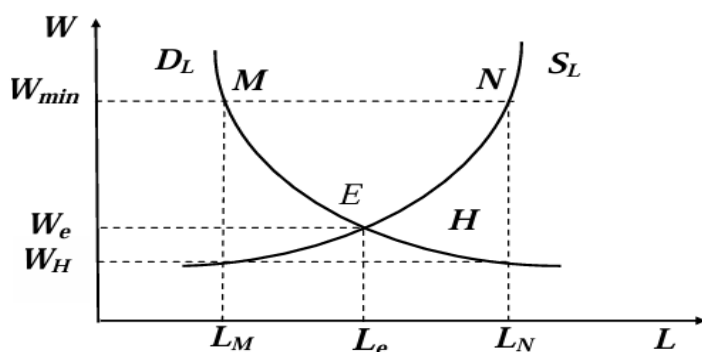
Demak, monopsonist ishchilar sonini L_y dan L_c qisqartirib, ish haqini W_e dan W_N ga qisqartirishga erishadi. Shunday qilib, monopsonist bir vaqtning o'zida ham ishchilar sonini qisqartirib, ham ish haqini pasaytirib, o'z foydasini $MCN W_N$ to'rtburchak yuziga teng bo'lgan miqdorda oshiradi.

4. Minimal ish haqi

Minimal ish haqi davlat tomonidan qonun orqali o'rnatiladi. Ko'p hollarda minimal ish haqi muvozanat ish haqi darajasidan yuqori qilib o'rnatiladi.

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 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 (17.13-rasm).



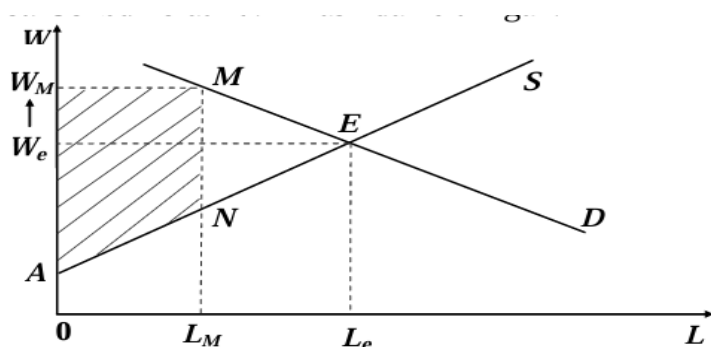
17.13-rasm.
Minimal ish haqi va bandlik

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 u W_e miqdorda ish haqi oladi.

Minimal ish haqini muvozanat ish haqidan yuqori qilib belgilanishi ($W_{min} > \min W_e$), ish bilan band bo'lgan ishchilar sonini L_M gacha qisqartiradi (Nima uchun deganda, firma bu narxda kamroq ishchi yollaydi). H nuqta norasmiy mehnat bozorini ifodalaydi, W_H norasmiy bozordagi ish xaqi.

Monopolistik mehnat bozori

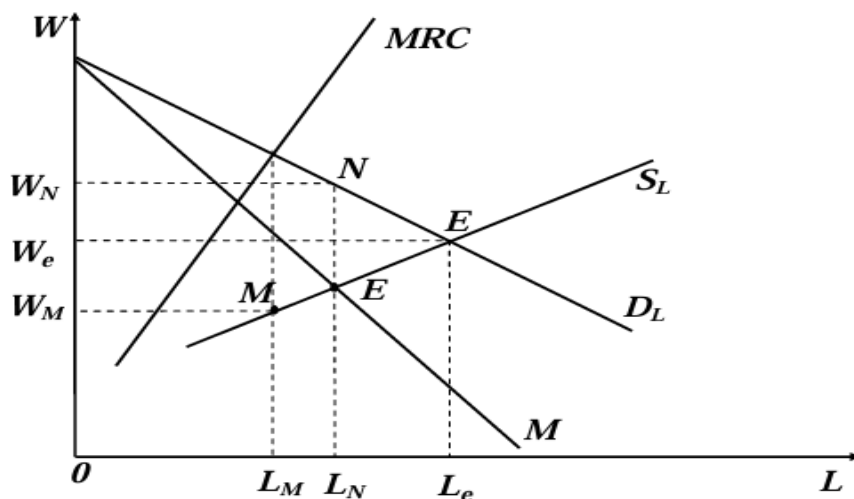
Amalda kasaba uyushmalarini monopolist deb qarash mumkin. Ular ishchilarga o'z ta'sirini o'tkazib, mehnat taklifini qisqartirib, ish haqini oshirishga harakat qiladilar. Faraz qilaylik, kasaba uyushmalari sof monopolist. Ushbu holat 17.14-rasmda keltirilgan.



17.14-rasm.
Sof monopol mehnat bozorida
monopolistning ish haqiga va
bandlikka ta'siri

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat E nuqtada o'rnatiladi L_y ishchi ish bilan ta'minlanib, W_y ish haqi oladi. Mehnat bozorida kasaba uyushmasi monopol hokimiyatga ega bo'lganligi uchun, u band bo'lgan ishchilar sonini L_e dan L_M ga qisqartirib, ish haqini W_e dan W_M oshirishi mumkin. Ishchilar oladigan al'ternativ 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 quyidagi 17.15-rasmda ko'rsatilgan.



17.15-rasm.
Mehnat bozoridagi ikki
tomonlama monopoliya

Raqobatlashgan bozorda muvozanat holat E nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi. Bu nuqtada mehnatga bo'lgan talab D_L va taklif S_L kesishadi. Muvozanat holatda L_e chiziqlari ishchi ish bilan band bo'lib, W_e ish haqi oladi. Lekin, monopsonist firma ish bilan band bo'lgan ishchilar sonini L_e dan L_M gacha qisqartirib, ish haqini W_e dan W_M gacha qisqartirishga harakat qiladi. Kasaba uyushmalari (monopolist) ish kuchi taklifini qisqartirib, (L_N gacha), ish haqini W_N gacha ko'tarishga harakat qiladi.

Shunday qilib, ish bilan band bo'lgan ishchilar sonining nisbatan kichik o'zgarishga ($L_M \leftrightarrow L_N$) ish haqlarining (ushbu yondashishda) bir biridan juda katta farq qilishi to'g'ri keladi ($W_M \leftrightarrow W_N$). Ushbu vaziyatda ish haqining qanday bo'lishi, qarama-qarshi turgan monopolistik va monopsonik kuchlarga bog'liq. Ko'rinib turibdiki, ish haqi muvozanat ish haqi W_e ga ham yaqinlashishi mumkin.

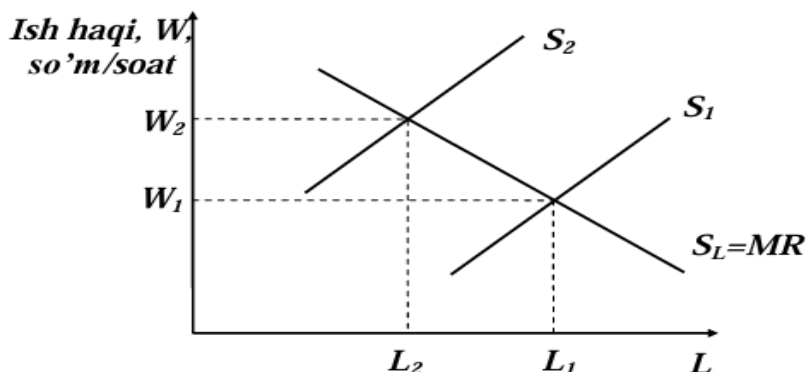
6. Ish haqi stavkalari differentsiasiyasi (tabaqalashuvi)

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 haqi, qurilish sohasida ishlaydigan ishchilarning o'rtacha ish haqlaridan farq qiladi, xuddi shunday kimyo tarmog'idagi o'rtacha ish haqi ham engil va oziq-ovqat sanoatidagi o'rtacha ish haqidan farq qiladi. Yuqori kategoriyali vrach past kategoriyali vrachga 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 daromadlarga 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 17.16-rasmda ishning og'irligi va zararligi 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, $W_2 = W_1 + \Delta W$.

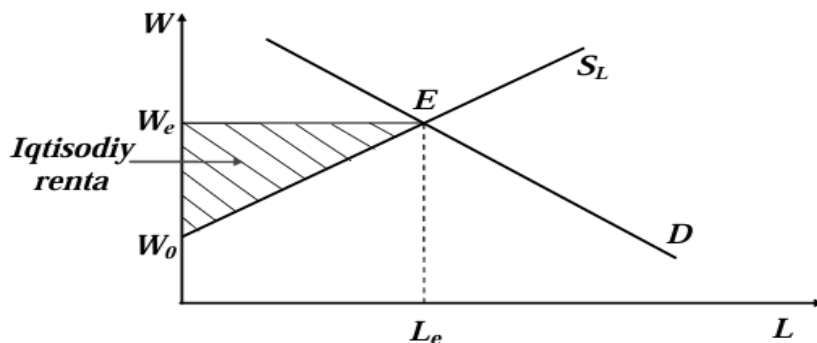
Iqtisodiy renta. Biz yuqorida resurs qanchalik ko'p cheklangan bo'lsa, uning narxi ham shunchalik yuqori bo'lishini ko'rgan edik.



17.16-rasm.
Har xil ish sharoitidagi ish haqi

Shuning uchun ham yuqori malakali mutaxassis har doim ortiqcha ish haqi oladi. Ushbu ortiqcha ish haqi iqtisodiy renta bo'lib, u ishchining qobiliyati yoki yuqori malakasi uchun to'lanadi.

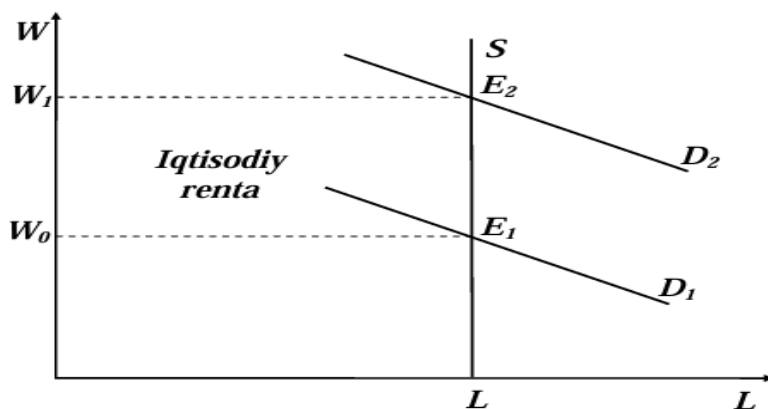
Tarmoq mehnat bozorini ko'rib chiqaylik (17.17-rasm).



17.17-rasm. Iqtisodiy renta

Muvozanat sharoitida (E nuqta) ishchilar W_e ish haqi oladilar. Lekin, malakali ishchilar W_0 ish haqi olib ishlashga tayyor bo'lsalar ham W_e ish haqi olayaptilar (demak, ular oladigan iqtisodiy renta ($W_e - W_0$) ga teng bo'ladi).

Minimal ish haqi (mehnat narxi) bilan bozorda shakllangan ish haqi o'rtasidagi farq iqtisodiy rentani tashkil etadi. 17.17-rasmda barcha ishchilar uchun ushbu ko'rsatkich $W_0 E W_e$ uchburchak yuziga teng. Shuning uchun ham raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda iqtisodiy rentaning bo'lishi, tarmoqqa yangi ishchilarni kirib kelishini rag'batlantiradi. Raqobatlashuvchi tarmoqda uzoq muddatli oraliqda mehnat taklifi chizig'i absolyut elastik (gorizontal) bo'lgani uchun iqtisodiy renta bo'lmaydi. Lekin, noyob mutaxassislarning etishmasligi, iqtisodiy rentani uzoq muddatda ham saqlanib qolishiga olib keladi (amalda ishlab chiqarishda noyob mutaxassislarni jalb qilish uchun, ularga qo'shimcha ish haqi belgilanadi). Estrada yulduzlari, kino yulduzlari, mashhur sportchilar iqtisodiy renta oladilar. Quyidagi 17.18-rasmda ushbu holat ifodalangan.



17.18-rasm.
Taklif cheklanganda iqtisodiy
renta

Boshlang'ich ishchi kuchiga talab D_1 , taklif esa S . Taklif elastik bo'maganda, ishchi kuchi narxi faqat talabdan bog'liq bo'ladi. Kinoaktyorning obro'i oshib borishi, unga bo'lgan talabni D_1 dan D_2 ga keskin oshiradi.

Shunday qilib, uning narxi W_0 dan W_1 ga ko'tariladi. Rasmda $W_0 E_1 E_2 W_1$ to'rtburchak yuzi iqtisodiy rentani ifodalaydi.

Iqtisodiy renta - bu taklifi chegaralangan resursga to'lanadigan narxdir.

Qisqa xulosalar

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.

Mehnatning chekli daromadliligi MRP_L ning iqtisodiy ma'nosi shundan iboratki, ya'ni u qo'shimcha bir birlik ishchi kuchidan foydalanib qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini (MP_L), qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotdan olinadigan qo'shimcha daromad MR ga ko'paytirish orqali aniqlanadi.

Mehnat bozorida ishchi kuchiga talab - bu firmalarning ishchi kuchiga talabidir. Taklif ishchilar tomonidan bo'ladi. Umumiy bozor talabi tarmoqdagi firmalar talablari yig'indisi bilan aniqlanadi. 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. Agar u ishlamasa, uning maksimal dam olishi bir sutkaga, ya'ni, 24 soatga teng bo'ladi va uning daromadi nolga teng.

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. Minimal ish haqi davlat tomonidan qonun orqali o'rnatiladi. Ko'p hollarda minimal ish haqi muvozanat ish haqi darajasidan yuqori qilib o'rnatiladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Raqobatlashgan mehnat bozor muvozanati qanday o'rnatiladi?
2. Firma foydasini maksimallashtirish uchun ishchi kuchini yollashni qanday shart bajarilgunga qadar davom ettiradi?
3. Mehnat qilish va dam olish o'rtasidagi bog'liqlikni izohlab byering.
4. Mehnat bozoriga kasaba uyushmasi qanday ta'sir ko'rsatadi va uning oqibatlarini izohlang.
5. Lorens egri chizig'i yordamida daromadlar taqsimlanishi qanday tahlil qilinadi?

17- mavzu: Kapital qo'yilmalar va kapital bozori

Reja:

- 1 Kapital bozori va kapital qo'yilmalar
2. Uzoq muddatli oraliqdagi investitsiya
3. Investitsiyani hisoblashda diskontlangan qiymat
4. Yer bozori.

Kapital bozori va kapital qo'yilmalar

Kapital - bu uzoq 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 uzoq muddatda foydalaniladi va u 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.

Aylanma kapital bir yil davomida o'zining butun qiymatini mahsulot qiymatiga o'tkazib qayta tiklanadi.

Kapitalning qiymati undan foydalanib, kelajakda 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 foydalanganligi 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 hisobkitoblariga **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.

Loyiha deganda, ma'lum maqsadga erishish uchun qilinadigan resuslar investitsiyasi tushuniladi.

Investitsiya - daromad olish uchun qo'yiladigan kapital mablag'.

Investitsiyalash - bu kapitalni yaratish yoki kapital zahirasini to'ldirish jarayonidir. Investitsiyalash deganda, yalpi va sof investitsiyalash tushuniladi.

Yalpi investitsiyalash - kapital zahirasining 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 - Qoplash.

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 chiqarilmaydi).

Qisqa muddatli loyihalarni (qisqa muddatli investitsiyalarni) tahlil qilganda kapitalning ichki o'zini oqlash koeffisienti r dan va ssuda foizi i dan foydalaniladi. Qisqa muddatli oraliqdagi investitsiyalarning (bir yillik oraliqdagi) chekli sof oqlashi ularning chekli ichki oqlash koeffisientidan ssuda stavkasi foizini ayirish orqali aniqlanadi: $\Delta r = r - i$, bu yerda Δr - chekli sof qoplash; r - chekli ichki qoplash; 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 (18.1-jadval). Ssuda foizi stavkasi 10 foiz bo'lsin.

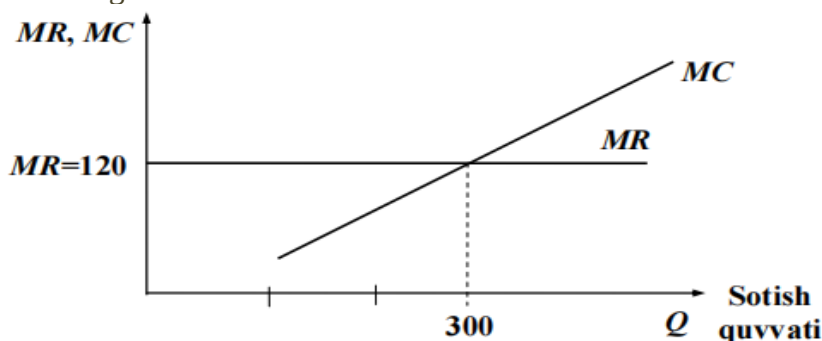
18.1-jadval Bir yillik investitsiya qaytimlari

Do'kon larning sotish quvvati (kir kunlik), kg	Umumiy investitsiya (kapital mablag'i sarfi), so'm	Chekli inves tisiya, so'm	Kapitalga to'la nadigan chekli foiz, so'm	Chekli sotish xarajat lari, so'm	Chekli umumiy xara jatlar, so'm (MC)	Inves titsiyadan olinadigan daromad, so'm (MR)	Chekli foyda, so'm
1 000	100 000	100 000	10 000	5 000	115 000	120 000	5 000
2 000	200 000	100 000	10 000	7 500	117 500	120 000	2 500
3 000	300 000	100 000	10 000	10 000	120 000	120 000	0
4 000	400 000	100 000	10 000	12 500	122 500	120 000	-2 500
5 000	500 000	100 000	10 000	15 000	125 000	120 000	-5 000

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' 100000 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 MC chekli daromad MR ga teng bo'lsa ($MC = MR$), 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 18.1-rasmda ifodalangan.



18.1-rasm.
Qisqa muddatli oraliqdagi
investitsiya

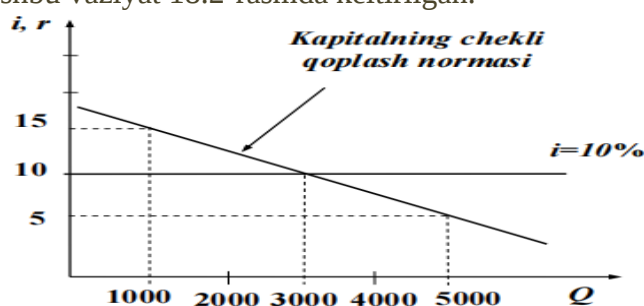
Ishlab chiqarish masshtabi oshishi bilan birga chekli xarajat ham oshib boradi, shuning uchun ham MC chizig'i musbat yotiqlikka ega. Chekli daromad 120000 ga teng bo'lganligi uchun MR chizig'i 120000 nuqtadan o'tib abtsissa o'qiga parallel bo'ladi. MC chizig'i bilan MR chizig'ining kesishgan nuqtasi maksimal foydani ta'minlaydigan optimal sotish quvvati 3000 kg ga teng ekanligini aniqlaydi.

$$r = \frac{\text{Chekli foiz to'lovi} + \text{Chekli foyda}}{\text{Chekli investitsiya}} \cdot 100$$

Endi chekli qoplash normasi koeffisienti r ni va ssuda foiz stavkasi i bilan taqqoslaymiz (18.2-jadval Bir yillik qo'yilgan investitsiyaning chekli oqlash normasi)

Sotish quvvati, kg	r – chekli qoplash normasi, %	Ssuda foizi stavkasi i , %	Investitsiyani chekli sof qoplash normasi (Δr), %
1 000	15,0	10,0	5,0
2 000	12,5	10,0	2,5
3 000	10,0	10,0	0,0
4 000	7,5	10,0	-2,5
5 000	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 etadi. Ushbu vaziyat 18.2-rasmda keltirilgan.



18.2-rasm.
Chekli oqlash normasi va ssuda
foizi stavkasi dinamikasi

Ssuda foizi stavkasi o'zgarmas bo'lib 10% ga teng bo'lgani uchun, uning chizig'i abtsissa o'qiga parallel joylashadi. Chekli oqlash normasi do'konlarning sotish quvvatiga qarab o'zgaradi, ya'ni r sotish masshtabi oshishi 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'lsa, kapital mablag'ga bo'lgan talab shuncha yuqori bo'ladi. Foydani maksimallashtiradigan sotish hajmi $i = r$ bo'lganda 3000 kilogrammga teng bo'ladi.

2. 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 ($j = 1$) 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 $R_1 \cdot (1+r) = R_2$ (2) yoki $I \cdot (1+r) \cdot (1+r) = R_2$, $I \cdot (1+r)^2 = R_2$ (3)

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 *M RTP* quyidagicha aniqlanadi.

M RTP - vaqt bo'yicha chekli tanlash normasi, bu shaxsning umumiy tushum 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 etarlidir. 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; C - iste'mol.

Ma'lumki foiz stavkasi (i) qancha yuqori bo'lsa, jamg'arishga moyillik shuncha yuqori bo'ladi va aksincha.

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 $1 \cdot (1+i)$ 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 $\frac{1 \text{ so'm}}{(1+i)^2}$ so'mga teng, ya'ni u bir so'mdan kichik bo'ladi. Xuddi shunday ikki

yildan keyin to'lanadigan bir so'mning bugungi qiymati $\frac{1 \text{ so'm}}{(1+i)^2}$ 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, $PDV = \frac{1}{(1+i)^n}$ 1 ga teng bo'ladi. Quyidagi jadvalda (18.3-jadval) bir dollarning har xil foiz stavkalaridagi keltirilgan qiymatlari ko'rsatilgan.

Jadvaldan ko'rish mumkinki, foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, bir dollarning joriy iskontirlangan (boshlang'ich yilga keltirilgan) qiymati shuncha kichik bo'ladi. Masalan, foiz stavkasi 5% bo'lganda, 10 yildan keyin olinadigan 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.

18.3-jadval

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	0,149
0,15	0,870	0,497	0,247	0,061
0,20	0,833	0,402	0,162	0,026

Vaqt bo'yicha diskontirlangan (boshlang'ich vaqtga keltirilgan) daromadni qaraymiz. Faraz qilaylik, bizda ikki xil daromad bor. Birinchisini **A** deb belgilasak, ikkinchi daromadni **B** 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. **B** 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 daromadlarni boshlang'ich vaqtga keltirilgan qiymatini hisoblaymiz.

$$PDV(A) = 200 + \frac{200}{1+i}; \quad PDV(B) = 40 + \frac{200}{(1+i)} + \frac{1\,200}{(1+i)^2}$$

17.5-jadval

Foiz stavkalarida diskontirlangan daromad

Daromad turi	Foiz stavkalarida diskontirlangan daromad, (so'mda)			
	I=0,05	I=0,10	I=0,15	I=0,20
A	390,5	381,8	373,9	366,7
B	411,9	387,1	365,1	345,6

Foiz stavkasi 15% va undan yuqori bo'lganda, **A** daromad turi **B** daromad turiga nisbatan yaxshiroq bo'lar edi.

Bu yerda asosiy sabab, **A** daromad qiymati **B** daromadga qaraganda kam bo'lsa ham, u tezroq to'lanadi.

3. Investitsiyani hisoblashda diskontlangan qiymat

Investitsiya qo'yishdan maqsad, kelajakda olinadigan daromadlarni va qilinadigan xarajatlarni solishtirish orqali loyihaning qiymatini baholash mumkin bo'ladi. Investitsiyani baholashda sof keltirilgan qiymat mezoni (NPV) ishlatiladi. Bu mezonga ko'ra, agar olinadigan daromad investitsiyaga sarflanadigan xarajatdan yuqori bo'lsa, investitsiya amalga oshiriladi.

Faraz qilaylik, investitsiya hajmi boshlang'ich ishlab chiqarish yili uchun ($t = 0$) I ga teng; R_t , C_t - kutiladigan t -yildagi ($t = 1, 2, \dots, T$) daromadlar va xarajalar. U holda sof keltirilgan qiymat quyidagiga teng:

$$NPV = -I + (R_1 - C_1) / (1+i) + (R_2 - C_2) / (1+i)^2 + \dots + (R_T - C_T) / (1+i)^T$$

bu yerda, i - diskont normasi (xarajatlarni bir vaqtga keltirish normasi). Diskont normasi i foiz stavkasi yoki boshqa bir stavka bo'lishi mumkin. T - loyihani faoliyat ko'rsatish muddati.

Ba'zi hollarda diskont normasini asosiy kapitalga qo'yilgan al'ternativ xarajat sifatida qarash mumkin. Agar $NPV > 0$ bo'lsa, investitsiya o'zini oqlaydi, ya'ni keltirilgan foyda qo'yilgan investitsiya qiymatidan katta. Agar $NPV < 0$ bo'lganda investitsiya o'zini oqlamaydi.

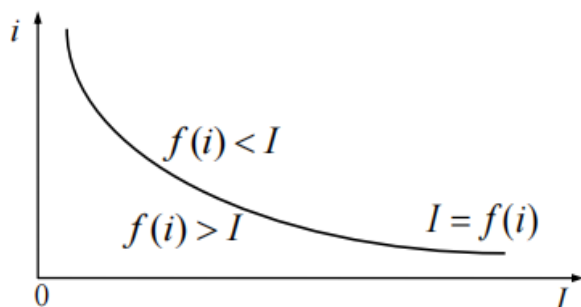
Loyihaning ishlash muddati cheksiz bo'lganda ($t \rightarrow \infty$), sof keltirilgan qiymat quyidagicha hisoblanadi: $NPV = -I + (R - C)/i$

Investitsiyaga talab. Sof keltirilgan qiymat mezoniga ko'ra, investitsiya o'zini oqlaydi, agar $NPV = -I + f(i) > 0$ bo'lsa.

Bu yerda: $f(i) = \sum_{t=1}^T (R_1 - C_1) / (1+i)^t$

Demak, $I = f(i)$ investitsiyaga talab funksiyasi. Ushbu funktsiyaning grafigi kamayuvchi bo'lib, investitsiya "narxi" bilan, ya'ni foiz stavkasi bilan investitsiyaga qilinadigan xarajatlarni o'rtasidagi teskari

aloqani ifodalaydi (18.3-rasm)



18.3 -rasm.

Investitsiyaga talab funktsiyasi grafigi

Investitsiyaga talab funktsiyasi 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, ε - real foiz stavkasi bo'lsin.

π - inflyatsiya darajasi sur'ati, ya'ni $\pi = \frac{P_1 - P_0}{P_0}$, bu yerda P_0 - joriy narx darajasi; P_1 - ma'lum vaqt

o'tgandan keyingi (bir yildan keyingi) narx darajasi.

Zayomlarning qiymatini diskontirlash.

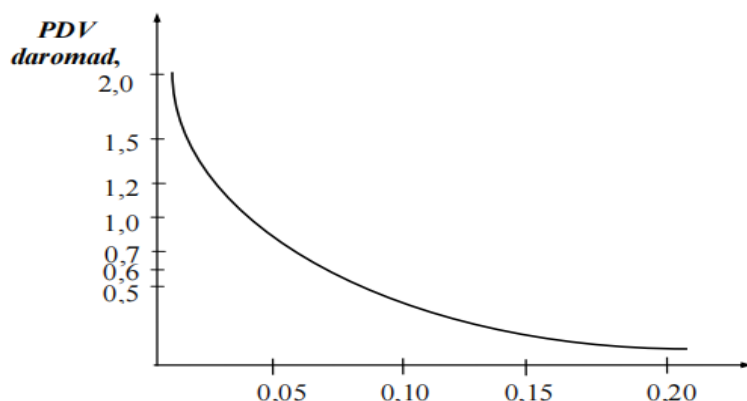
Zayomlar to'lov majburiyati bo'lib, ularning mohiyati shundan iboratki, zayom beruvchi

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

$$PVD = \frac{100}{(1+i)} + \frac{100}{(1+i)^2} + \dots + \frac{100}{(1+i)^{10}} + \frac{1000}{(1+i)^{10}} \quad (1)$$

Bu yerda ham zayom qiymati foiz stavkasiga bog'liq. 18.4-rasmda zayomning har xil foiz stavkalarida diskontirlangan qiymati keltirilgan. 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.



18.4-rasm.
Zayom qiymatidan olinadigan diskontirlangan daromadlar yig'indisi

1000 so'mlik dividend beradigan cheksiz muddatli zayomning narxi

quyidagiga teng:
$$PVD = \frac{1000}{(1+i)} + \frac{1000}{(1+i)^2} + \frac{1000}{(1+i)^3} + \dots$$

Bunday holda PVD quyidagicha hisoblanadi: $PVD = 1000/i$

Shunday qilib, agar foiz stavkasi 5% bo'lsa, muddatsiz zayomning qiymati $1000/0,05 = 20000$ so'm bo'ladi. Agar foiz stavkasi 20% bo'lsa, zayomning qiymati 5000 so'mga teng bo'ladi.

4. Yer bozori

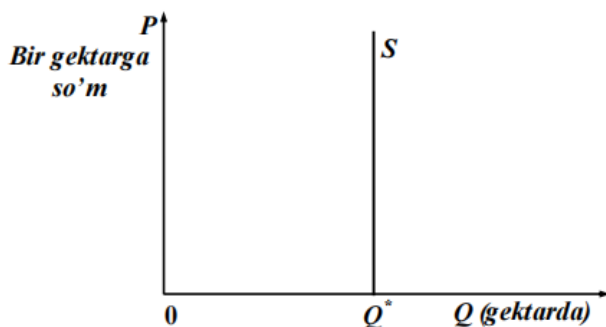
Iqtisodiy nazariyada yer deganda, uning tabiiy resurslari tushuniladi, ya'ni: yerning osildorligi, undagi foydali qazilma boyliklar va hokazolar. Bunda biz yerning ustki qatlamini qaraymiz, ya'ni uning ustki qatlamidan qishloq xo'jaligi mahsulotlari etishtirishda yoki urilishda (uy-joy, maktab, korxona va hokazo) foydalanish mumkin.

Yerning o'ziga xos xususiyatlaridan biri, u har doim cheklangan va uni u joydan boshqa joyga, ya'ni kapitalni ko'chirganday ko'chirib bo'lmaydi.

Yer taklifi. Yer taklifiga ta'sir etuvchi asosiy omillar - bu uning hosildorligi va qulay oylashganligidir. Ma'lumki, sifatli yerlar har doim va har yerda cheklangan bo'ladi. Sifatli, shaharlarga yaqin bo'lgan yerlar yanada ko'proq cheklangan bo'ladi.

Ma'lumki, yerning hosildorligi yerning sifatiga, ob-havo sharoitiga, suv bilan ta'minlanishi mumkinligiga, unda mehnat qiladiganlarning bilimiga, tajribasiga va foydalaniladigan texnikaga, ekiladigan urug' sifatiga va hokazolarga bog'liqdir. Yuqoridagi omillarning ko'pchiligi o'zgaruvchan bo'lib, ularning ta'siri ham o'zgaruvchandir. Lekin, qishloq xo'jaligida foydalaniladigan kapitalning va mehnatning o'zgarishi har doim ham bir xil sodir bo'lmaydi. Ular odatda ma'lum muddat o'tgandan keyin o'zgaradi.

Yer taklifining cheklanganligi shuni ko'rsatadiki, uning taklif chizig'i absolyut elastik emas. Shuning uchun yerning taklif chizig'i grafikda vertikal ko'rinishga ega bo'ladi.

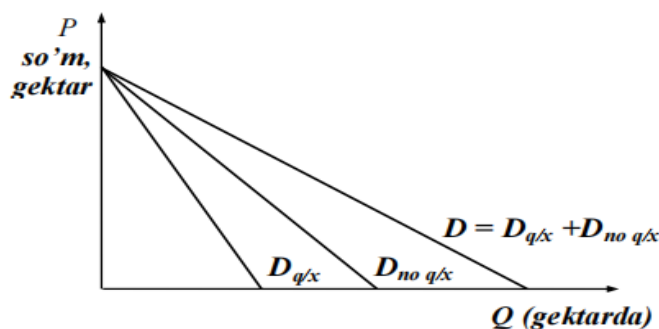


18.5-rasm. Yer taklifi

Taklif chizig'ining absolyut elastik emasligidan shu kelib chiqadiki, uning narxi (bir gektariga) qanchalik oshmasin, yer taklifi o'zgarmaydi. Yerning real narxi qanday bo'lishini aniqlash uchun unga bo'lgan talabni tahlil qilish kyerak bo'ladi. Taklif o'zgarmasa, bozor narxini o'rnatilishida talab katta rol o'ynaydi.

Yerga talab. Yerga bo'lgan talab ikki xil bo'ladi: qishloq xo'jaligida foydalanish uchun bo'lgan. Yerga talab va noqishloq xo'jaligida foydalanish uchun bo'lgan talab.

$D = D_{q/x} + D_{no q/x}$, bu yerda D - umumiy talab; $D_{q/x}$ - qishloq xo'jaligi uchun talab; $D_{no q/x}$ - noqishloq xo'jaligi talabi. Ushbu talablarni grafikda quyidagicha tasvirlash mumkin.



18.6-rasm. Yerga talab

Bu yerda qishloq xo'jaligi uchun bo'lgan talab chizig'i manfiy yotiqlikka ega. Nega deganda, yer unumdorligining kamayish qonuniga asosan, mavjud texnika va texnologiya o'zgarmaganda foydalaniladigan yerning ortib borishi, uning hosildorligini kamayib borishiga olib keladi. D.Rikardoning (1772-1823) ilmiy asarlari yer unumdorligining kamayish qonunini keng tarqalishida muhim rol o'ynagan.

Noqishloq xo'jalik sohalarining yerga bo'lgan talab chizig'i ham manfiy yotiqlikka ega. Bu yerda ham qurilish uchun nafaqat shahar ichidagi yerlardan foydalaniladi (ular cheklangan), balki shahar atrofidagi yerlardan ham foydalanishga to'g'ri keladi. Hozirgi vaqtda qishloq xo'jaligi bilan bog'liq bo'lmagan sohalar uchun yerga bo'lgan talab o'sish tendensiyasiga ega.

Ushbu talab o'z ichiga uy-joy qurish uchun bo'lgan talabni, infratuzilma ob'ektlari uchun va sanoat ob'ektlari qurish uchun bo'lgan talablarni oladi. Inflyatsiya darajasi yuqori bo'lganda ko'pchilik ortiqcha pulini yer sotib olishga sarflaydi (yerga bo'lgan inflyatsion talab). Shuning uchun ham yer boylikni saqlash va uni ortishini ta'minlash ob'ekti sifatida qaraladi. Noqishloq xo'jalik yerlarga talab yerning hosildorligiga bog'liq bo'lmay, ko'proq uning qulay joylashuviga (shaharga yaqin) bog'liqdir. Odatda shahar markazlaridagi yer narxi yuqori bo'ladi, shahar markazidan yiroqlashgan sari esa uning narxi kamayib boradi.

Qishloq xo'jaligi uchun kyerak bo'lgan yerlarga talab uning hosildorligiga va bu hosildorlikni oshirish imkoniyatlariga, yerning joylashuviga (qishloq xo'jalik mahsulotlari iste'molchilaridan uzoqlashish darajasiga) bog'liq.

Iqtisodiy renta (absolyut renta) - bu cheklangan resurs uchun to'lanadigan to'lov.

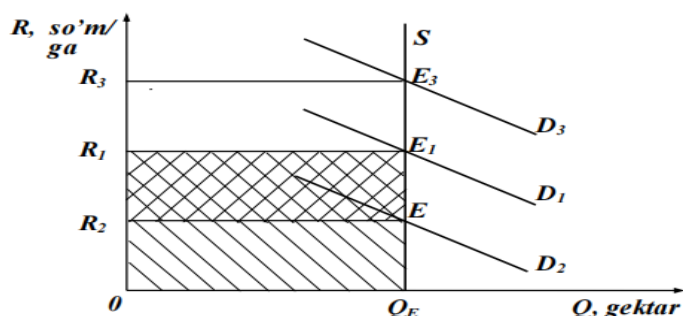
Yer rentasi - cheklangan yer resurslaridan (boshqa tabiiy resurslardan) foydalanganlik uchun to'lov. Iqtisodiy renta yer rentasiga ko'ra kengroq ma'noga ega, buni yuqorida ko'rgan edik.

Absolyut renta - bu barcha yer egalari tomonidan yerning sifatiga bog'liq bo'lmagan holda oladigan rentadir (absolyut renta K.Marks tomonidan kiritilgan).

Yer rentasini tahlil qilish uchun quyidagi shartlar bajarilgan deb faraz qilinadi:

- ishlab chiqarilgan barcha mahsulot bozor uchun ishlab chiqariladi;
- barcha yerlar mukammallashgan bozor sharoitida ijaraga beriladi;

- Yer taklifi absolyut elastik bo'lmagani uchun, yer taklif chizig'i vertikal ko'rinishda bo'ladi (18.7-rasm)

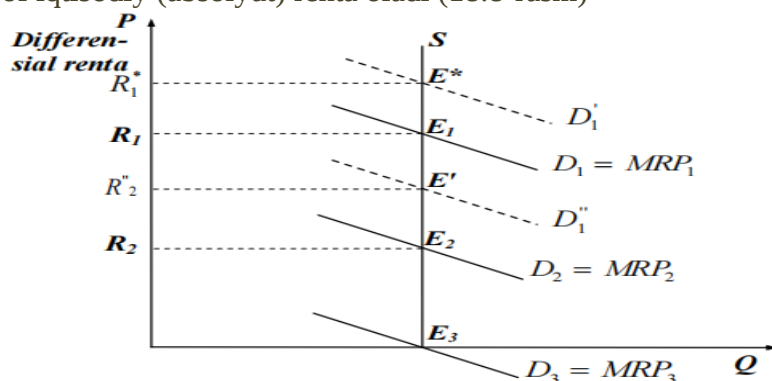


18.7-rasm.
Yer bozorida muvozanat holat

Yerga boʻlgan talab chizigʻi D (yer unumdorligining pasayish qonuniga koʻra) manfiy yotiqlikka ega. Yer taklifi chizigʻi S ni talab chizigʻi D_1 bilan kesishgan nuqtasi E_1 yer ozoridagi muvozanat holatini bildiradi. R_1 muvozanat renta boʻlib, u har oyda ijarachi tomonidan yer egasiga toʻlanadi. $R_1 E_1 Q_E 0$ toʻrtburchak yuzi barcha yerdan foydalanish uchun toʻlanadigan umumiy renta. Agar asosiy mahsulot bugʻdoy boʻladigan boʻlsa, bugʻdoyga boʻlgan talabning ortishi, yerga boʻlgan talabning ortishiga olib keladi (D_3), natijada bir gektar yerga toʻlanadigan renta R_1 dan R_2 ga koʻtariladi. Ushbu holat umumiy (absolyut) renta $OR_2 E_3 Q_E$ toʻrtburchak yuziga teng boʻladi. Agar bugʻdoyga boʻlgan talab kamaysa, har oyda toʻlanadigan renta ham kamayadi va umumiy renta qiymati $OR_2 E Q_E$ toʻrtburchak yuzigacha kamayadi. Koʻrinib turibdiki, taklif absolyut elastik boʻlmaganda yer rentasi asosan unga boʻlgan talabga bogʻliq.

Diffyerenzial renta. Absolyut rentani qaraganimizda, yerning sifati, joylashuvi bir xil deb faraz qilgan edik. Haqiqatda esa yerlar hosildorligi bo'yicha hamda joylashuviga ko'ra bir-biridan farq qiladi.

Faraz qilaylik, tabiiy hosildorligi bo'yicha 3 xil yer bo'lsin, ya'ni, yaxshi, o'rtacha va yomon yerlar. Bu yerlarning hosildorligi har xil bo'lganligi uchun, ularning teng o'lchamdagi uchastkalariga teng miqdorda kapital va mehnat sarflasak, turli xil natija olamiz. Hosildorligi yuqori bo'lgan yerdan, boshqa yerlarga nisbatan ko'proq hosil olamiz va bu ortiqcha olingan hosil yerning faqat tabiiy hosildorligi bilan bog'liqdir. Yaxshi hosildor yerga renta o'rtacha yer rentasiga ko'ra yuqori, o'rtacha yer rentasi esa yomon yer rentasiga ko'ra ko'p bo'ladi, yomon yer egasi esa sof iqtisodiy (absolyut) renta oladi (18.8-rasm)



18.8-rasm.
Diffyerensial renta

Eng yaxshi yer egasi har bir gektar yerdan har oyiga diffyrensial renta $R1$ ni oladi, o`rtacha yer egasi -  $R1$  rentani. Yomon yerning rentasi nolga teng. Biz bu yerda yaxshi, o`rtacha va yomon yerlarning o`lchami teng deb faraz qildik. Xuddi shunga o`xshash diffyrensial rentalarni yerlarning joylashuviga ko`ra ham aniqlash mumkin.

Biz yuqorida yerlarni tabiiy hosildorligi bo'yicha rentalarni ko'rdik. Lekin, yer hosildorligini unga qo'shimcha kapital sarflab ham (masalan, optimal darajada o'g'it berish, yangi agrotexnikani qo'llash) oshirish mumkin. Masalan, yaxshi yerga qo'shimcha kapital sarflasak, u quyidagioqibatlariga olib kelishi mumkin: a) qo'shimcha kapital ishlab chiqarish samaradorligini

oshirishi mumkin (bu holda yer rentasi R_1 dan R_1^* ga oshadi); b) sarflangan qo'shimcha kapital ishlab chiqarish samaradorligini kamayishiga olib keladi (bu holda yaxshi yer rentasi pasayib R_1 ni tashkil etadi). Bordi-yu, qo'shimcha kapital sarfi samaradorlik darajasini o'zgartirmasa, yer rentasi ham o'zgarmaydi.

Yer narxi. Yer narxi yer rentasini kapitalizatsiya qilish yordamida aniqlanadi. Faraz qilaylik, ma'lum bir yer uchastkasi o'lchami yer egasiga bir yilda P renta (so'mda) keltirsin. yer qiymatini aniqlashda yer egasi uchun al'ternativ qiymatdan foydalaniladi. Yer narxi shunday pul miqdoriga tengki, agar uni bankga qo'ysak, undan olinadigan foyda ushbu yerdan olinadigan foydaga teng bo'lsa. Demak, yer narxi kelajakda olinadigan yer rentasining diskontirlangan (keltirilgan) qiymatiga teng:

$$P_L = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{R_k}{(1+i)^k}$$
 Yer narxi - bu kapitalni muddatsiz qo'yish demakdir.

Agar $k \rightarrow \infty$ bo'lsa, $\frac{1}{(1+i)^k} \rightarrow 0$, u holda $P_L = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{R_k}{(1+i)^k} = \frac{R}{i}$,

bu yerda R_k - k - yil rentasi; i - ssudaning bozor foiz stavkasi. Agar renta 1000 so'm bo'lsa, ssudaning bozor foiz stavkasi 5% bo'lsa, yerning narxi $P_L = 1000/5\% = 100000/5 = 20000$ so'm bo'ladi.

Qisqa xulosalar

Kapital - bu uzoq 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).

Ssuda foizi - kapital egasiga uning kapitalidan ma'lum muddat oralig'ida foydalanganligi uchun to'lanadigan narxdir.

Xarajat va daromadlarni bir xil boshlang'ich vaqtga keltirish hisobkitoblariga **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.

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.

Bir yildan keyin beriladigan bir so'mning bugungi qiymati qancha bo'ladi? Bu savolga javob - foiz stavkasiga bog'liqdir.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Kapital bozori va uning asosiy ko'rsatkichlari nimalardan iborat?
2. Asosiy va aylanma kapital bir-biridan qanday farq qiladi?
3. Loyiha, investitsiya va investitsiyalash jarayonlarini xarakterlab byering.
4. Qiymatni diskontirlashning mohiyati va ahamiyati nimada?
5. Sof joriy qiymat qanday aniqlanadi?
6. Bo'lg'usi qiymat qanday aniqlanadi?
7. Inflyatsiya darajasi investitsiyalardan olinadigan daromadga ta'sir qiladimi?
8. Yer bozorining o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
9. Yerning narxi qanday hisoblanadi?
10. Absolyut va differensial renta qanday aniqlanadi?

18-mavzu: Korxonalar faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish

Reja:

- 1. Korxona faoliyatini samarali boshqarish**
- 2. O'zbekiston Respublikasi hukumati davlatning tartibga solish funksiyasi**
- 3. Korxona faoliyatini tartibga solish va rejalashtirish**

Korxona faoliyatini samarali boshqarish va rejalashtirish muvaffaqiyatli biznes yuritishning asosiy omillaridan biridir. Zamonaviy sharoitlarda har bir korxona ishlab chiqarishning to'xtovsiz o'sishi, mahsulot sifatining oshirilishi va uning o'z vaqtida sotilishi, shuningdek, rejalashtirilgan foyda va daromadni o'z vaqtida olish asosida o'zining gullab-yashnashini ta'minlashga intiladi. Shu sababli korxona faoliyati ko'p maqsadli va dinamik xarakterga ega bo'ladi. Birinchidan, fan-texnika taraqqiyotiga yo'naltirilgan, ikkinchidan, ishlab chiqarish quvvatlari va resurslardan samarali foydalanishga erishuvchi, uchinchidan esa, bozor kon'yunkturasiga o'z vaqtida va tezkorlik bilan javob berishi mumkin bo'lgan korxona rivojlanadi va gullab-yashnaydi. Istiqboldagi vaziyatni qat'iy rejalashtirish bu holda o'zini oqlamaydi. Bozor kon'yunkturasi va raqobat, talabga mos ravishda chiqarilayotgan mahsulot tavsifnomasiga o'zgartirish kiritish imkoniyatlari bilan bog'liq bo'lgan uzoq muddatli dastur talab qilinadi. Bu vazifa odatda istiqbolga yo'naltirilgan korxona faoliyatini joriy rejalashtirish jarayonida aniqlangan ko'rsatkichlarni tartibga solish yo'li bilan bajariladi.

Shu sababli ko'plab korxonalar bozor kon'yunkturasining o'zgarib turishini hisobga olgan holda ishlab chiqarish texnologiyasiga tezkor o'zgartirishlar kiritish hamda bunda asbob-uskuna va qurilmalarning imkoniyatlarni kengaytirish, butlovchi qismlar va materiallarni bir xillashtirish, mahsulot sifatini oshirish va assortimentini kengaytirishga majbur bo'ladilar. Korxona faoliyatini rejalashtirish vazifalari qaysidir ma'noda ma'lum bo'lgani sababli uni rejalashtirish va ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonida tartibga solish zamonaviy fan tomonidan nisbatan kam tadqiq etilgan va umumlashtirilgan. Bu erda amaliyot nazariyadan ancha ilgari ketgan. Shunday bo'lsada, korxona faoliyatining oldindan belgilab qo'yilgan ko'rsatkichlarini tartibga solishga to'g'ri keladi. Bu iste'molchilik talabining o'zgarishidan tashqari, korxona hayotida va iqtisodiy muhitda ro'y berayotgan yangi vaziyatlar, xom-ashyo va materiallar ta'minotchilari bilan aloqalar, siyosiy vaziyat va hokazolargabog'liq bo'ladi. Shu sababli rejalashtirish nafaqat bugungi, balki ertangi kunga ham yo'naltirilgan bo'lishi loim. Hech qaysi korxona o'z faoliyatida istiqbolni ko'zdan qochira olmaydi. Bu bozor sharoitlarida korxona barqarorligining asosiy qoidasidir.

Barcha xodimlar, ayniqsa, korxona rahbariyati shuni aniq bilishi kerakki, bugungi kunda oson bajarilayotgan har qanday ish 3-5 yildan so'ng qiyinlashishi yoki umuman imkoni bo'lmay qolishi mumkin. Demak, oldindan belgilab qo'yilgan reja (bashorat) ko'rsatkichlarini tartibga solish – korxona faoliyati va ishlab chiqarishni bashorat qilish va rejalashtirishning uzviy bir qismi hisoblanishi mumkin. Tartibga solish bu hodisa va jarayonlarni yo'lga qo'yish, bir tartibga keltirish jarayonidir. Shuningdek u boshqaruv mexanizmi va ularning elementlarini normal va samarali ishlaydigan holatga keltirishni ham anglatadi. Rejalashtirishga nisbatan bu erda gap shu haqda boradiki, oldindan ishlab chiqilgan reja va dasturlarni o'zgarib turuvchi sharoitlarga moslashtirish, ular rejali iqtisodiyotda bo'lgani kabi har qanday baho evaziga bajarilmasdan, bozor talablariga mos kelishi hamda korxona maqsadlariga erishish, ishlab chiqarishning daromadli va foydali bo'lishiga xizmat qilishi lozim. Har holda zamonaviy biznes va tadbirkorlik aynan shu tamoyillarga asosan faoliyat ko'rsatadi. Rejada belgilab qo'yilgan, kechagi kun ishlab chiqilgan va bugunda o'z ahamiyatini yo'qotgan mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat ko'rsatish mumkin emas. Amaliyotning ko'rsatishicha, asoslangan rejalashtirish odatda obyektiv zarurat talab qilgan hollardan tashqari kelgusida tartibga solishni talab qilmaydi.

Korxona joriy faoliyatini tartibga solishdan maqsad quyidagilardan iborat:

- barqaror ishlashni ta'minlash;
- minimal xarajatlar bilan maksimal natijalarga erishish;
- chiqarilayotgan mahsulotning sifat ko'rsatkichlarini yaxshilash;
- ishlab chiqarish rentabelligini oshirish va xarajatlarni kamaytirish.

Bugungi kunda, iqtisodiyotning nodavlat sektorini rivojlantirishga katta e'tibor qaratilayotgan bir paytda biznes va tadbirkorlik sohasi ustivor ahamiyat kasb etib, korxonalarning iqtisodiy

faoliyatda erkinligi kuchaymoqda, rejalashtirish va tartibga solish jarayonlarini hech kim cheklab qo'ymayapti. Hozirda korxonalarga yuqoridan buyruq va ko'rsatmalar asosida topshiriqlarni belgilab beruvchi vazirlik va mahkamalar tizimi yo'q. Korxonalarining katta qismi ishlab chiqarishning borishi va natijalarini o'zlari rejalashtiradi va tartibga soladi.

Shu bilan bir paytda yuqorida aytib o'tilgan mustaqillik va iqtisodiy hatti-harakatlar erkinligi korxonalar faoliyatining davlat tomonidan tartibga solinishini inkor qilmaydi. Masalan, AQSH, Yaponiya va boshqa ba'zi mamlakatlarda hukumat organlari asosan yirik korporatsiyalar bilan birgalikda ishlaydi. Bunda ular quyidagilarni aniqlaydi:

- 1) zarur investitsiyalar hajmi va tarkibi;
- 2) texnika darajasi, shuningdek, eng muhim mahsulot turlarining hajmi va proporsiyasi;
- 3) oylik ish haqi darajasi va korxona faoliyatining boshqa ayrim turlari.

Belgilangan umummilliy vazifalar iqtisodiy tartibga solish vositalari – soliqlar, kreditlar, subsidiyalar va kvotalar yordamida bajariladi. Shu sababli davlat bozor mexanizmiga aralashmasligi lozim va bozor to'raligicha o'zini-o'zi tartibga soluvchi, iqtisodiyotning bir tekisda proporsional rivojlanishini qo'llab-quvvatlashga qodir tizim deb hisoblovchilar unchalik haq bo'lib chiqmaydilar. Davlat o'ta ehtiyotkorlik bilan bozor mexanizmiga aralashuvi, uning kamchiliklarini to'g'rilashi, raqobatning yakkahokimlikka aylanishining oldini olishi, biznes va tadbirkorlikning huquqiy asoslarini takomillashtirishi, baho diskriminatsiyasi va boshqa salbiy tendentsiyalarga qarshilik ko'rsatishi lozim.

Quyidagilar davlat tomonidan tartibga solishning asosiy yo'nalishlari hisoblanadi:

- ma'muriy-huquqiy tartibga solish;
- iqtisodiyot va biznes uchun huquqiy asoslarni yaratish;
- qonunlarga rioya qilinishini ta'minlash;
- jamiyat hayotining eng muhim sohalarini boshqarish;
- davlat dasturlari va buyurtmalari;
- moliya va soliq siyosati;
- ijtimoiy siyosat.

O'zbekiston Respublikasi hukumati davlatning tartibga solish funksiyasini jahon xo'jalik amaliyotida ma'lum bo'lgan va tekshirib ko'rilgan iqtisodiy tartibga solish vositalari yordamida amalga oshiradi. Masalan, soliq siyosati davlat va mahalliy byudjetlarni shakllantirishning fiskal funktsiyalarini bajarishdan tashqari ishlab chiqarish tuzilmasi, dinamikasi va joylashuviga iqtisodiy ta'sir ko'rsatish mexanizmi vazifasini ham bajaradi. Imtiyozli soliqqa tortish biznes va tadbirkorlikni rag'batlantirishning eng kuchli vositalarida hisoblanadi.

Davlat tomonidan tartibga solish bozor mexanizmini to'ldirib, unga o'zgartishlar kiritadi, biznes va tadbirkorlikning oyoqqa turib olishiga ko'maklashadi. Bunda u maksimal darajada maksimal pog'onada, minimal darajada minimal pog'onada tarqaladi. Tartibga solish, qaysi miqyosda amalga oshirilishidan qat'iy nazar doimiy harakat, talab va taklif, daromad va xarajatlar o'rtasida muvozanatga intilish hisoblanadi.

Korxona biznes muhitga bugun va umrbod qolishi tamoyili asosida kirib kelishi kerak. Shuning uchun, korxona nafaqat hozirgi vaqtdagi hatti-harakatlarni balki, istiqboldagi faoliyatini ham o'zida namoyon etadigan strategiyani belgilab olishi maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Korxona faoliyatini tartibga solish va rejalashtirish quyidagi asosiy jihatlarni o'z ichiga oladi:

1. Korxona maqsad va vazifalari:
 - Korxonaning istiqbolli maqsadlarini belgilash;
 - Korxona faoliyatining asosiy yo'nalishlarini aniqlash;
 - Qisqa, o'rta va uzoq muddatli vazifalarni aniqlash.
2. Korxona tashkiliy tuzilmasi:
 - Tashkiliy tuzilmani shakllantirish;
 - Bo'linmalar, xizmatlararo vakolatlarni belgilash;
 - Boshqaruv va nazorat tizimini tashkil etish.
3. Iqtisodiy rejalashtirish:

- Korxona resurslari (moddiy, mehnat, moliyaviy)ni rejalashtirish;
- Ishlab chiqarish dasturlarini, mahsulot hajmi va assortimentini belgilash;
- Buxgalteriya, moliya va iqtisodiy ko'rsatkichlarni prognozlashtirish.

4. Texnologik rejalashtirish:

- Ishlab chiqarish jarayonlari, texnologik amallarni belgilash;
- Ishlab chiqarishni tashkil etish, tarkibiy bo'g'inlarni mos kelishini ta'minlash;
- Yangi texnologiyalar, innovatsiyalarni qo'llash rejalashtiriladi.

5. Tashkiliy-boshqaruviy rejalashtirish:

- Mehnat resurslarini taqsimlash va rejalashtirish;
- Menejment, xodimlarni motivatsiyalash, nazorat tizimini belgilash;
- Korxona tizimida kommunikatsiya va axborot oqimlarini tashkil etish;

6. Marketing va sotish rejalashtirish:

- Bozorni o'rganish, talabni prognozlashtirish;
- Mahsulot siyosati, narxlar, reklama, targ'ibot rejalarini tuzish;
- Sotish va logistika tizimini tashkil etish.

Ushbu yo'nalishlarni to'g'ri va samarali rejalashtirib, korxona faoliyatini tartibga solish korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Amaliy mashg'ulotlar

Amaliy mashg'ulot-1.

Mavzu: “Mikroiqtisodiyot” faniga kirish. Fanning mazmuni, vazifalari predmeti.

1- masala

O'zbekistonlik tadbirkor Moskvaga sayohat qilgani bormoqchi. Moskvaga samolyot va poezd reyslari har kuni mavjud. Moskvagacha bo'lgan masofani samolyot 4 soatda, poezd esa 6 kunda bosib o'tadi.

Agar tadbirkor samolyotda borishni ma'qul ko'rsa parvoz vakti 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 mablagi 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 - masala

Tikuvchi uy sharoitida kasanachilik asosida paypoq va qo'lqop ishlab chiqaradi. Agar tikuvchi bir soat vaqtini paypoq tikishga sarflasa 10 ta paypoq yoki qo'lqop tikishga sarflasa 5 ta qo'lqop tikishi mumkin. Tikuvchi bir kunda 8 soat mehnat qilishi ma'lum bo'lsa, tikuvchining bir kunlik ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'ini grafikda aks ettiring va ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i formulasini aniqlang.

Yechimi:

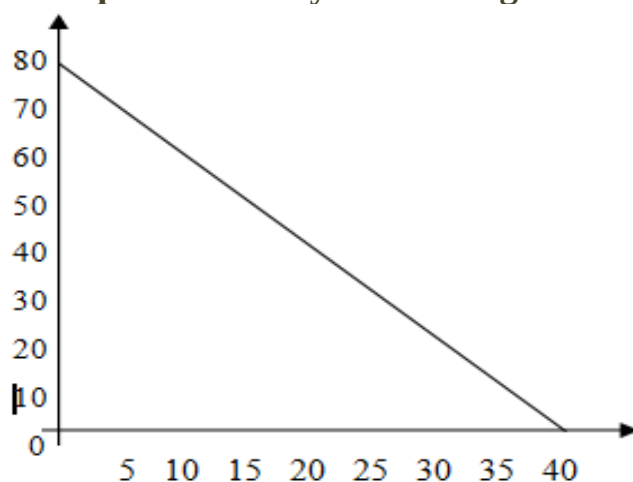
Mahsulot ishlab chiqarish variantlarini aniqlaymiz: Tikuvchi 8 soat davomida paypoq tikish bilan mashg'ul bo'lsa u holda 80 ta paypoq tika oladi, lekin qo'lqop tika olmaydi. Agar u 8 soatning bir soatini qo'lqop tikishga sarflasa 70 ta paypoq va 5 ta qo'lqop tikadi. Tikuvchining bir kunlik ishlab chiqarish variantlari quyidagi jadvalda keltirilgan:

	Ishlab chiqarish variantlari								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Paypoq	80	70	60	50	40	30	20	10	0
Qo'lqop	0	5	10	15	20	25	30	35	40

Tikuvchi bir soat paypoq tikishdan voz kechsa u 10 ta paypoqdan voz kechgan bo'ladi, lekin u qo'shimcha 5 ta qo'lqop tikadi. Demak, 10 ta paypoqning alternativ qiymati 5 ta qo'lqopga teng.

Tikuvchining ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i formulasini aniqlaymiz. Tikuvchi bir kunda L soat ishlaydi deylik. Shundan Lq soatni qo'lqop tikishga, Lp soatni paypoq tikishga sarflaydi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizigi



Demak, $L_q + L_p = 8$ (1).

Tikuvchining paypoq va qo'lqop ishlab chiqarish funktsiyalarini yozamiz: $P = 10 \times L_p$

$Q = 5 \times L_q$ (2)

Bu yerda: P – paypoqlar soni (donada); Q –

qo'lqoplar soni (donada)

(2)-chi formulalardan L_p va L_q larni aniqlaymiz $K L = I$

– (3)

10

(3) ni (1) ga qo'yamiz: —

Ya + — $K = 80$ yoki 5×10

$P = 80 - 2 \times Q$ (4)

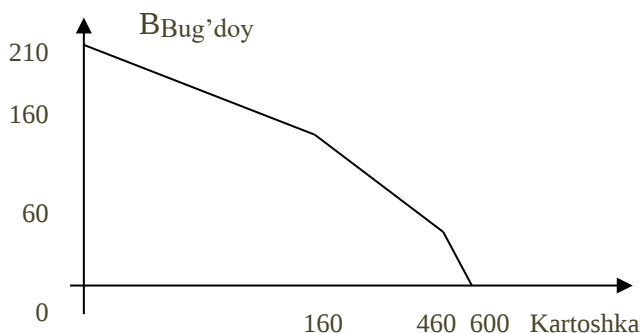
(4) - funksiya orqali tikuvchining ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'ini va 8 soatlik ish kunida paypoq va qo'lqop ishlab chiqarishning barcha kombinatsiyalarini aniqlash mumkin.

3. – masala

Fermerda ball boniteti har-xil bulgan uchta ekin maydoni bor. U bu maydonlarga bugdoy yoki paxta ekishi mumkin. 1-maydondan 160 t kartoshka yoki 50 t bugdoy, 2-maydondan 300 t kartoshka yoki 100 t bugdoy, 3-maydondan esa 140 t kartoshka yoki 60 t bugdoy olishi mumkin. Fermerning hosil imkoniyati chizigini grafikda tasvirlang.

Yechimi:

1 - maydondan 160 t kartoshka yoki 50 t bug'doy 2 -
maydondan 300 t kartoshka yoki 100 t bug'doy 3 -
maydondan 140 t kartoshka yoki 60 t bug'doy



Amaliy mashg'ulot-3.

Mavzu: Talab va taklif tahlili asoslari.

1-masala

“Nozima” savdo do'konida radiopryomniklar 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 radiopryomnik 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, radiopryomniklar narxini 15600 so'mga tushirsa, taklif chizig'i va muvozanat miqdor qanday o'zgaradi?

Yechish:

1)

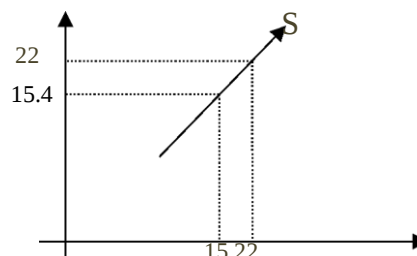
$$P_1 = 15\,400$$

$$P_2 = 16\,000$$

$$Q_1 = 15$$

$$Q_2 = 22$$

S - taklif chizig'i



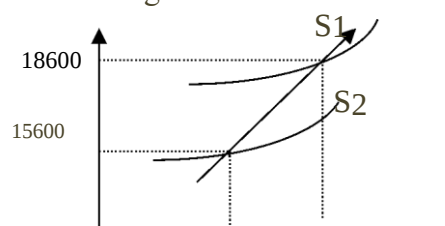
2) Miqdor 22 tadan 17 ga kamaydi, narx 15 600 so'mga tushdi. $22 \cdot 16$

$$000 = 352\,000$$

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

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

S2 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:

$$(X_0 - X_1) / (X_2 - X_1) = (Y_0 - Y_1) / (Y_2 - Y_1);$$

$$Q_1 = 15; P_1 = 15\,400;$$

$$Q_2 = 22; P_2 = 16\,000.$$

$$(Q - 15) / (22 - 15) = (P - 15\,400) / (16\,000 - 15\,400) \quad (Q - 15) / 7 = (P - 15\,400) / 600$$

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

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

$$600Q = 7P - 98\,800$$

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

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

Demak,

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

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

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

2-masala

Talabning chiziqli funktsiyasi $Q_d = 28 - 3P$ ko'rinishga ega. Talab miqdori $Q_d = 16$ bo'lganda, talab elastigligi koeffitsienti nechaga tengligini quyidagi tartibda aniqlaymiz.

Taklif $Q_s = 16$ bo'lganda narx darajasini aniqlaymiz $16 = 28 -$

$3P$

$$P = 12/3 = 4$$

$$E_d = -3 \cdot 4 / 16 = -0,75$$

Demak narx 1%ga oshsa talab 0,75ga kamayadi.

3-masala

Taklif chiziqli funktsiyasi berilgan bo'lsin. $Q_s = -$

$$30 + 3 \cdot R$$

Daromad $-R = 120$ bo'lganda, taklifning narxga bog'liq elastiklik koeffitsientini aniqlang.

Yechish:

$$Q_s = -30 + 3 \cdot 120 = 330$$

$$E_s = \Delta Q_s / \Delta R \cdot P / Q_s = 3 \cdot 120 / 330 = 3 \cdot 0,36 = 1,08$$

Demak daromad 1%ga oshganda, taqriban taklif miqdori 8%ga oshadi.

4-masala

1981-yilda AQShda bug'doy bozori quyidagi talab va taklif funktsiyalari bilan ifodalangan:

$$Q_d = 4077 - 266 \cdot P$$

$$Q_s = 1800 + 240 \cdot P$$

bug'doy narxi $Q -$

bug'doy hajmi

Bug'doyga bo'lgan ichki talab funktsiyasini quyidagicha bo'lgan: $Q_d = 1000 -$

$$46 \cdot P$$

Tashqi bozorda bug'doyga bo'lgan talab 40%ga qisqardi:

1) Tashqi bozorda talabni qisqarishi firmalar daromadiga qanday ta'sir qiladi. 2) Davlat 1 bushel uchun 3 dollar ortiqcha qilib belgiladi va boshqa ortiqcha bo'g'doyni sotib oldi. Davlat qancha summa, qancha miqdora bug'doy sotib oladi. 3) Davlat ortiqcha bo'g'doyni sotib olmadi deylik va u bug'doyni 1 bushelini 3 dollardan narxda sotishga ruxsat bermasa chayqov bozori vujudga keladimi. Chayqov bozorida 1 bushel bug'doyni narxi qanday bo'ladi.

Yechish: 1) $Q_d = 4077 -$

$$\begin{aligned}
&266 \cdot P \\
&Q_s = 1800 + 240 \cdot P \\
&4077 - 266 \cdot P = 1800 + 240 \cdot P \\
&4077 - 1800 = 240 \cdot P + 266 \cdot P \\
&P = 2077 / 506 = 4,5 \\
&P_e = 4,5
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
Q_d &= 4077 - 266 \cdot 4,5 = 4077 - 1197 = 2880 \\
Q_s &= 1800 + 240 \cdot 4,5 = 1800 + 1080 = 2880 \\
Q_e &= 2880
\end{aligned}$$

Tashqi talab qisqargandan keyin bozoda o'rnatilgan yangi muvozanat narxni va muvozanat miqdorni topamiz. Buning uchun yangi talab funksiyasini aniqlaymiz.

$$Q_d^t = Q_d - Q_d^i = 4077 - 266 \cdot P - (1000 - 46 \cdot P) = 3077 - 220 \cdot P \quad Q_d^t$$

tashqi talab

$$Q_d^i \text{ ichki talab}$$

Endi tashqi talabni 40%ga qisqartirib, chiqqan natijani ichki talabga qo'shib, yangi umumiy talab Q_d^* ni aniqlaymiz.

$$Q_d^* = 1000 - 46 \cdot P + 0,6(3077 - 220 \cdot P) = 1000 - 46 \cdot P + 1846,2 - 132 \cdot P = 2846,2 - 178 \cdot P$$

$Q_d = Q_s$ muvozanatlik sharoitidan foydalanamiz

$$1880 + 240 \cdot P = 2846,2 - 178 \cdot P \quad 240 \cdot P + 178 \cdot P = 2846,2 -$$

$$1880 \quad P_e^* = 1046,2 / 418 = 2,5$$

$$Q_d^* = 2846,2 - 178 \cdot P = 2846,2 - 178 \cdot 2,5 = 2400$$

$$Q_s^* = 1880 + 240 \cdot P = 1880 + 240 \cdot 2,5 = 2400$$

$$Q_e^* = 2400 \text{ bushel}$$

Fermerning yuqotgan daromadi

$$\Delta TR = TR^* - Tr = P_e^* Q_e - P_e Q_e$$

$$\Delta TR = 2400 \cdot 2,5 - 4,5 \cdot 2880 = 6960$$

Tashqi talab 40%ga kamaygani uchun fermer daromadi 6940 mln. dollarga kamaygan.

2) 1 bushel bug'doy narxi 3 dollar qilib belgilangandagi talab va taklif

$$Q_d^* = 2846,2 - 178 \cdot (P_g = 3) = 2846,2 - 534 = 2312,2$$

$$Q_s^* = 1880 + 240 \cdot (P_g = 3) = 1880 + 720 = 2520$$

$$\text{Ortiqcha bug'doy } \Delta Q = Q_e - Q_d^* = 2312 - 2520 = -207,8.$$

Davlat fermerlardan 207,8 mln. bushel bug'doyni sotib oladi va buning uchun:

$$3 \cdot 207,8 = 623,4 \text{ mln. dollar sarflaydi.}$$

3) 1 bushel bug'doy narxi 3 dollar qilib belgilangandagi xolat:

$$2520 = 2846,2 - 178 \cdot P$$

$$178 \cdot P = 2846,2 - 2520$$

$$P = 183$$

Demak, chayqovchilik bozori vujudga keladi, bu bozorda 1 bushel bug'doy narxi 1,83 dollar.

5-masala

Biror A tovarning talab va taklif funksiyasi quyidagicha: $Q_d = 600 -$

$$100P$$

$$Q_s = 150 + 50P$$

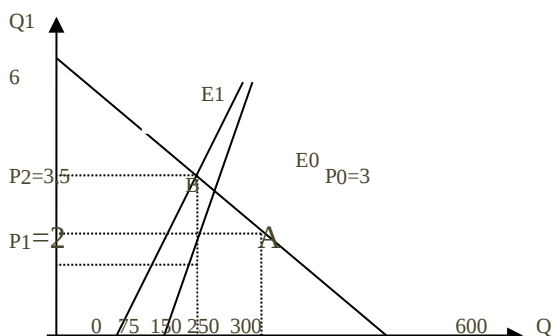
a) A tovar bozordagi muvozanat holat

b) davlat A tovarning har bir donasi uchun 1.5 so'm soliq belgiladi. Ushbu tovar uchun sotuvchi va xaridor qanchadan yo'qotishlari aniqlansin.

Yechish:

$$600 - 100P = 150 + 50P$$

$50P + 100P = 600 - 150$
 $150P = 450; P = 3$
 $P_e = 3; Q_d = 600 - 100 \cdot 3 = 600 - 300 = 300$
 $Q_e = 300; Q_s = 150 + 50 \cdot 3 = 150 + 150 = 300$
 Talab va taklif chizig'ini grafikda ifodalaymiz.



Soliqlar har bir sotilgan tovarga qo'shilgani uchun taklif funktsiyasi quyidagicha o'zgaradi:

$$Q_s = 150 + 50 \cdot (P - 1.5) = 150 + 50 \cdot P - 75 = 75 + 50P$$

Yangi muvozanat nuqtani aniqlaymiz.

$$75 + 50P = 600 - 100P$$

$$50P + 100P = 600 - 75$$

$$P_e = 3.5; Q_e = 250; Q_d = 600 - 100 \cdot 3.5 = 250 \text{ dona}$$

Ishlab chiqarish talab hajmiga teng miqdorda iste'mol qildi deb faraz qilinadi. Ishchilar to'laydigan jami soliq miqdori:

$$250 \cdot 1.5 = 375$$

$$TR_0 = 3 \cdot 300 = 900; TR_1 = 3.5 \cdot 250 - 375 = 500$$

Iste'molchilar yo'qotishi R_0 , V , E , R_1 to'rtburchak yuziga teng. $S R_0$,

$$V, E, R_1 = 250(P_0 - P_1) = 250 \cdot (3 - 3.5) = 250 \cdot (-0.5) = -125$$

Ishlab chiqaruvchining yo'qotishi:

$$SP_{2ABD_0} = 250 \cdot (P_2 - P_1) = 250 \cdot (2 - 3) = -250$$

6-masala

Erga talab quyidagi funktsiya orqali berilgan

$$Q = 200 \cdot 4R$$

Q -foydalangan er

R -renta % (1ga 1000 so'm)

Agar er hajmi 100 ga bo'lsa muvozanat er qancha bo'ladi. Bank %stavkasi 1,25% bo'lsa, 1ga erning narxi necha so'm bo'ladi?

Agar davlat maksimal rentasi 1ga uchun 20000so'm qilib belgilasa, ushbu siyosat natijasida er egasini sof iqtisodiy rentasi qanday o'zgaradi?

Yechish:

Muvozanat renta darajasini muvozanatlik tenglamasidan aniqlaymiz $100 = 200 - 4R$

Bunda $R = 25000$ so'm bo'ladi

Er narxini ma'lum formulalar orqali hisoblaymiz

$$P_{ep} = \text{Renta} / \% \text{stavkasi} = 25000 / 1,25 = 2000000 \text{ er rentasi}$$

Agar davlat er rentasini 20000 so'm qilib belgilasa, erga talab $Q_d = 200 - 4 \cdot 20 = 120$ ga bo'ladi.

Demak erga talab taklifdan oshib ketadi. Er

egasini sof iqtisodiy rentasi:

$$1000 \cdot 25 = 25000 \text{ so'mdan } 1000 \cdot 20 = 20000 \text{ so'mga kamayadi.}$$

7-masala

Nonga bo'lgan 2 omilli talab funktsiyasi berilgan $Q_d = 80 - 20 \cdot P + 2 \cdot x$

Bu funktsiyasi orqali berilgan non narxi va iste'molchi daromadiga nonga talab qancha ekanligini anqlash mumkin. Agar non narxi 20 so'm, daromad 50 so'm bo'lsa, nonga talab

$$Q_d = 80 - 20 \cdot 20 + 2 \cdot 250$$

Agar iste'molchi daromadi o'zgarmas bo'lib 250 so'mga teng bo'lsa, u holda 1 omilli nonga talab funktsiyasini olamiz

$$Q_d = 580 - 20 \cdot P$$

Yoki non narxi 20 so'm o'zgarmas bo'lsa, biz daromadga bog'liq nonga talab funktsiyasini olamiz.

$$Q_d = 300 - 2 \cdot R$$

8 – masala

Oddiy nazariy holatni tahlil qiling. Aytaylik talab va taklif funktsiyali quyidagicha $Q_d = 100 - P$ va $Q_s = 2P - 50$ ming dona bo'lsin. Sotishga 10%li soliq joriy qilish nimaga olib keladi?

Echish:

$$\begin{array}{lll} Q_d = 100 - P & 100 - P = 2P - 50 & Q_d = 100 - 50 = 50 \quad Q_s = \\ 2P - 50 & 150 = 3P & Q_s = 2 \cdot 50 - 50 = 50 \quad P = 50 \\ P_m = 50 & & Q_m = 50 \end{array}$$

$$\left(1 - \frac{10}{100}\right) \cdot P \quad - \text{narxga soliq \%ni qo'shish formulasi}$$

$$Y_a'ni \left(1 - \frac{10}{100}\right) \cdot P \text{ davlatga ketadi.}$$

$$2 \cdot \left(1 - \frac{10}{100}\right) \cdot P - 50 = 100 - P$$

$$2 \cdot 0.9 \cdot P - 50 = 100 - P$$

$$1.8P + P = 100 + 50 \quad 2.8P$$

$$= 150$$

$$P_1 = 53.5$$

Soliq kiritilgandan so'ng P

$$= 53.5$$

$$Q_1 = 46.5$$

$$Q_d = 100 - 53.5 = 46.5$$

9 – masala

Mayonez bo'lgan talab $R = -8Q + 560$ funktsiya ko'rinishida berilgan. Q – talab, miqdor (dona) R – narx (so'mda).

- Agar mayonez narxi 1200 so'm bo'lsa, unga bo'lgan talab miqdori necha bankani tashkil etadi?

- Agar bayram munosabati bilan mayonezning narxi 1200 so'mdan 1000 so'mga tushsa, unga bo'lgan talab miqdori oshadimi yoki kamayadi? Necha so'mda?

- Talab chizig'ini chizing.

Echish:

$$P = -8Q + 560$$

$$8Q = 560 - P$$

$$Q = \frac{560 - P}{8}$$

$$Q_1 = \frac{560 - 1200}{8} = 80$$

$$Q_2 = \frac{560 - 1000}{8} = -55$$

P

$$P_1 = 1200 \text{ сўм}$$

$$Q_1 = X$$

$$P_2 = 1000 \text{ сўм}$$

$$Q_2 = X + 25$$

$$80 - 55 = 25$$

$$25 \text{ та талаб}$$

80

55

Q

10-masala

II – tur iqtisodiy bilim asoslari fanidan olimpiyadadagi masalalar 10 – sinf.

Bozorda bir tovarga bo'lgan talab 3 – mahalla tomonidan shakllanadi.

1- mahallaning talab funktsiyasi: $P = 10 - 0,5 Q$

2- mahallaning talab funktsiyasi: $P = 9 - 0,5 Q$

3- mahallaning talab funktsiyasi: $P = 5 - 0,25 Q$

ko'rinishida berilgan. Bu tovarning taklif funktsiyasi esa $Q_s = 21 \cdot P$ formula bilan berilgan.

Bu erda Q – miqdor (donada) P – narx (so'mda). Agar har bir dona tovar uchun 1 – so'm miqdorida soliq joriy qilinsa, tovarning muvozanat narxi va muvozanat miqdori qanday o'zgaradi.

Echish: $Q_s = 21 \cdot P$

$$1. P = 10 - 0,5Q$$

$$P = 10 - \frac{1}{2}Q$$

$$2 \cdot 10 - 2 \cdot P \quad 1) Q = 20 - 2P$$

$$2. P = 9 - 0,5Q$$

$$P = 9 - \frac{1}{2}Q$$

$$2 \cdot 9 - 2 \cdot P \quad 2) Q = 18 - 2P$$

$$3. P = 5 - 0,25 Q$$

$$P = 5 - \frac{1}{4}Q$$

$$4 \cdot 5 - 4 \cdot P \quad 3) Q = 20 - 4P$$

Muvozanat narx. $Q_d = Q_s$

$$1) 20 - 2P = 21 \cdot P$$

$$2) 18 - 2 \cdot P = 21 \cdot P$$

$$3) 20 - 4P = 21 \cdot P$$

$$P = 20$$

$$21 P + 2 P = 18$$

$$25 P = 20$$

$$P = \frac{20}{23}$$

$$P = \frac{18}{23}$$

$$P = \frac{20}{25}$$

Muvozanat miqdor.

$$1) Q_s = 21 \cdot \frac{20}{23} = \frac{420}{23} = 18,26 \quad 2) Q_s = 21 \cdot \frac{18}{23} = \frac{378}{23} = 16,43$$

$$3) Q_s = 21 \cdot \frac{20}{25} = \frac{420}{25} = 16,8$$

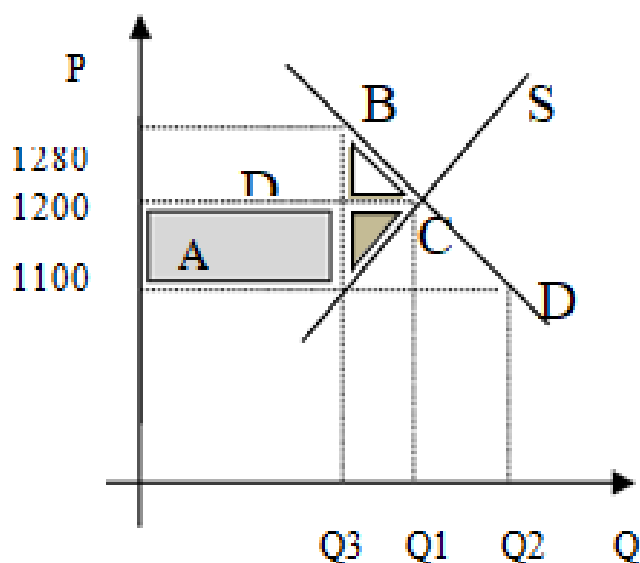
Amaliy mashg'ulot-4.

Mavzu: Bozor muvozanati maksimal va minimal narxlar.

1-masala

Tovar 1200 so'm bo'lganda xaridorlar kerakli tovarni sota oladilar.

Narx 1100 so'mga tushganda kerakli tovar etmay qoldi. Narx qaytadan 1250 so'mga qaytganda tovarning bir qismi sotilmay qoldi. Qaysi narx muvozanat bo'lishini aniqlang.



Deylik, R1-muvozanat narx, Q1-muvozanat miqdor. Narxning R1dan R2ga kamayishi talabdorni Q1dan Q2ga oshirdi. Bunda:

A – iste'mol ortiqchaligi;

V – taklif kamayganligi uchun iste'mol ortiqchaligining qisqarishi;

S – iste'mol ortiqchaligining kamayishi; R1dan R3ga oshganda Q1 Q3ga kamayganda D soha ishlab chiqaruvchilarining qo'shimcha ortiqchaligi. V va S o'z holicha qoladi.

Agar bir muvozanat narxni aniqlashda grafikani formulasidan foydalanadigan bo'lsak, u holda javob:

$$A_0 = [x_1 + x_2 + \dots + x_n] / n; A_0 = (1200 + 1100 + 1250) / 3 = 1183 /$$

2-masala

Agar viloyat hududida 2ta bozor mavjud bo'lib, har ikkisini maydoni 5ga. 1 bozorda

Savdo o'rni 1000

500ta 10 dona 12000

300ta 5 dona 30000

100ta 20 dona 5000

Savdo qilinadi

Yechis

h: 1

bozor

1) $500 \cdot 10 = 5000$ ta $5000 \cdot 12000 = 60000000$

2) $300 \cdot 5 = 1500$ ta $1500 \cdot 30000 = 45000000$

3) $100 \cdot 20 = 2000$ ta $2000 \cdot 5000 = 10000000$

4) $100 \cdot 50000 = 5000000$

Jami:

120000000 2

bozor

1) $400 \cdot 15 = 6000$ $6000 \cdot 11000 = 66000000$

2) $300 \cdot 10 = 3000$ $3000 \cdot 20000 = 60000000$

3) $100 \cdot 20 = 4000$ $4000 \cdot 2000 = 8000000$

$$4)100 \cdot 55000 = 5500000$$

Jami: 139500000

3-masala

Erkin toshkent madaniyat institutida talaba. Kundalik mayda chuyda xarajatlari uchun kollejdagi ma'rifiy tadbirlarni uyushtirishda tashkilotchi bo'lib ishlaydi. Bajaradigan ishi badiiy film namoyish etishni tashkil etish. Asosiy ishlaridan biri kinofilm ko'rish uchun biletki narx belgilash. Kinofilmlar zalida 700 o'rin, film prokati uchun to'lanadigan haq 180ming so'm jami ijaraga olish haqi 250ming so'm. Operatorlarga 15ming so'm, biletki tekshiruvchilarga 15ming so'm.

Biletki narxiga ko'ra quyidagicha

P1=700 P2=600 P3=500 P4=400 P5=300
Q1=300 Q2=400 Q3=500 Q4=600 Q5=600

TC, TR, π va me'yoriy tushumni aniqlang. Ulardan qanday xulosa chiqazish mumkin.

P	Q	TR=P*Q	TC	Talab elastigligi	$\pi=TR-TC$
700	300	250000	225000	-	-15000
600	400	240000	225000	1,14	15000
500	500	250000	225000	1,19	25000
400	600	240000	225000	1,14	15000
300	700	210000	225000	1	-15000

P=500 so'm bo'lishi kerak, chunki maksimal foyda shu narxdan yuqori.

4-masala

Firma 1-yilda 8 000 dona ko'ylak, 2-yilda 10 000 dona ko'ylak tikkan. Ishlab chiqarishga sarf-xarajat 1-yilda 2 mln so'm, 2-yilda 1.8 mln so'mni tashkil qildi. Agar narx doimiy qolgan bo'lsa, bir dona ko'ylakdan olinadigan foyda qanchaga oshgan?

Berilishi:

Q1 - 8 000

10 000

TC1 - 2 mln

TC2 - 1,8 mln

O'rtacha xarajat yoki tannarxni topish Q2 -
formulasi: $ATC=TC/Q$

Ortgan foyda: $A\pi = ATC1-ATC2$

Yechish:

$$ATC1=2 \text{ mln} \div 8 \text{ 000}=250 \text{ so'm}$$

$$ATC2=1.8 \text{ mln} \div 10 \text{ 000}=180 \text{ so'm}$$

$$A\pi = 250-180=70 \text{ so'm}$$

Demak, 2-yil foyda 70 so'mga ortgan.

5-masala

Quyida talab funktsiyasi berilgan bo'lsin:

$$Q_d(t)=41-10P(t); Q_s(t)=2+3 \cdot P(t-1) - \text{taklif funktsiyasi.}$$

t=2 uchun boshlang'ich narx R(1)=5 bo'lsin va bu narxda taklif miqdorini aniqlaymiz.

$$Q_s(2)=2+3 \cdot 5=17$$

Muvozanatlilik shartiga ko'ra, R(2)ni aniqlaymiz. $Q_d(2)=$

$Q_s(2)$ dan

$$41-10 \cdot R(2)=17; R(2)=24/10=2.4$$

Endi t=3 hol uchun taklif miqdorini aniqlaymiz.

$$Q_s(3)=2+3 \cdot R(2)=2+3 \cdot 2.4=9.2$$

Muvozanatlilik shartiga ko'ra, R(3)ni aniqlaymiz. $Q_d(2)=$

$$Q_s(2) \text{ yoki } 41-10R(3)=9.2; P(3)=3.18$$

t=4 hol uchun taklif miqdorini aniqlaymiz.

$$Q_s(4)=2+3 \cdot 3.18=11.54$$

Muvozanatlilik shartiga ko'ra, R(4)ni aniqlaymiz. $41-$

$$10 \cdot R(4)=11.54; P(4)=2.946$$

Keyingi hisob-kitoblarda $R(5)=3.0162$

va $R(6)=2.9954$ $R(6)-R(5)=0.0208$

Agar aniqlik darajasi 0.1 deb olsak, $0.0208 < 0.1$ bo'lgani uchun muvozanat narx sifatida biz 0.1 aniqlik bilan $R(6)=2.9954$ ni qabul qilishimiz mumkin.

Muvozanat narxni to'g'ridan-to'g'ri muvozanatlik sharti bo'yicha aniqlash ham mumkin.

$R(t)=R(t-1)=b$ deb $Q_d(t)=Q_s(t)$ yoki $41-10 \cdot R=2+3 \cdot R$; $R=39/13=3$ Muvozanat

narx $R_e=3$ ga teng.

Muvozanat tovar miqdori $Q_e=Q_d=Q_s$

6-masala

Apelsinning narx bo'yicha talab va taklif elastikligi koeffitsientlari E_d va E_s berilgan.

Apelsinning bozordagi ko'rsatkichlari quyidagicha: $Q^*=7.5$ t/yil; $R^*=75$ so'm (1 kg); $E_s=1.6$; $E_d=-0.8$

1-bosqich: Berilgan $E_s=a_1 \cdot (R^*/Q^*)$ tenglamaga qo'yib, a_1 ni topamiz.

$1.6=a \cdot 75/7500=0.01 \cdot a$, bunda $a=1.6/0.01=160$

2-bosqich: a ning qanday qiymati R^* va Q^* larning qiymati bilan birga $Q_s=a_0+a \cdot P$ tenglamaga qo'yib, a_0 ni aniqlaymiz.

$7500=a_0+160 \cdot 75=a_0+12000$ bundan

$a_0=7500-12000=-4500$ aniqlangan a_0 va a_1 larning qiymatini taklif tenglamasiga qo'yib, taklifning aniq tenglamasini topamiz.

Taklif: $Q_s=-4500+160 \cdot R$

Xuddi shu yo'l bilan talab tenglamasini aniqlaymiz. $-0.8=-$

$b \cdot (75/7500)=-0.01 \cdot b_1$

Demak, $b_1=0.8/0.01=80$. b_1 , R^* va Q^* larning qiymatlarini $Q_d=b_0-b \cdot P$ tenglamaga qo'yamiz va b_0 ni aniqlaymiz. $7500=b_0-80 \cdot 75=b_0-6000$ bundan $b_0=7500+6000=13500$

Shunday qilib, talab chizig'i quyidagicha:

$Q_d=13500-80 \cdot R$

Xatoga yo'l qo'ymaganligimizni tekshirish uchun talab bilan taklifni tenglashtirib, muvozanat narxni aniqlaymiz.

$Q_s=Q_d$; $-4500+160 \cdot R=13500-80 \cdot R$

$240 \cdot R=18000$; $R=18000/240=75$

Demak, tenglama to'g'ri aniqlangan. Chunki 75 so'm muvozanat narx.

7 - masala

Tovarga bo'lgan talab va taklif funksiyalari quyidagicha berilgan: $Q_d=400-P$ va $Q_s=2P-260$. Bu erda Q – g dona P – narx (so'mda). Agar har bir sotuv narxining 12,5% miqdorida soliq belgilansa.

a) Bu tovar bozordagi muvozanat narx va miqdor qanday o'zgaradi? b) Bu tovar sotuvchilarning daromadi qanday o'zgaradi?

Yechish:

$Q_d=400-P$

solliq kiritilgandan keyin

$Q_s=2P-260$

$(1-\frac{\%}{100}) \cdot P$

$$\begin{aligned}
400 - P &= 2P + 260 & 400 - P &= 2 \cdot \left(1 - \frac{12,5}{100}\right) \cdot P - 260 \\
3P &= 660 & 400 + 260 &= P + 1,75P \\
P_0 &= 220 & 660 &= 2,75P \\
Q_d &= 2 \cdot 220 - 260 = 180 & P_1 &= 240 \\
Q_s &= 400 - 220 = 180 & & \\
TR &= Q \cdot P & \text{Daromad o'zgarishi} & Q_1 = 400 - 240 = 160 \quad TR_0 \\
&= 220 \cdot 180 = 39600 & & \\
39600 - 38400 &= 1200 & \text{so'mga daromad kamaygan.} & TR_1 \\
&= 240 \cdot 160 = 38400 & &
\end{aligned}$$

8 – masala

Tavorga bo'lgan talb va taklif funktsiyali quyidagicha berilgan $Q_d = 110 - P$, $Q_s = 2P - 50$ Q – ming dona P – tovar narxi AQSh dollarida. Agar har bir tovar uchun uning narxning 20% miqdorida soliq belgilansa.

A) Bu tovar bozoridagi muvozanat narx va miqdor qanday o'zgaradi? B) Bu tovar sotuvchilarning daromadli qanday o'zgaradi?

B) **Yechilishi:**

$$\begin{aligned}
110 - P &= 2P - 50 & 2P + P &= 110 + 50 & 3P &= 160 \\
P &= 53,3 & & & & \\
Q_d &= 110 - 53,3 = 56,7 & & & & \\
\text{Demak: } P &= 53,3, Q_0 &= 56,7, TR_0 &= P \cdot Q_0 = 3022,11 \\
&\frac{\%}{20} & (1 - \frac{20}{100}) \cdot P &- \text{narxga soliq qo'shish formulasi.} \\
& & 2 \cdot (1 - \frac{20}{100}) \cdot P & \\
& & = 50 = 110 - P & \\
& & 2 \cdot 0,8P - 50 & \\
& & = 110 - P & \\
1,6P + P &= 110 + 50 & & \\
2,6P &= 160 & &
\end{aligned}$$

$$P = 61,5$$

$$Q = 110 - 61,5 = 48,5$$

$$TR = Q \cdot P = 61,5 \cdot 48,5 = 2982$$

$$\nabla TR = 2982 - 3022 = -39,25 \text{га камаЙган}$$

Demak, soliq kiritilgandan keyingi holat $P_1 = 61,5$. $Q_1 = 48,5$.

10 – masala

O'quvchilar sumkasiga talab chizig'i $Q_d = 600 - 0,2P$ va taklif chizig'i $Q_s = 300 + 0,4P$ tenglamalar bilan yoziladi, bu erda R – so'mkaning so'mlardagi narxi. Muvozanat narxi va sonini toping. Agar sotuvchi so'mka tannarxi 350 so'm bo'lganda talabni monopollashtirib olgan bo'lsa, muvozanat holat qanday bo'ladi.

Berilishi:

$Q_d = 600 - 0,2P$ monopol narx – 350so'm. $Q_s = 300 - 0,4P$ muvozanat miqdor - ? **Yechish:**

$$600 - 0,2R = 300 + 0,4R$$

$$0,6 = 300$$

$$R = 500 \text{ so'm}$$

$$Q_d = 600 - 0,2 \cdot 500 = 600 - 100 = 500$$

$$Q_s = 300 + 0,4 \cdot 500 = 300 + 200 = 500$$

Muvozanat narx – 500 so'm

Muvozanat miqdor – 500 dona

Bozor monopollashtirib olingan holda foyda ko'paytirishda faqat talab chizig'i hisobga olinadi xolos. U holda Rni talab funktsiyasi tenglamasidan ifodalab olsak quyidagini olamiz.

$$\text{Ya'ni: } 600 - 0,2P = Q = Q = 600 - \frac{1}{5}P \Rightarrow P = 3000 - 5Q$$

$$Q(P - 350) = Q(3000 - 5Q - 350) = Q(2650 - 5Q) =$$

$$\text{Foyda max} = 2650Q - 5Q^2 = -5(Q^2 - 530Q) = -5(Q^2 - 2 \cdot 265Q + 265^2 - 265^2)$$

$$= -5((Q - 265)^2 - 265^2) = -5(Q - 265)^2 + 265^2 \cdot 5.$$

$$Q = 2650Q - 5Q^2 \Rightarrow 2650 - 10Q \Rightarrow Q = 265$$

II- usul.

$$Q = 265$$

$$P = 3000 - 5 \cdot 265 = 3000 - 1325 = 1675$$

= 0

$$P = 1675$$

$$Q = 265$$

Demak $F \text{ max} = 265 \cdot (1675 - 350) = 351125 \text{ so'm}$.

Masalada quyidagi qisqa ko'paytirish formulalaridan foydalaniladi. $(a-v)^2 = a^2 -$

$$2av + v^2$$

$$10 + 5 = 5 \cdot (2 + x)$$

11 – masala

Tovarning talab va taklif funktsiyalari berilgan $Q_d = 100 - 5P$ va $Q_s = 20P - 200$. Tovarning muvozanat narxi va miqdorini toping.

Yechish:

$$Q_d = 100 - 5P \quad 100 - 5P = 20P - 200$$

$$Q_s = 20P - 200$$

$$5P + 20P = 200 + 100$$

$$25P = 300$$

$$P = 12$$

$$Q_d = 100 - 5 \cdot 12 = 100 - 60 = 40$$

$$Q_s = 20 \cdot 12 - 200 = 240 - 200 = 40$$

12 – masala

Tovarning talab va taklif funktsiyalari $Q_d = 360 - 10P$ va $Q_s = 100 + 3P$ berilgan. Tovarning muvozanat narx va miqdorini toping.

Yechish:

$$Q_d = 360 - 10P$$

$$360 - 10P = 100 + 3P$$

$$\begin{aligned}
 Q_s &= 100 - 3P & 10P + 3P &= 360 - 100 \\
 & & 13P &= 260 & P &= 20 \\
 Q_d &= 360 - 10 \cdot 20 = 360 - 200 = 160 \\
 Q_s &= 100 + 3 \cdot 20 = 100 + 60 = 160
 \end{aligned}$$

13- masala

Talab chizig'i $Q_d = 3600 - 400P$ taklif chizig'i, $Q_s = 1975 + 250P$ ko'rinishida berilgan bo'lsa.

A) Talab va taklif grafigini quring. Muvozanat miqdor va narxni aniqlang.

B) Agar berilgan tovarga 2 ga teng qat'iy narx belgilangan bo'lsa, undan so'ng hosil bo'lgan holatini aniqlang.

Berilishi:

$$Q_d = 3600 - 400P$$

$$Q_s = 1975 + 250P$$

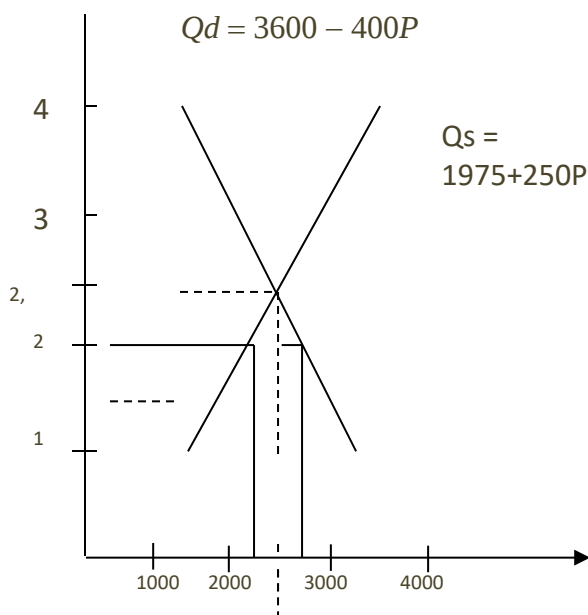
A) Taklif va talab grafigini yasang, muvozanat miqdor va narxni aniqlang. B) Agar tovar narxi 2 bo'lsa, undan so'ng hosil bo'lgan holatni aniqlang. **Yechish:** $Q_d =$
 Q_s

$$Q_d = 3600 - 400P = 1975 + 250P$$

$$650P = 1625$$

$$P = 2,5 \text{ muvozanat narx}$$

$$Q = 3600 - 400 \cdot 2,5 = 3600 - 1000 = 2600 \text{ muvozanat miqdor}$$



$$Q_d = 3600 - 400P$$

$$Q_s = 1975 + 250P$$

		Qs	P
Qd		2225	1
		2475	2
		2725	3
	P		
3200	1		
2800	2		
2400	3		

$$\begin{aligned}
 \text{B) } P = 2 \quad Q_d &= 3600 - 400 \cdot 2 = 2800 \quad Q_s \\
 &= 1975 + 250 \cdot 2 = 2475
 \end{aligned}$$

Demak talab $2800 - 2600 = 200$ donaga oshdi, taklif $2475 - 2600 = -125$ ya'ni 125 donaga kamaydi.

14-masala

Tovarga bo'lgan talab formulasi $Q_d = 700 - P$ ko'rinishida bo'lib, taklif funktsiyasi $Q_s = 2P - 200$ bu erda R-tovar narxi so'mlarda Q - miqdor (ming dona).

A) Muvozanat narx va muvozanat miqdorni

B) Davlat tomonidan 200 so'm belgilangan narx o'rnatilgandan so'ng taklif xajmi, sotuv miqdori va diftitsit miqdorni aniqlang.

D) Har bir sotilgan tovar birligiga 150 so'mdan soliq berilsa, Yangi muvozanat kattalikni aniqlang.

V) 1- bir birlikka 150 so'm datatsiyadan keyin.

Yechish:

A) muvozanat narx qoidaga asosan talab va taklif funksiyalari tenglashtirishdan iborat.

$$Q_d = Q_s$$

$$700 - P = 2P - 200 \quad 3P$$

$$= 900$$

$$P = 300 \longrightarrow \text{muvozanat narx. } Q_d$$

$$= 700 - P = 700 - 300 = 400 \quad Q_s = 2 \cdot P$$

$$- 200 = 2 \cdot 300 - 200 = 400$$

Demak: 400 ming dona muvozanat miqdor B) $P =$

200 so'm bo'lganda

$Q_s = 2 \cdot 200 - 200 = 200$ taklif xajmi 200 ming dona.

Talab miqdori: $Q_d = 700 - 200 = 500$ ming dona diftitsit miqdor: $500000 -$

$200000 = 300000$ dona

$$D) 700 - P = 2(P - 150) - 200 \quad 700$$

$$- P = 2P - 300 - 200$$

$$700 + 500 = 3P \quad P = \frac{1200}{3} \Rightarrow \quad P = 400$$

$$Q_d = 700 - 400 = 300$$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

$$B) 700 - P = 2(P + 150) - 200 \quad 700 -$$

$$P = 2P + 300 - 200$$

$$700 - 100 = 3P \quad P = \frac{600}{3} \Rightarrow \quad P = 200$$

$$Q_d = 500$$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

Amaliy mashg'ulot-5.

Mavzu: Talab va taklif elasikligi

1-masala

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

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

$$E < 0.6$$

Javob: elastiklik emas.

2-masala

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

Berilishi:

Narx – 10% ga pasaydi Foyda –

5.5% ga pasaydi Talabning

egiluvchanligi - ? $E_d = \Delta Q / Q \div \Delta P / P$

$S = 1 - 10\% / 100\%$ foizni kamayganda songa aylantirish formulasi 1-

$$10\% / 100\% = 1 - 0.1 = 0.9 \text{ narx } 0.1 \text{ ga o'zgarib } 0.9 \text{ bo'lib qoldi.}$$

$1 - 5.5\% / 100\% = 1 - 0.055 = 0.945$ foyda 0.055 ga o'zgarib, 0.945 ni tashkil etdi. Foyda dinamikasi $0.9 * (Q + \Delta Q) = 0.945 * P * Q$

$$0.9 * P * (Q + \Delta Q) = 0.945 * P * Q$$

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

$$Q + \Delta Q = 1.05 * Q \div Q$$

natijani Q ga bo'lib yuboramiz.

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

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

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

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

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

3-masala

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

Berilishi:

Narx – 10% ga ortgan Foyda –

8%ga pasaygan Talab

egiluvchanligi - ?

$$S = 1 - 10\% / 100\% = 1 - 0.1 = 0.9 \text{ narx } S = 1 -$$

$$8\% / 100\% = 1 + 0.08 = 1.08 \text{ foyda}$$

Foyda dinamikasi: $(P - \Delta P) * (Q + \Delta Q) = 1.08 * P * Q$ Tenglamadan sotish hajmining o'sishi ΔQ ni topish mumkin.

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

$$Q + \Delta Q = 1.2Q$$

$$1.2Q$$

$$\Delta Q = 0.2Q$$

$$\Delta Q / Q = 0.2$$

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

$$0.9Q + 0.9\Delta Q = 1.08Q \div Q \Delta Q = Q -$$

$$0.9 + 0.9\Delta Q / Q = 1.08$$

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

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

Javob: 2

4-masala

Ko'ylak bozori chaqqon bo'lib, uning narxi 10 000 so'm edi. Narx oshib 12 000 so'mga etdi. Shunga yarasha ko'ylakka talab 100 donadan 60 donaga tushdi. Ya'ni 40 donaga qisqardi. Talab elastikligini toping.

Yechish:

Oldin talabning jami xajmi 1 mln.so'm bo'lsa ($100 \cdot 10\,000 = 1\,000\,000$), so'ngra 720 ming so'mga ($12\,000 \cdot 60 = 720\,000$) tushdi. Bu raqamlarni protsentga aylantirsak:

$$1\,000\,000 - 720\,000 = 280\,000$$

$$100\,000 \quad \longleftrightarrow 100\%$$

$$280\,000 \quad \longleftrightarrow x$$

$$X = 280\,000 \cdot 100\% / 1\,000\,000 = 28\%$$

$$10\,000 = 2\,000$$

$$10\,000 \quad \longleftrightarrow 100\%$$

$$2\,000 \quad \longleftrightarrow x$$

$$X = 2\,000 \cdot 100\% / 10\,000 = 20\%$$

Qancha oshganligini bilish uchun $120\% - 100\% = 20\%$

$$E_d = \Delta Q / \Delta P; E_d = 28\% / 20\% = 1.4; E > 1; \text{Javob: elastiklik koeffitsenti } 1.4.$$

5-masala

Bahoning 20%ga oshishi hisobiga talab qilinadigan mahsulot miqdori 15% ga kamaysa, talabning baholi egiluvchanlik koeffitsenti qanday miqdorni tashkil qiladi?

Berilishi:

Baho – 20% oshdi Miqdor -

15% kamaydi E_d - ?

$$E_d = Q\% / P\% = 15\% / 20\% = 0.75$$

6-masala

Bahoning 25%ga oshirilishi hisobiga bozorga chiqariladigan tovar miqdori 15%ga ko'paysa, taklifning baholi egiluvchanlik koeffitsenti qanday miqdorni tashkil qiladi?

Yechish: R –

25% Q –

15% E_s - ?

$$E_s = \Delta Q\% / \Delta R\% = 15\% / 25\% = 0.6$$

7-masala

1 kg apelsin narxi 900 so'm bo'lganda 4 000 kg apelsin sotilgan. Uning narxi 1000 so'm bo'lganda apelsinga talab qisqarib 2000 kg sotilgan.

Berilishi:

$R_1 = 900$ so'm; $R_2 = 1000$ so'm – talab miqdori

$Q_1 = 4000$ kg va $Q_2 = 2000$ kg; talab elastikligini hisoblaymiz.

$$E_d = (2000 - 4000) / 4000 \div (1000 - 900) / 900 = -0.5 \div 0.11 = -4.5$$

Ya'ni 1 kg apelsin narxi 1% ga oshsa, unga bo'lgan talab 4.5% ga kamayadi. Endi masalani boshqacha qo'yamiz. 1 kg apelsin narxi 1000 so'm bo'lganda unga talab 2000 kg bo'lgan va uning narxi 900 so'mga tushganda talab ortib 4000 kg ga etdi. Elastiklik koeffitsentini aniqlaymiz.

$$E_d = (2000 - 4000) / 2000 \div (1000 - 900) / 1000 = 1 / (-0.1) = -10$$

Ko'rinib turibdiki, bir xil miqdor va narxlardagi talab elastikligi turli qiymatlarda bo'lyapti. Bu o'ng'ayliklarni yo'qotish maqsadida “yoysimon elastiklik” formulasidan foydalanamiz.

Yoysimon elastiklik formulasi:

$$E_d = ((Q_2 - Q_1) / (Q_1 + Q_2)) / 2 \div ((P_2 - P_1) / (P_1 + P_2)) / 2$$

Birinchi hol.

$$((2000-4000)/(4000+2000))/2 \div ((1000-900)/(900+1000))/2 = -2000/6000/2 \div 100/1900/2 = 19/3 = -6.33$$

Ikkinchi hol.

$$E_d = ((4000-2000)/(2000+4000))/2 \div ((900-1000)/(1000+900))/2 = 2000/6000/2 \div -100/1900/2 = 38/-16 = -6.33$$

8-masala

Elastiklik $E_d=5$ va chekli xarajat $MS=30$ bo'lganda mahsulot narxini toping. **Yechish:**

Narxni topish uchun monopol narx belgilash "bosh barmoq" qoidasi nomibilaran yuritiladigan formuladan foydalanamiz. (esdan chiqarmaslik uchun $E < 0$) Demak, ifodaning o'ng tomoni doim musbat bo'ladi. Uni quyidagicha keltirib chiqaramiz:

$$(R-MS)/R = -1/(E^d_p) \rightarrow P/P-MC/P = -1/(E^d_p);$$

$$1-(MC/P) = -1/(E^d_p) - (MC/P) = -1-1/(E^d_p) \div MC/P = 1+1/(E^d_p)$$

$$P = MC/(1+(E^d_p)) \quad - \quad \text{bu} \quad \text{keltirilgan} \quad \text{formulaga} \quad \text{qo'yib,}$$

$$P = MC/(1+(E^d_p)) = 30/(1+1/(-5)) = 3/4/5 = 150/4 = 37.5$$

9-masala

$$\text{Taklif: } Q = 14 + 2P_g + 0.25 R_0$$

$$\text{Talab: } Q = -5P_g + 3.75 R_0$$

Q – trill kubda hisoblangan gaz miqdori (futda) P_g – 1

trill kub gazning dollardagi narxi

R_0 – 1 barel neft narxi

Taklif va talabni tenglashtirib, $R_0=8$ dollarni o'rniga qo'ysak:

$$14 + 2P_g + 0.25 R_0 = -5P_g + 3.75 R_0$$

$$14 + 2P_g + 0.25 \cdot 8 = -5P_g + 3.75 \cdot 8$$

$$7P_g = 14$$

$$P_g = 2$$

1975-yili gazning tartibga solingan narxi 1000 kub fut uchun 1 dollar bo'lgan.

$$\text{Taklif: } Q = 14 + 2 \cdot 1 + 0.25 \cdot 8 = 18$$

$$\text{Talab: } Q = -5 \cdot 1 + 3.75 \cdot 8 = 25; \quad 25 - 18 = 7 \text{ Talab}$$

ortiqchaligi 7 trln kub fut.

10-masala

Biror A tovarga bo'lgan taklif elastikligi 0,6ga bir birlik maxsulotning narxi 8 dollar, taklif xajmi 12ming birlik bo'lsin. Taklif bilan narx o'rtasidagi bog'liqligi chiziqli bo'lsin.

1) Taklif funksiyasini aniqlang.

2) Faraz qilaylik, A tovar talab funksiyasi quyidagicha bo'lsin:

$Q_d = 30600 - 7600 \cdot P$ taklif hajmi 20%ga oshganda yangi muvozanat narx va ishlab chiqarish hajmi aniqlansin.

Yechish:

Taklif funksiyasining umumiy ko'rinishi:

$$Q_s = a_0 + a_1 \cdot P$$

Taklif funksiyasini uchun taklif elastigligi formulasidan foydalanib, quyidagicha yozamiz:

$$E^s_p = 0,6 \quad P_e = 8$$

$$\$ Q_e = 12000$$

Formuladan foydalanib quyidagini yozamiz:

$$E^s = a_1 \cdot P/Q$$

$$0,6 = a_1 \cdot 8/12000$$

$a_1 = 6/10 \cdot 8/12000 = 3600/4 = 900$
 $a_1 = 900$
 $Q_s = a_0 + a_1 \cdot P$ – bundan A_0 ni topib olamiz.
 $a_0 = Q_s - a_1 \cdot P$
 $Q_0 = 12000 - 900 \cdot 8 = 4800$
 $Q_s = 4800 + 900 \cdot P$
 3) $Q_d = 30600 - 7600 \cdot P$; $Q_s - 20\%$ oshsa
 $Q_s = 1,2 \cdot (4800 + 900 \cdot P) = 5760 + 1080 \cdot P$ $Q_s = Q_d$
 $30600 - 7600 \cdot P = 5760 + 1080 \cdot P$
 $P_1 = 2.86$ $Q_s = 5760 + 1080 \cdot 2.86 = 8848.8$
 $Q_d = 30600 - 7600 \cdot 2.86 = 8864$

11 – masala

Yoz mavsumida sut mahsulotlarining narxi 18% ga ko'tarildi.

* Sutning talab miqdori 36%ga kamaysa talab elastikligi ko'rsatkichi nechaga teng bo'ladi?

* Taklif miqdori 72%ga oshganda taklif elastikligi ko'rsatkichi nechaga teng bo'ladi?

Berilishi:

Narx – 18% ga ko'pygan Talab –

36% ga kamaygan Taklif – 72%

ko'paygan Elastiklik - ?

$$E = \frac{Q\%}{P\% \text{ Elastiklik}}$$

formulasi

Q – miqdorning %li o'zgarishi P -

narxning %li o'zgarishi **Yechish:**

$$E_d = \frac{36\%}{18\%} = 2 \quad \text{Talab elastikligi} - 2$$

$$E_s = \frac{72\%}{18\%} = 4 \quad \text{Taklif elastikligi} - 4$$

12 - masala

Oyoq kiyimga bo'lgan boshlang'ich talab va taklif formulasi chiziqli bo'lib, $Q_s = 6P - 80$ ko'rinishiga ega. Bundagi muvozanat miqdor 40 dona. Narx bo'yicha talab elastikligi koeffitsienti 0,7ga teng. Narx bo'yicha yangi nuqtadagi talab elastikligini toping.

Berilishi: $Q_s =$

$6P - 80$

Muvozanat $Q = 40$ Talab

elastikligi - 0,7ga Taklif

elastikligi - ? **Yechish:**

$Q_d = b_0 - b_1 \cdot P$ - Talabning umumiy formulasi $Q_s = a_0$

$- a_1 \cdot P$ - Talabning umumiy formulasi

$$E_d = -b_0 - \frac{P^*}{Q^*}$$

P^* muvozanat xolatdagi

talab va taklif elastikligini topish $E_s = a_1$

Q^* formulasi.

P^* - muvozanat narx

Q^* - muvozanat miqdor

$$6P - 80 = 40 = 6P = 120 \Rightarrow P = 20$$

$$P_m = 20$$

$$0.7 = -b_1 \cdot \frac{20^1}{40_2}$$

$$0.7 = -b_1 \cdot \frac{1}{2}$$

$$-1.4 = b_1 \cdot 1$$

$$b_0 = 40 - 1.4 \cdot 20 = 12$$

$$Q_d = 12 + 1.4 \cdot P$$

$$E_d = -1.4 \cdot \frac{20}{40} = -\frac{1.4}{2} = 0.7$$

$$Q_s = 6P - 80$$

$$E_s = 6 \cdot \frac{20}{40} = \frac{6}{2} = 3$$

$$E_s = 3$$

13 - masala

«A» tovarga bo'lgan boshlang'ich talab va taklif L – yasi chiziqli b/b, $Q_s = 5P - 70$ ko'rinishiga ega. Bunda muvozanat miqdor 30 dona narx bo'yicha talab elastiklik koeffitsenti 0,6 ga teng. Narx bo'yicha (talab) yangi nuqtadagi taklif elastiklik koeffitsenti aniqlang.

Berilishi: E_s

$$= 0,6 \quad Q_e =$$

$$30$$

$$Q_s = 5P - 70 = -70 + 5P \quad a_0 +$$

$$a_1 \cdot P$$

$$E_s = ?$$

$$\text{Tekshirish: } Q_d = b_0 - b_1 \cdot P$$

$$E_d = -b_p \cdot \frac{P}{Q}$$

Masalani $P = 20$ bo'lgandagi xolatni tekshiramiz.

$$0,6 = -b_r \cdot \frac{20}{30} \Rightarrow b_r = -\frac{6}{10} \cdot \frac{30}{20} = \frac{18}{20} = 0,9.$$

$$b_0 = Q + b_1 \cdot P \Rightarrow b_0 = 30 + 0,9 \cdot 20 \Rightarrow 48 \quad Q_d$$

$$= 48 - 0,9P$$

$$Q_s = 5P - 70$$

$$5P - 70 = 48 - 0,9P \Rightarrow 5,9P = 118 \Rightarrow P = 20$$

$$Q = 5 \cdot 20 - 70 = 30$$

$$P = 20$$

$$Q = 30 \text{ l.}$$

$$Q_s = a_0 + a_1 \cdot P$$

$$2 \cdot E_s = a_1 \cdot \left(\frac{P}{Q} \right)$$

$$a_1 = 5$$

$$a_2 = -70 \quad Q_e$$

$$= 30$$

$$30 = 5P - 70 \Rightarrow 5P \Rightarrow 100$$

$$P = 20$$

$$E_s = 5 \cdot \frac{20}{30} = \frac{100}{30} = 3,33 \text{ Demak masala to'g'ri ishlangan.}$$

14 -masala

Tovar 520 so'm turganda 10000 dona tovar sotilgan. Tovar narxi 550 so'mga etganda 9000 dona. Tovar sotildi. Shunga qarab talab elastikligini aniqlash.

Berilishi:

1- narx - 520 so'm
sotildi – 10000 dona narx
– 550 so'm sotildi – 9000
dona

$$E_k = \frac{Q\%}{P\%}$$

Q% -miqdorning foizli o'zgarishi P% -
narxning foizli o'zgarishi Talab
elastiligini toping. Yechilishi:

$$550 - 520 = 30 \qquad 10000 - 9000 = 1000 \quad 520 -$$

$$100\% \qquad 10000 - 100\%$$

$$30 - x\% \qquad 1000 - x\%$$

$$= 5\% \qquad x = 10\%$$

$$E = \frac{Q}{P} = \frac{10\%}{5\%} = 2 \times$$

Elastiklik = 2

Amaliy mashg'ulot-6.

Mavzu: Iste'molchi tanlovi nazariyasi.

1-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: mahsulotlar tan narxi – 500 so'm; ulgurji savdo xarajatlari – 100 so'm;

Chakana savdo xarajatlari – 150 so'm. Taqsimlash kanallari har birlarining foydasi tovar tannarxining 20%igacha teng. Xaridor tovarni qanday tannarxda sotib oladi?

Yechish: $500 \cdot 20\% = 100$

so'm

Ishlab chiqarish firmasi $500 + 100 = 600$

Ulgurji savdo firmasi $600 + 100 + (500 \cdot 20\%) = 800$

Chakana savdo firmasi $800 + 150 + (500 \cdot 20\%) = 950 + 100 = 1050$ so'm.

2-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: tovar tannarxi – 1 000 so'm, ulgurji savdo xarajatlari – 100 so'm, chakana savdo xarajatlari – 200 so'm. Taqsimlash kanalining har bir qatnashchisi foydasi tovar tannarxi 15% ga teng. Xaridor tovarni qanday narxda sotib oladi?

Yechish:

$1\,000 \cdot 15\% = 150$ so'm

Ishlab chiqarish firmasi $1000 + 150 = 1150$

Ulgurji savdo firmasi $1150 + 100 + (1000 \cdot 0,15) = 1250 + 150 = 1400$ Chakana

savdo firmasi $1400 + 200 + 150 = 1750$ so'm.

3-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: ulgurji savdo xarajatlari – 150 so'm, chakana savdo xarajatlari – 200 so'm, taqsimlash kanallarining har bir qatnashchisi foydasi tovar tannarxining 20% ga teng. Xaridor tovarni 1330 so'mdan sotib oldi. Tovar tannarxi necha so'm?

$x+u$ =ishlab chiqarish narxi; x – tannax; u – foyda.

$x+u+150+y=x+2y+150$ ulgurji narx

$x+2y+150+200+y=x+3y+350=1330$

$x - 100\%$

$y - 20\%$; $y=0.2$

$x+3y+350=1330$

$x+350+3*0.2x=1330$

$x+0.6x+350=1330$

$x+0.6x=1330-350$

$1.6x=980$ $x=980\div 1.6$;

$x=612.5$.

4-masala (shahar olimpiyadasi, 4-5-yanvar, 2010 yil)

Tovarga bo'lgan talab va taklif funktsiyalari quyidagicha berilgan: $Q_d=110-P$; $Q_s=2P-50$.

Agar har bir tovar uchun uning narxining 20% i miqdorida soliq belgilansa: A.Bu

tovarning bozordagi muvozanat narx va muvozanat miqdor qanday

o'zgardi?

B.Bu tovar sotuvchining daromadi qanday o'zgaradi? **Yechish:**

$Q_s = Q_d$ $2P-50=110-P$ $2P+P=110+50$ $3P=160$ $P=53.3$ $Q_s=2*53.3-50=56.6$ $Q_d=110-53.3=56.6$ $TR=P*Q=53.3*56.6=3016.78$	Narxga soliq foizini qo'shish formulasi: $(1-\%/100)*P$ A. $110-P=2((1-20\%/100)*P)-50$ $110-P=2*0.8P-50$ $110-P=1.6P-50$ $160=2.6P$ $P=61.5$ $Q=110-61.5=48.5$; $TR=61.5*48.5=2982.7$ B. $\Delta TR=TR_2-TR_1=2982.7-3016.78=-34.1$
---	--

5-masala

$E_p^d=-2$ bo'lsa, monopol narx formulalariga ko'ra, soliq t ga teng bo'lganda

$P=(MC+t)/(1+1/(-2))=2(MC+t)=2MC+2t$

Narx soliq miqdoriga nisbatan 2 barobar o'sadi.

Amaliy mashg'ulot-7.

Mavzu: Daromad va almashtirish samarasi

1-masala

Erkin toshkent madaniyat institutida talaba. Kundalik mayda chuyda xarajatlari uchun kolleжда ma'rifiy tadbirlarni uyushtirishda tashkilotchi bo'lib ishlaydi. Bajaradigan ishi badiiy film namoyish etishni tashkil etish. Asosiy ishlaridan biri kinofilm ko'rish uchun biletgа narx belgilash. Kinofilmlar zalida 700 o'rin, film prokati uchun to'lanadigan haq 180ming so'm jami ijaraga olish haqi 250ming so'm. Operatorlarga 15ming so'm, bilek tekshiruvchilarga 15ming so'm.

Bilet narxiga ko'ra quyidagicha

$P_1=700$

$P_2=600$

$P_3=500$

$P_4=400$

$P_5=300$

$Q_1=300$

$Q_2=400$

$Q_3=500$

$Q_4=600$

$Q_5=600$

TC, TR, π va me'yoriy tushumni aniqlang. Ulardan qanday xulosa chiqazish mumkin.

P	Q	TR=P*Q	TC	Talab elastiglgi	$\pi=TR-TC$
700	300	250000	225000	-	-15000
600	400	240000	225000	1,14	15000
500	500	250000	225000	1,19	25000
400	600	240000	225000	1,14	15000
300	700	210000	225000	1	-15000

P=500 so'm bo'lishi kerak, chunki maksimal foyda shu narxdan yuqori.

2-masala

Firma 1-yilda 8 000 dona ko'ylak, 2-yilda 10 000 dona ko'ylak tikkan. Ishlab chiqarishga sarf-xarajat 1-yilda 2 mln so'm, 2-yilda 1.8 mln so'mni tashkil qildi. Agar narx doimiy qolgan bo'lsa, bir dona ko'ylakdan olinadigan foyda qanchaga oshgan?

Berilishi:

Q1 - 8 000

10 000

TC1 – 2 mln

TC2 – 1,8 mln

O'rtacha xarajat yoki tannarxni topish Q2 - formulasi: $ATC=TC/Q$

Ortgan foyda: $A\pi = ATC1-ATC2$

Yechish:

$ATC1=2 \text{ mln} \div 8 \text{ 000}=250 \text{ so'm}$

$ATC2=1.8 \text{ mln} \div 10 \text{ 000}=180 \text{ so'm}$

$A\pi =250-180=70 \text{ so'm}$

Demak, 2-yil foyda 70 so'mga ortgan.

3-masala

Tovarga bo'lgan talab formulasi $Q_d = 700 - P$ ko'rinishida bo'lib, taklif funksiyasi $Q_s = 2P - 200$ bu erda R-tovar narxi so'mlarda Q - miqdor (ming dona).

A) Muvozanat narx va muvozanat miqdorni

B) Davlat tomonidan 200 so'm belgilangan narx o'rnatilgandan so'ng taklif xajmi, sotuv miqdori va difittsit miqdorni aniqlang.

D) Har bir sotilgan tovar birligiga 150 so'mdan soliq berilsa, Yangi muvozanat kattalikni aniqlang.

V) 1- bir birlikka 150 so'm datattsiyadan keyin.

Yechish:

A) muvozanat narx qoidaga asosan talab va taklif funksiyalari tenglashtirishdan iborat.

$Q_d = Q_s$

$700 - P = 2P - 200$

$= 900$

$P = 300 \rightarrow$ muvozanat narx. Q_d

$= 700 - P = 700 - 300 = 400$ $Q_s = 2 \cdot P$

$-200 = 2 \cdot 300 - 200 = 400$

Demak: 400 ming dona muvozanat miqdor B) $P =$

200 so'm bo'lganda

$Q_s = 2 \cdot 200 - 200 = 200$ taklif xajmi 200 ming dona.

Talab miqdori: $Q_d = 700 - 200 = 500$ ming dona defitsit miqdori: $500000 - 200000 = 300000$ dona

D) $700 - P = 2(P - 150) - 200$ 700

$- P = 2P - 300 - 200$

$$700 + 500 = 3P \quad P = \frac{1200}{3} \Rightarrow$$

$$P = 400$$

$$Q_d = 700 - 400 = 300$$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

B) $700 - P = 2(P + 150) - 200$

$$700 - P = 2P + 300 - 200$$

$$700 - 100 = 3P \quad P = \frac{600}{3}$$

$$P = 200$$

$\Rightarrow$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

$$Q_d = 500$$

Yechish:

“Avtoservis” korxonasi o'z xizmat ko'rsatish doirasini zamonaviylashtirdi. Bunda birlik mahsulotga xarajatni 2 dollarga ko'paytirdi va mijozlarga xizmat ko'rsatish miqdorini 1-oyda 200 dan 3 000 gacha oshirib, narx 3 dollargacha pasayishiga olib keldi. Daromad qanday o'zgardi?

II-usul

$$TR_0 = 2\,000 \cdot P; \quad TR_0 = 18\,000 \quad TR_1 = 3\,000 \cdot P - 9\,000; \quad TR_1 = 18\,000 \quad P = 9$$

$$TC_0 = ATC_0 \cdot Q; \quad TC_0 = 2\,000 \cdot ATC; \quad TC_1 = 3\,000 \cdot (ATC + 2)$$

$$TC_0 = 2\,000 \cdot (-6) = -12\,000$$

$$TC_1 = 3\,000 \cdot (-6 + 2) = -12\,000$$

$$2\,000 \cdot ATC = 3\,000 \cdot ATC + 6\,000 \quad 1\,000 \cdot ATC = -6\,000$$

$$ATC = -6$$

$$P_{20} = 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000$$

$$P_{2I} = 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000$$

$$TR = Q \cdot P;$$

$$TR_0 = P_0 \cdot 2\,000$$

$$TR_1 = (P_0 - 3) \cdot 3\,000$$

$$2\,000 \cdot P_0 = 3\,000 \cdot P_0 - 9\,000$$

$$1\,000 \cdot P_0 = 9\,000; \quad P_0 = 9$$

$$TR_0 = 9 \cdot 2\,000 = 18\,000$$

$$TR_1 = (P_0 - 3 + 2) \cdot 3\,000 = 24\,000$$

$$24\,000 - 18\,000 = 6\,000$$

4-masala

Demak, daromad foyda 6 000 dollarga oshgan miqdor 2 000dan 3 000gacha oshganligidan kelib chiqib, foyda kamaygan deyish mumkin.

5-masala

Nol darajali iqtisodiy o'sishga ega bo'lgan firma mahsulot ishlab chiqarishi 1-yilda 250 dan 200 birlikkacha kamaydi va narx 10 so'mga oshdi.

Daromadlarning mumkin bo'lgan o'zgarishini toping.

Yechish:

$$TR=Q \cdot P;$$

$$TR_0=P_0 \cdot 250$$

$$TR_1=(P+10) \cdot 200$$

$$250P=200P+2\,000$$

$$50P=2\,000$$

$$P=40 \quad TR_0=250 \cdot 40=10\,000$$

$$000$$

$$TR_1=200 \cdot (40+10)=200 \cdot 50=10\,000$$

Demak, daromadlar o'zgarmagan, lekin foyda oshgan.

6-masala

Televizor ishlab chiqarish texnologiyasining o'zgarishi natijasida ishlab chiqarish firmaning o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlari 1% ga kamaydi. Agar bunda o'zgaruvchan xarajatlar miqdori saqlanib qolsa, texnologiya o'zgarishining oldingi va keyingi ishlab chiqarilgan mahsulotlar nisbati topilsin.

Yechish:

$$Q_0=VC_0/AVC_0$$

$$Q_0/Q_1 - ?$$

$$Q_1=VC_1/AVC_0(1-1\%/100\%)$$

$$Q_0/Q_1=VC/AVC \div VC/AVC(1-1\%/100\%)=VC/AVC \cdot$$

$$AVC(1-1\%/100\%)/VC=1-1\%/100\%=(100-1)/100$$

Amaliy mashg'ulot-8.

Mavzu: Bozor va tavakkalchilik. Noaniqlik va tavakkalchilik.

1-masala

Iste'molchilarning nafilil funktsiyasi quyidagicha $U=2x*y$

x apelsin iste'mol xajmi u

banan iste'mol xajmi

1 kg apelsin narxi 2 dollar, 1 kg banan narxi 5 dollar. Iste'molchi ushbu maxsulotni 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 nafililigni banan narxi tushgandan keyin ham taminlashi 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: $U=2x*y$

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

$$1) x=20/2=10$$

$$y=20/2*5=2$$

Demak iste'molchi 1 haftada 5kg apelsin 2 kg banan iste'mol qilgan va u

$$U=2*5*2=20 \text{ birlik nafililik bor}$$

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

$$U=2*x*2=20$$

$$2*x+3*u=TC$$

TC -oldingi nafililik taminlash uchun zarur bo'lgan mablag', ushbu masalani quyidagi echimlarini olamiz

$$x=c/4 \quad y=c/6$$

$$U=2*c/4*c/6=20$$

$$2*c^2=20*24$$

$$c^2=480/2=240$$

S ning kvadratini yuqotish uchun 240ni ildizga olamiz. $c^2=\sqrt{240}$

$$c^2=15,5 \quad A=15,5/2*2=3,9 \quad B=15,5/2*=2,58$$

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

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

$$U=2x*y$$

$$2x+3y=20 \quad x=20/2*2=5 \quad y=20/2*3=3,33$$

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 vos kechib, qo'shimcha 0,58 kg banan iste'mol qiladi.

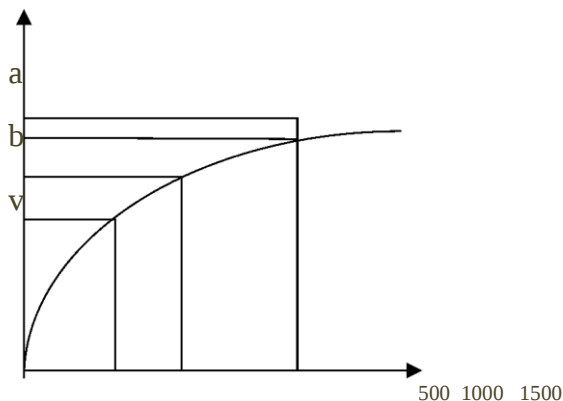
Daromad samarasi: $\Delta D=3,33-2,58=0,78$

$$\text{Umumiy samara: } \Delta A+\Delta D=0,58+0,78=1,33\text{kg}$$

2-masala

F shaxs nafililik funktsiyasi (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 nafililik grafik funktsiyasi quyidagicha keltirilgan:



a) A shaxs karta o'ynaydimi?

b) Tavakkalchilikka munosabati qanday?

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

A shaxs daromadining nafililigini hisoblaymiz.

$$U(500)=4; U(1500)=7$$

Kutiladigan daromad nafililigi $EU(R) = 0.5 \cdot 4 + 0.5 \cdot 7 = 5.5$ ga teng. Nafililik garafigiga 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 nafililik $U(1000)=6$. Shunday qilib, $E[U(1000)] = U(1000)$ kafolatlangan. Daromad nafililigi $U(1000)$, karta o'ynash natijasida kutiladigan daromad nafililigi $E[U(1000)]$ katta bo'lgani uchun u karta o'yinida qatnashmagani ma'qul.

2) Nafililik grafigining yuqori qavariqligi shuni ko'rsatadiki, tavakkalchilik bilan bog'liq har qanday daromadning nafililigi kafolatlangan, daromad nafiligidan kichik. Shuning uchun ham A shaxs tavakkalchilikka moyil emas.

3) A shaxsning tavakkalchiliksiz daromadi quyidagicha aniqlanadi:

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

S – tavakkalchiliksiz to'lov A shaxsning 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.

3-masala

Aytaylik, iste'molchini byudjeti 10000 so'm. U bozordan go'sht xarid qilmoqchi. Qo'y go'shtini 1kg si 25000 so'm, molniki esa 2000 so'm. Agar puli 1500 so'mga ko'paysa yoki aksincha 5000 so'mga kamaysa xaridor o'z pulini go'sht olish uchun qanday sarflashi mumkin. Uni mumkin bo'lgan variantlarini ko'rsating. Grafikda tasvirlang.

Yechish:

Iste'molchini daromadi 10000 so'm bo'lganda

$$10000/2500=4$$

$$10000/2000=5$$

Mol go'shti

4

3

5 2

1

5 0

Qo'y go'shti

0

1,2

2,5

3,7

5

Ky
y
ry

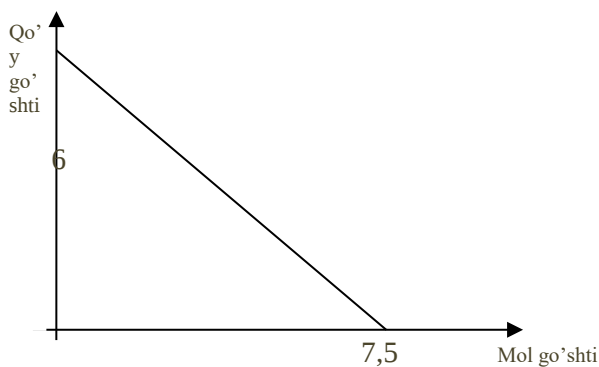
3,75

Мол гўшти

Iste'molchini daromadi 15000 so'm bo'lganda

$$15000/2500=6$$

$$15000/2000=7,5$$



4- masala

Firma bir yil 1,5 mln. so'm, ikkinchi yil esa 2 mln.so'm foyda qildi. Narxlar 2-yilda 1- yilga nisbatan 1,25 marta oshgan bo'lsa, firmaning 2 – yilda 1-yilga nisbatan real foyda qanchaga o'zgargan.

1-yil – 1,5 mln

2-yil – 2 mln. foyda

Narx – 1,25 marta ko'paygan

$$P_2 = \frac{P}{\alpha}$$

P2 – real foyda

Pn – nominal foyda

α - narxlar darajasi

$$Pr = \frac{2000000}{1.25} = 1600000$$

$$1600000 - 1500000 = 100000$$

Demak 2 yilda nisbatan real foyda 100000 oshgan.

Amaliy mashg'ulot-9.

Mavzu: Firma va ularning tashkiliy-iqtisodiy asoslari.

1-masala

“Avtoservis” korxonasi o'z xizmat ko'rsatish doirasini zamonaviylashtirdi. Bunda birlik mahsulotga xarajatni 2 dollarga ko'paytirdi va mijozlarga xizmat ko'rsatish miqdorini 1-oyda 200 dan 3 000 gacha oshirib, narx 3 dollargacha pasayishiga olib keldi. Daromad qanday o'zgardi?

Yechish:

$$TR=Q \cdot P;$$

$$TR_0=P_0 \cdot 2\,000$$

$$3) \cdot 3\,000$$

$$000 \cdot P_0 = 3\,000 \cdot P_0 - 9\,000$$

$$1\,000 \cdot P_0 = 9\,000; P_0 = 9$$

$$TR_0 = 9 \cdot 2\,000 = 18\,000$$

$$TR_1 = (P_0 - 3 + 2) \cdot 3\,000 = 24\,000$$

$$24\,000 - 18\,000 = 6\,000$$

II-usul

$$TR_0 = 2\,000 \cdot P; TR_0 = 18\,000 \quad TR_1 = (P_0 -$$

$$3) \cdot 3\,000 \cdot P - 9\,000; TR_1 = 18\,000 - 2$$

$$P = 9$$

$$TC_0 = ATC_0 \cdot Q;$$

$$TC_0 = 2\,000 \cdot ATC;$$

$$TC_1 = 3\,000 \cdot (ATC + 2)$$

$$TC_0 = 2\,000 \cdot (-6) = -12\,000$$

$$TC_1 = 3\,000 \cdot (-6 + 2) = -12\,000$$

$$2\,000 \cdot ATC = 3\,000 \cdot ATC + 6\,000 - 1$$

$$000 \cdot ATC = -6\,000$$

$$ATC = -6$$

$$P_2 = 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000$$

$$P_2 I = 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000$$

Demak, daromad foyda 6 000 dollarga oshgan miqdor 2 000 dan 3 000 gacha oshganligidan kelib chiqib, foyda kamaygan deyish mumkin.

2-masala

Nol darajali iqtisodiy o'sishga ega bo'lgan firma mahsulot ishlab chiqarishi 1-yilda 250 dan 200 birlikkacha kamaydi va narx 10 so'mga oshdi.

Daromadlarning mumkin bo'lgan o'zgarishini toping.

Yechish:

$$TR=Q \cdot P;$$

$$TR_0=P_0 \cdot 250$$

$$TR_1=(P+10) \cdot 200$$

$$250P=200P+2\,000$$

$$50P=2\,000$$

$$P=40 \quad TR_0=250 \cdot 40=10\,000$$

$$000$$

$$TR_1=200 \cdot (40+10)=200 \cdot 50=10\,000$$

Demak, daromadlar o'zgarmagan, lekin foyda oshgan.

3-masala

Televizor ishlab chiqarish texnologiyasining o'zgarishi natijasida ishlab chiqarish firmaning o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlari 1% ga kamaydi. Agar bunda

o'zgaruvchan xarajatlar miqdori saqlanib qolsa, texnologiya o'zgarishining oldingi va keyingi ishlab chiqarilgan mahsulotlar nisbati topilsin.

Yechish:

$$Q_0=VC_0/AVC_0$$

$$Q_0/Q_1 -$$

$$Q_1=VC_1/AVC_0(1-1\%/100\%)$$

$$Q_0/Q_1=VC/AVC \div$$

$$VC/AVC(1-1\%/100\%)=VC/AVC \cdot$$

$$AVC(1-$$

$$1\%/100\%)/VC=1-1\%/100\%=(100-1)/100$$

4-masala

Ishlab chiqarish funktsiyasi quyidagicha berilgan bo'lsin: $Q(\alpha, K)=2 \cdot \alpha^{0.7}$. Ishlab chiqarish funktsiya musbat, manfiy yoki o'zgarmas masshtab samarasiga ega ekanligi aniqlansin.

Ishlab chiqarish masshtabini $\lambda (\lambda > 1)$ barobar oshganda quyidagicha yoziladi:

$$Q(\lambda \alpha, \lambda K)=2 \cdot (\lambda \alpha)^{0.7} \cdot (\lambda K)^{0.8}=2 \cdot \lambda^{0.7} \cdot \alpha^{0.7} \cdot \lambda^{0.8} \cdot K^{0.8}=2 \cdot \lambda^{1.5} \cdot \alpha^{0.7} \cdot K^{0.8}$$

Demak, ishlab chiqarish funktsiyasi musbat samaraga ega. ($K=1.5 > 1$) mehnat omillarining sarfi sur'ati λ bo'lganda ishlab chiqarish hajmi o'sish sur'ati $\lambda^{1.5}$ ga teng.

5-masala

Fermer xo'jaligida bug'doy etishtirish funktsiyasi quyidagi ko'rinishga ega: $Q=400 \cdot x - 2x^2$

Q —bug'doy ishlab chiqarish hajmi X —er maydoni

P —20 so'm

$X=30\%$

$R=10\%$

1)Er rentasi?

2)1ga er narxi?

Yechish:

$$Q=400 \cdot x - 2x^2$$

Bu funktsiyadan chekli maxsulotni topib olamiz.

$$\Delta Q / \Delta X = MR_X = 400 - 4X$$

Erning puldagi chekli maxsuloti

$$MR \cdot P = 400 \cdot 20 - 4 \cdot 20 \cdot X = 8000 - 80X \text{ Er}$$

maydoni 30ga bo'lgani uchun $MR \cdot P = 8000 -$

$$80X = 8000 - 80 \cdot 30 = 5600$$

Demak, fermer har 1ga uchun 5600 so'm renta to'laydi.

Fermerning umumiy daromadi:

$$TR = (400 \cdot X - 2X^2) \cdot 20 = (400 \cdot 30 - 2 \cdot 30^2) \cdot 20 = 204000$$

Er narxi ijara to'lovlarining % stavkasiga bo'lganga teng. Ya'ni $5600/0,1=56000$ so'm 1ga er uchun.

6 - masala

Firma ishlab chiqarishni zamonaviylashtiridi, bunda mahsulot birligiga xarajatlar 10 dollorga kamaydi. Mahsulot ishlab chiqarish 1000 dan 1500 birlikkacha, bir oyda 12 dollargacha pasayishga keltirdi. Natijada daromad qanday bo'ladi.

Echilishi: TR_0

$$=1000 \cdot P$$

$$TR_1 = 1500 \cdot (P - 12)$$

Taqqoslash uchun muvozanat holatga keltiramiz. $1000P$

$$=1500 \cdot P - 12 \cdot 1500$$

$$12 \cdot 1500 = 1500P - 1000P \quad 0$$

$$= \frac{18000}{500} = 36$$

$$P_0 = 36$$

$$TR_0 = 1000 \cdot 36 = 36000$$

$$TR_1 = 1500 \cdot (36 - 12) = 24 \cdot 1500 = 36000 \quad TC$$

$$= Q \cdot AC$$

$$TC_0 = 1000 \cdot AC_0$$

$$TC_1 = 1500 \cdot (AC_0 - 10)$$

$$1000 \cdot AC_0 = 1500 AC_0 - 1500 \cdot 10$$

$$500 AC_0 = 15000$$

$$AC_0 = 30$$

$$TC_0 = 1000 \cdot 30 = 30000$$

$$TC_1 = 1500 \cdot (30 - 10) = 1500 \cdot 20 = 30000$$

$$TR - TC = \Pi$$

$$\text{Foyda: } \Pi_0 = 36000 - 30000 = 6000$$

$$\Pi_1 = TR_1 - TC_1 = 36000 - 30000 = 6000$$

Daromad o'zgarmagan.

Amaliy mashg'ulot-10. Mavzu: Ishlab chiqarish nazariyasi

1-masala

Sizning ishga joylashishshingiz 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 351 ming so'm oylik olasiz

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

	1-natija		2-natija	
Ish joyi	Ehtimoli	daromad	ehtimoli	daromad
1chi	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 meyorga 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	-15000
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 dispertsiyadan foydalaniladi. U haqiqiy natijadan kutiladigan natija ayirmasining o'rtacha o'lcham miqdori kvadratiga teng.

Ya'ni:

n

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

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

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

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

$$\text{Standart chetlanish: } \sigma_1 = \sqrt{2250000} = 1500 \text{ so'm}$$

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

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

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 televideniyasi 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 etkazishning eng arzon usulini hisoblab chiqing.

Yechish:

$$\text{Tuman gazetasi} = 20000 / 2000 = 10 \text{ so'm 1 kishiga Viloyat}$$

$$\text{gazetasi} = 40000 / 120000 = 0,33 \text{ so'm 1 kishiga}$$

$$\text{Televideniya} = 120000 / 1000000 = 0,12 \text{ so'm 1 kishiga Demak, televideniyada reklama arzon.}$$

3-masala

Korxona yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi. Agar korxona yangi mahsulot bozorida muvaffaqiyatga erishsa, har bir aktsiyani 1000 so'mdan olish mumkin. Agar muvaffaqiyatga erishsa bir aktsiya uchun 1000 so'm olinadi. Korxona mahsulotining bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0.6 ga teng bo'lsa, kutiladigan dividend qiymati quyidagicha aniqlanadi:

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

4-masala

Korxonani rivojlantirish uchun yo'naltirilgan foyda miqdori (jamg'arish) 10 mln birlikka teng. Mehnatga haq to'lash (iste'mol) uchun yo'naltirilgan foyda miqdori 5 mln birlikka teng. Jamg'arish me'yori qanday?

Berilishi: Jamg'arma–

10 mln Iste'mol–5 mln

Jamg'arma me'yori?

Yechish:

$$\text{Jamg'arish me'yori} = \text{jamg'arma} / \text{daromad} \cdot 100$$

Daromad 2 yo'nalishda ishlatiladi: iste'mol va jamg'arish. Shu sababli, iste'mol va jamg'armani qo'shamiz va jamg'arma me'yorini aniqlaymiz.

$$10 \text{ mln} + 5 \text{ mln} = 15 \text{ mln} - \text{daromad}$$

$$\text{Jamg'arish me'yori} = 10 \text{ mln} / 15 \text{ mln} * 100 = 66.7\%$$

Amaliy mashg'ulot-11.

Mavzu: Ishlab chiqarish xarajatlari.

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:**

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

$$\text{birlik } 30 * 3000 = 90\,000 \text{ so'm}$$

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

$$10 * 2 = 20 \text{ birlik } 20 * 3000 = 60000 \text{ so'm}$$

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 ι so'm/dona, o'rtacha o'zgaruvchan xarajat esa τ so'm/donani tashkil qilgan. Firma daromadi va foydasini aniqlang.

Berilishi:

$$Q - N$$

$$TR = P * Q$$

$$P - M$$

$$\pi = TR - TC = P * Q - FC + VC$$

$$AFC - \iota \text{ so'm/dona}$$

$$AVC - \tau \text{ so'm/dona}$$

Yechish:

$$TR = N * M - \text{daromad}$$

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

3-masala

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

Berilishi:

$$Q - N$$

$$TR = \pi + TC$$

$$T - K$$

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

$$- \iota \text{ so'm/dona}$$

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

$$AVC - \tau \text{ so'm/dona}$$

$$TR - ?$$

4-masala

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

Yechish:

$$P_0 = P_1 + S$$

$$P_0 = 100\%$$

$$P_1 = 100\% + S$$

$$M: 100 \text{ so'm} \longleftrightarrow 100\%$$

$$X \text{ so'm} 10\% \longleftrightarrow$$

$$X = (100 + 10) / 100 = 1.1 \text{ marta Bu}$$

$$\text{yil/o'tgan yil} = (100\% + S) / 100\%; Q = 15$$

$$1\text{-yil: } 15 * 100 = 1\,500$$

$$2\text{-yil: } 15 * 110 = 1\,650$$

$$1\,650 \div 1\,500 = 1.1 \text{ marta}$$

Narxdagi farq daromadga ham to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi, chunki $Q = \text{const}$.

5-masala

Firma ma'lum miqdordagi mahsulotning har birini 250 so'mdan sotib, 2 530 so'm foyda qilgan. Agar o'rtacha umumiy xarajat 20 so'mni tashkil qilgani ma'lum bo'lsa, firma qancha mahsulot sotgan?

$$\text{Berilishi: } P = 250$$

$$\text{so'm } \pi = 2530$$

$$\text{so'm } ATC = 20$$

$$\text{so'm Yechish:}$$

$$A\pi = R - ATC = 250 - 20 = 230;$$

$$Q = \pi / A\pi = 2530 / 230 = 11. \text{ Javob: } 11 \text{ ta.}$$

6-masala

Firma 150 dona mahsulot sotgan. Har bir mahsulotdan 300 so'm foyda olib, o'rtacha umumiy xarajat 30 so'mni tashkil qilgan. Firma qancha daromad olgan?

$$\text{Berilishi:}$$

$$Q = 150 \text{ dona}$$

$$A\pi = 300 \text{ so'm}$$

$$ATC = 30 \text{ so'm}$$

$$TR = ? \text{ Yechish:}$$

$$P = ATC + A\pi = 300 + 30 = 330$$

$$TR = P * Q = 150 * 330 = 49\,500 \text{ so'm.}$$

7-masala

"L" korxonada mahsulot ishlab chiqarish o'tgan yilga nisbatan R karra ortib, o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar I foizga kamaydi. Bu yilgi va o'tgan yilgi o'zgaruvchan xarajatlar foizini toping.

$$\text{Berilishi:}$$

$$Q_1 = Q_0 * R$$

$$AVC_1 = AVC_0 - I\% * AVC / 100\%$$

$$VC_1 / VC_0 = ?$$

$$\text{Yechish: } VC_0 =$$

$$AVC_0 * Q$$

$$VC_1 = AVC_0 - I\% * AVC / 100\% * Q * R = AVC_0 (1 - I\% / 100\%) * Q * R$$

$$VC_1 / VC_0 = (AVC_0 (1 - I\% / 100\%) * Q * R) \div (AVC_0 * Q) = (1 - I\% / 100\%) * R = (100 - I\%) / 100\% * R.$$

8-masala

O'tgan yili "S" firmada o'rtacha o'zgarimas va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar miqdori bir xil bo'lgan. Bu yil esa o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar o'rtacha o'zgarimas xarajatlardan R marta ko'p. O'zgarimas xarajatlar o'zgarmagan, mahsulot ishlab chiqarish L marta ortgan. O'rtacha umumiy xarajatlar nisbati topilsin.

Berilishi:

$$AFC_0 = AVC_0$$

$$AVC_1 = AFC \cdot R$$

$$AFC_0 = AFC$$

$$Q_1 = Q_0 \cdot L$$

$$ATC_0 / ATC_1 = ?$$

Yechish:

$$1) ATC = AFC + AVC; AVC = g; FC = AFC \cdot Q = g \cdot Q; ATC = g + g = 2g; TC = 2g \cdot Q; Q = TC / 2g$$

$$2) AVC = g \cdot R; Q = TC / 2g \cdot L;$$

$$ATC = g \cdot R + FC / Q = g \cdot R + AFC \cdot Q / FC \div 2g \cdot L = g \cdot R + g \cdot Q / TC \div 2g \cdot L = g(R + 1/L)$$

$$3) ATC_0 / ATC_1 = 2 \cdot g / g(R + 1/L) = 2 / (R + 1/L)$$

9-masala

Doimiy xarajatlar 72 000 so'm, o'zgaruvchan xarajatlar 188 000 so'm bo'lganda, 520 dona mahsulot ishlab chiqarilsa, mahsulot birligiga to'g'ri keladigan umumiy xarajatlar necha so'mni tashkil qiladi?

Berilishi: FC

– 72 000

VC – 188 000 Q

– 520 dona

AVC - ?

Yechish:

$TC = FC + VC = 72000 + 188000 = 260000$; $ATC = TC \div Q = 260000 \div 520 = 500$ Javob: tannarx 500 so'm.

10-masala

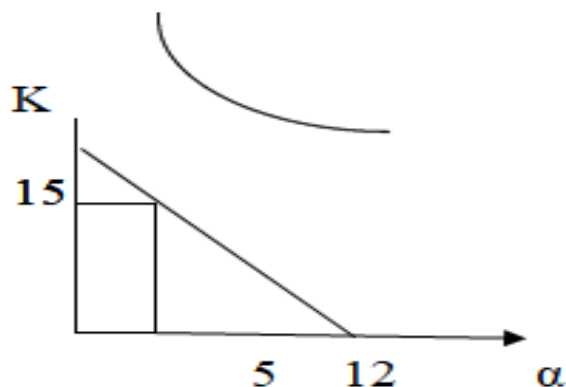
Firmaning ishlab chiqarish funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega: $Q = 2 \cdot \alpha \cdot K$

Kapital narxi 4 000 so'm, ishchi kuchi narxi 12 000 so'm. Agar firma byudjetida 12 000 so'm bo'lsa, u maksimal miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun qancha ishchi kuchidan va qancha miqdordagi kapitaldan foydalanadi? Maksimal ishlab chiqarish hajmi qancha bo'ladi?

Demak, misolni quyidagicha yozamiz.

$$Q = 2 \cdot \alpha \cdot K \rightarrow \text{maksimum}$$

Firmaning byudjet chegarasida $12 \cdot \alpha + 4 \cdot K \leq 120$ izokostasini chizamiz.



Umumiy formuladan foydalanib, maksimal ishlab chiqarishni ta'minlaydigan resurslar miqdorini aniqlaymiz.

$$K = 120 / (2 \cdot r) = 120 / (2 \cdot 4) = 15 \text{ birlik}$$

$$A = 120 / (2 \cdot w) = 120 / (2 \cdot 12) = 5 \text{ birlik}$$

Demak, maksimal miqdorlari $Q = 2 \cdot 5 \cdot 15 = 150$ birlik. Mahsulot ishlab chiqarish uchun 15 birlik kapital va 5 birlik ishchi kuchidan foydalaniladi.

11-masala

Sentyabr oyida davlat korxonasida 25000 kishi ishlab, 19,5mln. so'mlik maxsulot ishlab chiqdi. Xususiy kichik korxonalarda 22 kishi band bo'lib, 17,5 mln. so'mlik maxsulot yaratildi. Chet elliklar bilan birgalikda tashkil etilgan qo'shma korxonalarda esa 24000 kishi band bo'lgan xolda 30500ming so'mlik maxsulot ishlab chiqdi.

O'rtacha har bir ishchiga to'g'ri keladigan maxsulot miqdorini xisoblang. Mehnat unumdorligi nuqtai nazaridan qaysi mulk shakli samarali ekanligini aniqlang. Sizningcha buning sababi nimada, izohlang.

Yechish:

Jami maxsulot= $19,5+17,5+30,5=67,5$ mln. Jami

ishchi= $25+22+24=71$ ming kishi

MU= $67,5\text{mln.}/71\text{ming}=950,7$

Davlat korxonasi= $19,5/24=780$ Xususiy

korxona= $17,5/22=795,4$ Qo'shma

korxona= $30,5/24=1270,8$ $1270,8>795,4>780$

Qo'shma korxonada mehnat unumdorligi yuqori, uning sababi chet eldan keltirilgan arzon va zamonaviy texnika bo'lishi mumkin.

12-masala

Ota, qiz va o'g'il hovliga qulupnay terish va o'toq qilish uchun kelishdi. Uchastkada 6 soat ishlash mumkin. Ota soatiga 1 chelak, qiz 2 chelak, o'g'il 0,5 chelak qulupnay teradi. Qiz o'toqni 2 soatda, o'g'il 7 soatda, ota 6 soatda bajaradi. Oilada ishni qanday taqsimlash kerak. Oilada ishni qanday taqsimlash kerak. O'toq qilib bo'lib, eng ko'p miqdorda qulupnay terilish.

Berilishi:

Ota	1ch	Ota	2s
Qiz	2ch	Qiz	6s
O'g'il	0,5ch	O'g'il	7s

Yechish:

Ota o'toq qiladi va 6 soatda tugatadi.

Qiz: $2*6=12$ chelak O'g'il: $0,5*6=3$ chelak Maksimal, qulupnay 15 chelak teriladi.

Amaliy mashg'ulot-12.

Mavzu: Mukammal raqobatlashgan bozorlarda firmalar faoliyati

1 – masala

Berilgan jumladagi atamalarning har biriga to'g'ri tarifni toping. Sof raqolbatli firma, monopolistic raqobatdagi firma, ikkalasiga ham kiradigan hamda ikkalasiga ham kirmaydign firmaga mos tasniflarni toping.

a) Bir raqobatchining boshqa raqobatchilardan maxsulot sotishining farq qilishi;

b) O'rnatilgan narxdan ko'proq foyda olish; c)

Faoliyat davomida iqtisodiy foyda olish;

d) Faoliyat davomida umumiy o'rtacha narxning minimal qiymatida maxsulot ishlab chiqarish;

f) Qiymatni yuqori baholash;

Sparkle bozordagi uzoq muvozanat davridagi tish pastasi firmalaridan biridir. a)

Sparklening talab chiziq diagrammasini ko'rsating, chekli daromat

chizig'ini, o'rtacha daromad chizig'ini va chekli xarajat chizig'ini chizing; b) Sparkle ning foydasi nmada? Tusuntirib bering;

c) Diagrammangizda xaridorning Sparkle tish pastasini sotib olishdan topgan ortiqcha

foydasini ko'rsating;

d) Agar hukumat Sparkleni yanada samarali ishlashga undasa firma qay darajada bo'lishi mumkin? Uning xaridorlarigachi?

2-masala

Berilgan juftliklarni ko'rib chiqing hamda reklamaning qaysi turi ko'proq aloqador bo'lishini tushntiring.

a) Oiaviy egalik qilinadigan firma yoki restoran; b) Lift

uskunalari sanoati yoki mashina sanoati;

c) Juda qulay razor yoki kamroq razorni ixtiro qilgan kompaniya;

3-masala

Sleek Sneakers Co poyafzallar bozoridagi ko'plab firmalardan biridir.

a) Sleek hozircha qisqa muddatli iqtisodiy daromad olishini ko'rsating(ta'kidlang)

Diagrammada Sleekning daromadini maksimal darajada oshirishi va narxini shuningdek daromadini oshirish sohasini ko'rsating;

b) Sleekning narxiga, ishlab chiqarish hajmigava foydasiga nima sodir bo'ldi? Bu o'zgarishlarni so'zlar yordamida tushuntiring va diagrammada korsating.

c) Faraz qilinadiki, vaqt davomida istemolchilar oyoq kiyim brendlari orasidagi stilistik farqlarga diqqatlarini qaratishadi. Bu o'zharish har bir jismoniy talabning narx egiluvchanligiga tasir munosabari qanaqa bo'ladi? Uzoq muddatli oraliqda Sleekning narxi, ishlab chiqarish hajmi va foydasiga talab ta'sirida qanday o'zgarishlar bo'ladi?

d) Sleekning talab elastikligi yoki noelastik egri chizig'ini tushuntiring?

4-masala

30 yil oldin, tovuqlar uchun bozor juda raqobatli edi, shundan so'ng Frank Perdue tovuq bozorini o'zining nomi ostida boshladi.

a) Nima deb o'ylaysiz Perdue tovuqlar uchun brend nom yaratganmi? Bundan u nimani ko'zladi?

b) Jamiyat tovuqlar brend nomiga erishib nima foyda ko'rishadi? Jamiyat nmani yo'qotgandi?

5-masala

Tylenol og'riq qoldiruvchi ishlab chiqaruvchilari ko'p reklama qilishdi va sodiq xaridorlarga ega bo'lishdi. Taqqoslaganda genetic acitaminophenning ishlab chiqaruvchilar xech qanaqa reklama qilismadi va ularning xaridorlari faqat arzon narxlariga sababli paydo bo'lgan. Tylenolning chekli xarajati va genetic acetaminophen narxi bir xil va o'zgarmasdir.

a) Tylenol talab diagramma chizig'i, chekli daromad va chekli xarajat chizig'ini chizing.

b) Ishlab chiqaruvchi uchun genetic acetaminophenni takrorlang. Diagrammalardagi farqlar qanaqa? Qaysi kompaniya yaxshiroq baxolanadi?

c) Qaysi kompaniyada miqdor ehtiyotkorlik bilan nazoratda olib boriladi? Nimaga?

6-masala

Iqtisodchi Joel Waldfogel ma'lum qilishicha, erkin bozorlarda ba'zi bir mijozlarga barqaror xarajatlar mavjud bo'lganda xizmat qilishi mumkin. Ushbu da'volarni misollar orqali tahlil qilamiz.

a) Bir monopol firma tomonidan sotiladigan mahsulotni iste'mol qilishi mumkin bo'lgan odamlar bor deb taxmin qilamiz hamda har bir inson uchun $Q=2-P$ talabiga ega, shuning uchun

ushbu mahsulotga bo'lgan umumiy talab $Q=Nq=2N-NP$, yoki $P=2-Q/N$ dir. Ushbu bozor talabining egri chiziq diagrammasini chizing.

b) Ushbu bozor talabi uchun chekli daromad $MR=2-2Q/N$ deb hisoblanadi. Ushbu chekli daromad egri chizig'ini chizing.

c) Savollarni oddiy tushunish uchun ushbu mahsulotni ishlab chiqarishning cheklangan qiymati nolga teng deb hisoblang. Foyda kelishi uchun monopolist qancha miqdorda ishlab chiqaradi? U qanday narxni oladi? Ushbu narxni grafikda ko'rating.

d) Bu qat'iy xarajatlarga e'tibor bermaslik, daromadni xisoblab chiqish, istemol profitsiti va ushbu daromadni maksimal narxdaprofitsidni xisoblang. (Bu N funksiya bo'ladi) Ushbu mahsulotni ishlab chiqarishdan oldin firma tatqiqod va rivojlantirish harajatlarini \$3 000 000 ga teng bo'lgan to'lovlarni to'lashi kerak. Qor maksimizatsiya qiluvchi firma ushbu mahsulotni ishlab chiqarishni tanlamasdan oldin N qanchalik katta bo'lishi kerak? Naqd pulni to'lashni ijtimoiy jihatdan samaraliroq qilishdan avval N qanchalik katta bo'lishi kerak?

f) Ushbu misolda Waldfogelni erkin bozorlarning samarasizligi haqidagi dalillari bilan qanday bog'liqlikni ko'rishimiz mumkin.

Amaliy mashg'ulot-13.

Mavzu: Raqobatlashuvchi firma va tarmoqning bozorlardagi firmalar faoliyati.

1-masala

New York Times (30.11.1993) gazetasi ma'lumotlariga ko'ra, "OPEC tashkilotining oxirgi haftada ishlab chiqarishni qisqartira olmaganligi neft bozorida chalkashlikni keltirib chiqardi ... 1990 yildan boshlab neft uchun eng past narx"

- Nima sababdan OPEC a'zolari ishlab chiqarish hajmini kamaytirishga intilgan edi?
- Nima deb o'ylaysiz, nima uchun OPEC ishlab chiqarishni qisqartirishga kelisha olmagan? Neft bozoriga chalkashlik kirib kelishi natijasida nima yuz bergan?
- Gazeta shuningdek OPEC ning fikri bosib chiqardi: "Tashkilotdan tashqarida ishlab chiqaruvchi millatlar, Norvegiya va Britaniyaga o'xshab o'zlarining ulushini o'zi bajarsin va ishlab chiqarishini qisqartirsin". Norvegiya va Britaniya aloqasini xohlayotgan OPEC haqida aytilgan ibora "o'zlarining ulushini o'zi bajarsin" nimani bildiradi?

2-masala

Ko'plab bir xil g'oyalar kompaniyalarga shunday murojaat qiladi: bozordagi oligopolist ular sotib olgan narsalar uchundir.

- Agar oligopolist sotuvchi sotayotgan narxni yuqori bo'lishini istasa, oligopolist xaridor qanday maqsadni ko'zlaydi.
- Besebol jamoasi ligasining katta qismi egalari besebol o'yinchilari bozorida oligopoliyani tashkil etadi. O'yinchilar oyligiga nisbatan liga egalarining maqsadi nima? Nima uchun bu maqsadga erishish qiyin?
- Besebol o'yinchilari 1994-yilda ishni to'xtatgan, chunki ular oylikni qabul qilmadi, liga egalari qabul qilishni xohladi. Agar liga egalari oyliklar ustida birgalikda ishlaganda, nima uchun liga egalari oylik uchun ehtiyoj sezadi?

3-masala

Amerika havo yo'llari va Braniff havo yo'llari prezidentlarining telefon suhbatini ifodalangan. Ikki kompaniya o'rtasidagi o'yinni tahlil qilamiz. Har bir kompaniya chipta narxini yuqori yoki quyi narxga o'zgartira oladi. Agar bitta kompaniya 100\$ ga o'zgartirsa, u kam foyda qiladi, agar boshqa kompaniya ham 100\$ ga o'zgartirsa va yuqori foyda oladi, agar boshqa kompaniya 200\$ ga o'zgartirsa. Boshqa tomondan, kompaniya 200\$ ga o'zgartirsa u kam foyda ishlaydi

agar boshqa kompaniya 100\$ ga o'zgartirsa va o'rta foyda agar boshqa kompaniya 200\$ ga o'zgartirsa.

- a. Bu o'yinga qaror qilish jadvalini chizing.
- b. Bu o'yinda nash equilibrium nima? Izohlang
- c. Har bir havo yo'llari uchun nash equilibriumdan yaxshiroq daromad bormi?

4-masala

Jack va Jillning duapoliyasi haqida bahslashamiz. Uchinchi odam John suv manbasini ochib bozorga qo'shilganda, Jack va Jill duapoliyaning nash equilibriumida(80 gallon) deb faraz qilinadi.

- a. Jack va Jill jami 80 gallon ishlab chiqarishni maqsad qildi, bozor 3 ga bo'lindi. Agar John bunga rozi bo'lsa, u qancha foydaga erishadi.
- b. Kelishuvdan keyin John 10 gallonga mahsulot hajmini oshirdi. Agar u shunday qilsa, Jack va Jill shartnomada tursa, John qancha foyda ko'radi? Yuqoridagilar sizga shartnoma haqida nima gapiradi?
- c. Bozordagi 3 ishlab chiqaruvchi uchun Nash equilibrium nima? 2 ta ishlab chiqaruvchi uchun nash equilibrium bilan nima farqi bor?

Amaliy mashg'ulot-14.

Mavzu: Raqobat va yakka xokimlik.

1-masala

“Roison” firmasida ishchilarning ish soatlari 8 soatdan 6 soatga qisqartirildi. Ish unumdorligi necha foizga oshsa ishlab chiqarish hajmi 2%ga ortadi?

2-masala

Robiyaning mablag'i 100 000 so'mni tashkil etadi. U ushbu puliga olma va go'sht sotib olmoqchi. Bozorda 1 kg olma narxi 2000 so'm va 1 kg go'sht narxi 7000 so'm edi. Bozordagi o'zgarishlar tufayli olma narxi 1500 so'mga tushdi, lekin go'sht narxi 20% ga ko'tarildi. Robiyaning dastlabki va hozirgi vaqtdagi byudjet chizig'i grafikda chizilsin va o'zgarishlarni izohlang.

3-masala

Mahalliy bozordagi ish kuchiga talab funksiyasi $LD=1000-20 \times W$, taklif funksiyasi esa $LS=-600+60 \times W$ 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:

$$LD=1000-20 \times W = LS = -600+60 \times W$$

$$80 \times W = 1600$$

$$W=20 \$$$

$L_D = L_S = -600 + 60 \times W = 600$ kishi minimal ish haqi 25 \$ qilib belgilangandan so'ng ishchilar taklifi $L_S = -600 + 60 \times W = -600 + 1500 = 900$ kishini ularga talab esa

$$L_D = 1000 - 20 \times W = 1000 - 500 = 500 \text{ kishini tashkil qiladi. Ushbu qaror natijasida}$$

$$900 - 500 = 400 \text{ kishi ishsiz qoladi.}$$

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.

4-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.

6-masala

Malakali mehnat bozorida mehnatga bo'lgan talab va taklif funksiyalari berilgan:

$$L_D = 24000 - 500W$$

$$L_S = -6000 + 800W$$

L_D, L_S – ish vaqti soatlari;

W - soatbay ish haqi, dollarda.

Firma mehnat bozorida monopolist hisoblanadi va mahsulotini raqobatlashgan bozorda sotadi.

Aniqlansin:

a) firmaga yollangan ishchilar soni (soatbay) va ish haqi stavkasi;

b) ishchilar tomonidan olinadigan renta;

c) ishchilar kasaba uyushmasiga birlashib harakat qilsa, va kasaba uyushmasi mehnat bozorida monopolist sifatida harakat qilsa, firma tomonidan qancha ishchi yollanadi, ish haqi stavkasi va ishchilar tomonidan olinadigan renta miqdori.

Yechimi:

$$\text{Renta} = 0.5 \times (18.75 - 7.5) \times 9000 = 50625 \$$$

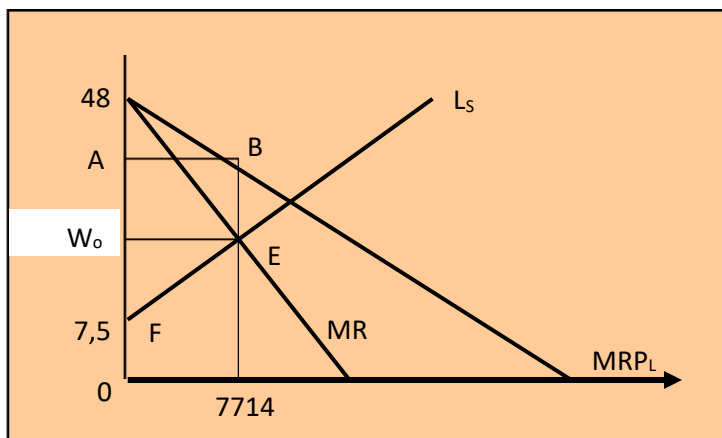
$$\text{MRPL} = 48 - 0.002L$$

$$W = 7.5 + 0.00125L$$

c) Monopolistning chekli daromad chizig'ini topamiz. Mehnatga talab funksiyasidan $R = W \times L$ bo'lgani uchun $MR = 48 - 0.004L$. Mehnat taklifi chizig'i mehnatning chekli harajat chizig'ini beradi. $MC = W = 7.5 + 0.00125L$ bo'lsa, $48 - 0.004L = 7.5 + 0.00125L$ bundan $L = 7714.28$. Firma 7714 ishchini yollaydi.

$W = 48 - 0.002 \times 7714.28 = 32.6 \$$. Rentani hisoblashda quyidagi

grafikdan foydalanamiz.



**Renta = SA
BEF**

$$W_0 = 7.5 + 0.00125 \times 7714 = 17.1 \$$$

$$A = 48 - 0.002 \times 7714 = 32.6$$

$$\begin{aligned} \text{Renta} &= 0.5 \times (17.1 - 7.5) \times 7714 + (32.6 - 17.1) \times 7714 \\ &= 37027.2 + 119567 = 156594.2 \$ \end{aligned}$$

$$7 = 156594.2 \$$$

Javob: 156594.2 \$

Amaliy mashg'ulot-15.

Mavzu: Bozor xokimiyati sharoitida narx belgilsh tamoillari.

Berilgan jumladagi atamalarning har biriga to'g'ri tarifni toping. Sof raqolbatli firma, monopolistic raqobatdagi firma, ikkalasiga ham kiradigan hamda ikkalasiga ham kirmaydign firmaga mos tasniflarni toping.

- a) Bir raqobatchining boshqa raqobatchilardan maxsulot sotishining farq qilishi;
 - b) O'rnatilgan narxdan ko'proq foyda olish; c) Faoliyat davomida iqtisodiy foyda olish;
 - d) Faoliyat davomida umumiy o'rtacha narxning minimal qiymatida maxsulot ishlab chiqarish;
 - f) Qiymatni yuqori baholash;
- Sparkle bozordagi uzoq muvozanat davridagi tish pastasi firmalaridan biridir. a) Sparklening talab chiziq diagrammasini ko'rsating, chekli daromad chizig'ini, o'rtacha daromad chizig'ini va chekli xarajat chizig'ini chizing; b) Sparkle ning foydasi nmada? Tusuntirib bering;
- c) Diagrammangizda xaridorning Sparkle tish pastasini sotib olishdan topgan ortiqcha foydasini ko'rsating;
 - d) Agar hukumat Sparkleni yanada samarali ishlashga undasa firma qay darajada bo'lishi mumkin? Uning xaridorlarigachi?

2-masala

Berilgan juftliklarni ko'rib chiqing hamda reklamaning qaysi turi ko'proq aloqador bo'lishini tushuntiring.

- a) Oiaviy egalik qilinadigan firma yoki restoran; b) Lift uskunolari sanoati yoki mashina sanoati;
- c) Juda qulay razor yoki kamroq razorni ixtiro qilgan kompaniya;

3-masala

Sleek Sneakers Co poyafzallar bozoridagi ko'plab firmalardan biridir.

- a) Sleek hozircha qisqa muddatli iqtisodiy daromad olishini ko'rsating (ta'kidlang)

Diagrammada Sleekning daromadini maksimal darajada oshirishi va narxini shuningdek daromadini oshirish sohasini ko'rsating;

- b) Sleekning narxiga, ishlab chiqarish hajmigava foydasiga nima sodir bo'ldi? Bu o'zgarishlarni so'zlar yordamida tushuntiring va diagrammada korsating.

c) Faraz qilinadiki, vaqt davomida istemolchilar oyoq kiyim brendlari orasidagi stilistik farqlarga diqqatlarini qaratishadi. Bu o'zharish har bir jismoniy talabning narx egiluvchanligiga tasir munosabari qanaqa bo'ladi? Uzoq muddatli oraliqda Sleekning narxi, ishlab chiqarish hajmi va foydasiga talab ta'sirida qanday o'zgarishlar bo'ladi?

- d) Sleekning talab elastikligi yoki noelastik egri chizig'ini tushuntiring?

Berilgan jumladagi atamalarning har biriga to'g'ri tarifni toping. Sof raqolbatli firma, monopolistic raqobatdagi firma, ikkalasiga ham kiradigan hamda ikkalasiga ham kirmaydign firmaga mos tasniflarni toping.

- a) Bir raqobatchining boshqa raqobatchilardan maxsulot sotishining farq qilishi;
 - b) O'rnatilgan narxdan ko'proq foyda olish; c) Faoliyat davomida iqtisodiy foyda olish;
 - d) Faoliyat davomida umumiy o'rtacha narxning minimal qiymatida maxsulot ishlab chiqarish;
 - f) Qiymatni yuqori baholash;
- Sparkle bozordagi uzoq muvozanat davridagi tish pastasi firmalaridan biridir. a) Sparklening talab chiziq diagrammasini ko'rsating, chekli daromad chizig'ini, o'rtacha daromad chizig'ini va chekli xarajat chizig'ini chizing; b) Sparkle

- ning foydasi nmda? Tusuntirib bering;
- c) Diagrammangizda xaridorning Sparkle tish pastasini sotib olishdan topgan ortiqcha foydasini ko'rsating;
- d) Agar hukumat Sparkleni yanada samarali ishlashga undasa firma qay darajada bo'lishi mumkin? Uning xaridorlarigachi?

2-masala

Berilgan juftliklarni ko'rib chiqing hamda reklamaning qaysi turi ko'proq aloqador bo'lishini tushuntiring.

- a) O'zaro egalik qiladigan firma yoki restoran; b) Lift uskunalari sanoati yoki mashina sanoati;
- c) Juda qulay razor yoki kamroq razorni ixtiro qilgan kompaniya;

3-masala

Sleek Sneakers Co poyafzallar bozoridagi ko'plab firmalardan biridir.

- a) Sleek hozircha qisqa muddatli iqtisodiy daromad olishini ko'rsating (ta'kidlang)

Diagrammada Sleekning daromadini maksimal darajada oshirishi va narxini shuningdek daromadini oshirish sohasini ko'rsating;

- b) Sleekning narxiga, ishlab chiqarish hajmigava foydasiga nima sodir bo'ldi? Bu o'zgarishlarni so'zlar yordamida tushuntiring va diagrammada korsating.

c) Faraz qilinadiki, vaqt davomida istemolchilar oyoq kiyim brendlari orasidagi stilistik farqlarga diqqatlarini qaratishadi. Bu o'zgarish har bir jismoniy talabning narx egiluvchanligiga tasir munosabari qanaqa bo'ladi? Uzoq muddatli oraliqda Sleekning narxi, ishlab chiqarish hajmi va foydasiga talab ta'sirida qanday o'zgarishlar bo'ladi?

- d) Sleekning talab elastikligi yoki noelastik egri chizig'ini tushuntiring?

Amaliy mashg'ulot-16

Mavzu: Mehnat bozorida va korxonalarda mehnat resurslaridan foydalanish.

1-masala

“Roison” firmasida ishchilarning ish soatlari 8 soatdan 6 soatga qisqartirildi. Ish unumdorligi necha foizga oshsa ishlab chiqarish hajmi 2%ga ortadi?

2-masala

Robiyaning mablag'i 100 000 so'mni tashkil etadi. U ushbu puliga olma va go'sht sotib olmoqchi. Bozorda 1 kg olma narxi 2000 so'm va 1 kg go'sht narxi 7000 so'm edi. Bozordagi o'zgarishlar tufayli olma narxi 1500 so'mga tushdi, lekin go'sht narxi 20% ga ko'tarildi. Robiyaning dastlabki va hozirgi vaqtdagi byudjet chizig'i grafikda chizilsin va o'zgarishlarni izohlang.

3-masala

Mahalliy bozordagi ish kuchiga talab funksiyasi $LD=1000-20 \times W$, taklif funksiyasi esa $LS=-600+60 \times W$ 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:

$$LD=1000-20 \times W = LS = -600+60 \times W$$

$$80 \times W = 1600$$

$$W = 20 \$$$

$LD = LS = -600 + 60 \times W = 600$ kishi minimal ish haqi 25 \$ qilib belgilangandan so'ng ishchilar taklifi $LS = -600 + 60 \times W = -600 + 1500 = 900$ kishini ularga talab esa

$$LD = 1000 - 20 \times W = 1000 - 500 = 500 \text{ kishini tashkil qiladi. Ushbu qaror natijasida}$$

$$900 - 500 = 400 \text{ kishi ishsiz qoladi.}$$

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.

4-masala

Musulmon mamlakatlarining birida ish boshqaruvchi kadrlarga talab funksiyasi $LD = 900 - 4 \times W$, taklif esa $LS = -300 + 8 \times W$ ko'rinishida berilgan. Bu yerda,

W – yillik ish haqi ming dollar hisobida, LD va LS 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 $LD = 900 - 4 \times W = LS = -300 + 8 \times W$ bundan $W = 100$ va $LD = LS = 500$ 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

$LS = 0.6 \times (-300 + 8 \times W) = -180 + 0.48 \times W$ ko'rinishida bo'ladi. Endi yangi muvozanat parametrlarini topamiz $LS = -180 + 0.48 \times W = LD = 900 - 4 \times W$ bundan $W = 122.72$ va $LD = LS = 409.09$ 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.

Amaliy mashg'ulot-17.

Mavzu: Kapital qo'yilmalar va kapital bozori.

1-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: mahsulotlar tan narxi – 500 so'm; ulgurji savdo xarajatlari – 100 so'm;

Chakana savdo xarajatlari – 150 so'm. Taqsimlash kanallari har birlarining foydasi tovar tannarxining 20%iga teng. Xaridor tovarni qanday tannarxda sotib oladi?

Yechish: $500 \cdot 20\% = 100$

so'm

Ishlab chiqarish firmasi $500 + 100 = 600$

Ulgurji savdo firmasi $600 + 100 + (500 \cdot 20\%) = 800$

Chakana savdo firmasi $800 + 150 + (500 \cdot 20\%) = 950 + 100 = 1050$ so'm.

2-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: tovar tannarxi – 1 000 so'm, ulgurji savdo xarajatlari – 100 so'm, chakana savdo xarajatlari – 200 so'm. Taqsimlash kanalining har bir qatnashchisi foydasi tovar tannarxi 15% ga teng. Xaridor tovarni qanday narxda sotib oladi?

Yechish:

$1\,000 \cdot 15\% = 150$ so'm

Ishlab chiqarish firmasi $1000 + 150 = 1150$

Ulgurji savdo firmasi $1150 + 100 + (1000 \cdot 0.15) = 1250 + 150 = 1400$ Chakana

savdo firmasi $1400 + 200 + 150 = 1750$ so'm.

3-masala

Ishlab chiqaruvchi firma, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi firma chakana savdo firmasi, xaridor tizimidan quyidagilar ma'lum bo'lsin: ulgurji savdo xarajatlari – 150 so'm, chakana savdo xarajatlari – 200 so'm, taqsimlash kanallarining har bir qatnashchisi foydasi tovar tannarxining 20% ga teng. Xaridor tovarni 1330 so'mdan sotib oldi. Tovar tannarxi necha so'm?

$x + u =$ ishlab chiqarish narxi; x – tannax; u – foyda.

$x + u + 150 + y = x + 2y + 150$ ulgurji narx

$x + 2y + 150 + 200 + y = x + 3y + 350 = 1330$

$x - 100\%$

$y - 20\%$; $y = 0.2$

$x + 3y + 350 = 1330$

$x + 350 + 3 \cdot 0.2x = 1330$

$x + 0.6x + 350 = 1330$

$x + 0.6x = 1330 - 350$

$1.6x = 980$ $x = 980 \div 1.6$;

$x = 612.5$.

4-masala (shahar olimpiyadasi, 4-5-yanvar, 2010 yil)

Tovarga bo'lgan talab va taklif funktsiyalari quyidagicha berilgan: $Q_d = 110 - P$; $Q_s = 2P - 50$.

Agar har bir tovar uchun uning narxining 20% i miqdorida soliq belgilansa: A.Bu tovarning bozordagi muvozanat narx va muvozanat miqdor qanday

o'zgardi?

B.Bu tovar sotuvchining daromadi qanday o'zgaradi? **Yechish:**

$Q_s = Q_d$ $2P - 50 = 110 - P$ $2P + P = 110 + 50$ $3P = 160 \quad P = 53.3$ $Q_s = 2 * 53.3 - 50 = 56.6$ $Q_d = 110 - 53.3 = 56.6$ $TR = P * Q = 53.3 * 56.6 = 3016.78$	Narxga soliq foizini qo'shish formulasi: $(1 - \% / 100 * P)$ A. $110 - P = 2((1 - 20\% / 100\%) * P) - 50$ $110 - P = 2 * 0.8P - 50$ $110 - P = 1.6P - 50$ $160 = 2.6P \quad P = 61.5$ $Q = 110 - 61.5 = 48.5$; $TR = 61.5 * 48.5 = 2982.7$ B. $\Delta TR = TR_2 - TR_1 = 2982.7 - 3016.78 = -34.1$
---	---

5-masala

$E_d^p = -2$ bo'lsa, monopol narx formulalariga ko'ra, soliq t ga teng bo'lganda
 $P = (MC + t) / (1 + 1/(-2)) = 2(MC + t) = 2MC + 2t$
Narx soliq miqdoriga nisbatan 2 barobar o'sadi.

Amaliy mashg'ulot-18.

Mavzu: Korxonalar faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish.

1-masala

Erkin toshkent madaniyat institutida talaba. Kundalik mayda chuyda xarajatlari uchun kollejda ma'rifiy tadbirlarni uyushtirishda tashkilotchi bo'lib ishlaydi. Bajaradigan ishi badiiy film namoyish etishni tashkil etish. Asosiy ishlaridan biri kinofilm ko'rish uchun билетga narx belgilash. Kinofilmlar zalida 700 o'rin, film prokati uchun to'lanadigan haq 180ming so'm jami ijaraga olish haqi 250ming so'm. Operatorlarga 15ming so'm, билет tekshiruvchilarga 15ming so'm.

Bilet narxiga ko'ra quyidagicha

$P_1 = 700$	$P_2 = 600$	$P_3 = 500$	$P_4 = 400$	$P_5 = 300$
$Q_1 = 300$	$Q_2 = 400$	$Q_3 = 500$	$Q_4 = 600$	$Q_5 = 600$

TC, TR, π va me'yoriy tushumni aniqlang. Ulardan qanday xulosa chiqazish mumkin.

P	Q	TR = P * Q	TC	Talab elastigligi	$\pi = TR - TC$
700	300	250000	225000	-	-15000
600	400	240000	225000	1,14	15000
500	500	250000	225000	1,19	25000
400	600	240000	225000	1,14	15000
300	700	210000	225000	1	-15000

$P = 500$ so'm bo'lishi kerak, chunki maksimal foyda shu narxdan yuqori.

$$A\pi = 250 - 180 = 70 \text{ so'm}$$

Demak, 2-yil foyda 70 so'mga ortgan.

2-masala

Tovarga bo'lgan talab formulasi $Q_d = 700 - P$ ko'rinishida bo'lib, taklif funksiyasi $Q_s = 2P - 200$ bu erda R-tovar narxi so'mlarda Q - miqdor (ming dona).

A) Muvozanat narx va muvozanat miqdorni

B) Davlat tomonidan 200 so'm belgilangan narx o'rnatilgandan so'ng taklif xajmi, sotuv miqdori va difitsit miqdorni aniqlang.

D) Har bir sotilgan tovar birligiga 150 so'mdan soliq berilsa, Yangi muvozanat kattalikni aniqlang.

V) 1- bir birlikka 150 so'm datatssiyadan keyin.

Yechish:

A) muvozanat narx qoidaga asosan talab va taklif funksiyalari tenglashtirishdan iborat.

$$Q_d = Q_s$$

$$700 - P = 2P - 200$$

$$= 900$$

$$P = 300 \longrightarrow \text{muvozanat narx. } Q_d$$

$$= 700 - P = 700 - 300 = 400 \quad Q_s = 2 \cdot P$$

$$- 200 = 2 \cdot 300 - 200 = 400$$

Demak: 400 ming dona muvozanat miqdor B) $P =$

200 so'm bo'lganda

$$Q_s = 2 \cdot 200 - 200 = 200 \text{ taklif xajmi } 200 \text{ ming dona.}$$

Talab miqdori: $Q_d = 700 - 200 = 500$ ming dona difitsit miqdor: $500000 - 200000 = 300000$ dona

$$D) 700 - P = 2(P - 150) - 200$$

$$700 - P = 2P - 300 - 200$$

$$700 + 500 = 3P$$

$$P = \frac{1200}{3} \Rightarrow$$

$$P = 400$$

$$Q_d = 700 - 400 = 300$$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

$$B) 700 - P = 2(P + 150) - 200$$

$$P = 2P + 300 - 200$$

$$700 - 100 = 3P$$

$$P = \frac{600}{3} \Rightarrow$$

$$P = 200$$

$$Q_d = 500$$

$$Q_s = 2 \cdot 400 - 300 - 200 = 300$$

3-masala

“Avtoservis” korxonasi o‘z xizmat ko‘rsatish doirasini zamonaviylashtirdi. Bunda birlik mahsulotga xarajatni 2 dollarga ko‘paytirdi va mijozlarga xizmat ko‘rsatish miqdorini 1-oyda 200 dan 3 000 gacha oshirib, narx 3 dollargacha pasayishiga olib keldi. Daromad qanday o‘zgardi?

$$\begin{aligned} TR &= Q \cdot P; TR_0 = P_0 \cdot 2\,000 \quad TR_1 = (P_0 - 3) \cdot 3\,000 \\ 2\,000 \cdot P_0 &= 3\,000 \cdot P_0 - 9\,000 \quad 1\,000 \cdot P_0 = 9\,000; P_0 = 9 \quad TR_0 = 9 \cdot 2\,000 = 18\,000 \\ TR_1 &= (P_0 - 3 + 2) \cdot 3\,000 = 24\,000 \quad 24\,000 - 18\,000 = 6\,000 \end{aligned}$$

Yechish:

$$\begin{aligned} TR_0 &= 2\,000 \cdot P; TR_0 = 18\,000 \quad TR_1 = 3\,000 \cdot P - 9\,000; TR_1 = 18\,000 \quad P = 9 \\ TC_0 &= ATC_0 \cdot Q; TC_0 = 2\,000 \cdot ATC; TC_1 = 3\,000 \cdot (ATC + 2) \\ TC_0 &= 2\,000 \cdot (-6) = -12\,000 \quad TC_1 = 3\,000 \cdot (-6 + 2) = -12\,000 \\ 2\,000 \cdot ATC &= 3\,000 \cdot ATC + 6\,000 \quad 1\,000 \cdot ATC = -6\,000 \\ ATC &= -6 \\ P_{20} &= 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000 \quad P_{2I} = 18\,000 - (-12\,000) = 30\,000 \end{aligned}$$

Demak, daromad foyda 6 000 dollarga oshgan miqdor 2 000dan 3 000gacha oshganligidan kelib chiqib, foyda kamaygan deyish mumkin.

4-masala

Nol darajali iqtisodiy o‘rinishga ega bo‘lgan firma mahsulot ishlab chiqarishi 1-yilda 250 dan 200 birlikkacha kamaydi va narx 10 so‘mga oshdi.

Daromadlarning mumkin bo‘lgan o‘zgarishini toping.

Yechish:

$$\begin{aligned} TR &= Q \cdot P; \\ TR_0 &= P_0 \cdot 250 \\ TR_1 &= (P + 10) \cdot 200 \\ 250P &= 200P + 2\,000 \\ 50P &= 2\,000 \\ P &= 40 \quad TR_0 = 250 \cdot 40 = 10\,000 \\ TR_1 &= 200 \cdot (40 + 10) = 200 \cdot 50 = 10\,000 \\ \text{Demak, daromadlar o'zgarmagan, lekin foyda oshgan.} \end{aligned}$$

5-masala

Televizor ishlab chiqarish texnologiyasining o‘zgarishi natijasida ishlab chiqarish firmaning o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlari 1% ga kamaydi. Agar bunda o‘zgaruvchan xarajatlar miqdori saqlanib qolsa, texnologiya o‘zgarishining oldingi va keyingi ishlab chiqarilgan mahsulotlar nisbati topilsin.

Yechish:

$$\begin{aligned} Q_0 &= VC_0 / AVC_0 \\ Q_0 / Q_1 &= ? \\ Q_1 &= VC_1 / AVC_0(1 - 1\% / 100\%) \\ Q_0 / Q_1 &= VC / AVC \div VC / AVC(1 - 1\% / 100\%) = VC / AVC * \\ AVC(1 - 1\% / 100\%) / VC &= 1 - 1\% / 100\% = (100 - 1) / 100 \end{aligned}$$

Mustaqil ta‘lim mashg‘ulotlari mavzulari va ularni

o'zlashtirish bo'yicha uslubiy kursatma

«Mikroiqtisodiyot» fani bo'yicha talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish ularda iqtisodiy bilim, dunyoqarash, ijtimoiy faollik va mustaqil fikrlashni shakllantirishga qaratilgan tadbirlar tizimini o'z ichiga oladi. U o'quv rejasi va fanlar dasturlarida ko'zda tutilgan zarur bilimlar va ko'nikmalarning talabalar tomonidan oqilona, kam vaqt va kuch sarflab o'zlashtirilishini ta'minlaydi. «Mikroiqtisodiyot» fanini o'qitish jarayonini takomillashtirish, talabaning qiziqishlarini, anglash faolligini va mustaqil ishlarini rivojlantirish yo'nalishida boradi, bunda ijodiy fikrlash, mustaqil o'qish, ko'nikma va layoqatlari shakllanadi.

Talaba mustaqil ishi – muayyan fandan o'quv dasturida belgilangan bilim, ko'nikma va malakaning ma'lum bir qismini talaba tomonidan fan o'qituvchisi maslahati va tavsiyalari asosida auditoriya va auditoriyadan tashqarida o'zlashtirishga yo'naltirilgan tizimli faoliyatdir.

Mustaqil ishni bajarishdan **asosiy maqsad** – «Iqtisodiyot» kafedrası professoro'qituvchilarining bevosita rahbarligi va nazorati ostida talabalarni semestr davomida fanni uzluksiz o'rganishini tashkil etish, olingan bilim va ko'nikmalarni yanada mustahkamlash, kelgusidagi darslarga tayyorgarlik ko'rish, aqliy mehnat madaniyatini, yangi bilimlarni mustaqil ravishda izlab topish va qabul qilishni shakllantirish hamda ushbu tariqa universitetda raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashga erishishdan iborat.

Mustaqil ish uchun beriladigan topshiriqlarning shakli va hajmi, qiyinchilik darajasi semestrda–semestrga ko'nikmalar hosil bo'lishiga muvofiq ravishda o'zgarib, oshib borishi lozim. Ya'ni, talabalarining topshiriqlarni bajarishdagi mustaqilligi darajasini asta-sekin oshirib, ularning topshiriqlarni bajarishga tizimli va ijodiy yondoshishga o'rganib borishi kerak.

« Mikroiqtisodiyot » fani bo'yicha talabalar mustaqil ishini tashkil etishda talabaning akademik o'zlashtirish darajasi va qobiliyatini hisobga olgan holda **quyidagi shakllardan** foydalanish mumkin:

- fanning ayrim mavzularini o'quv adabiyotlari yordamida mustaqil o'zlashtirish, o'quv manbalari bilan ishlash;
- seminar va amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rib borish;
- belgilangan mavzular bo'yicha referat tayyorlash;
- Prezident Sh.Mirziyoyev asarlarini mustaqil o'rganish va konspektlashtirish;
- O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Prezident qarorlari va farmonlari hamda boshqa me'yoriy hujjatlarni konspektlashtirish;
- testlar yechish;
- amaliyotdagi mavjud muammoning yechimini topish bo'yicha keyslar yechish;
- munozarali savollar va topshiriqlarga tayyorgarlik ko'rish;
- talabalarining ilmiy jamiyatlari va to'garaklarida ishtirok etish;
- ko'rgazmali vositalar tayyorlash;
- kurs ishi (loyihalari)ni bajarish;
- hisob-kitob va grafik ishlarini bajarish;
- ilmiy maqola, tezislar va ma'ruza matnlarini tayyorlash;
- “talaba-o'qituvchi-kutubxona” kunida fan bo'yicha yangi o'quv adabiyotlari sharhini o'qituvchi bilan hamkorlikda tayyorlash;
- axborot resurs markazida belgilangan mavzular bo'yicha nazariy, amaliy va statistik ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash va muayyan tizimga solish;
- belgilangan mavzular bo'yicha zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida taqdimot materiallari tayyorlash;
- talabalar turar joyidagi ma'naviyat xonasi, kutubxona, zamonaviy axborot texnologiyalar markazi imkoniyatlaridan foydalanilgan holda mustaqil o'qish jarayonlarida ishtirok etish;
- fakultativlar va maxsus seminarlar ishlarida ishtirok etish;
- kafedralar va fakultetlarning ilmiy hamda ilmiy-uslubiy ishlarida ishtirok etish va boshqalar.

Talabalarining mustaqil ishi ta'lim va tarbiyaning shunday vazifalariga bo'ysundirilganki, butun o'quv jarayoni to'laligicha talabalar tomonidan faol, ongli, puxta va tizimli ravishda fan asoslarini o'zlashtirish va ularda iqtisodiy dunyoqarashni shakllantirish imkonini beradi. Bu

vazifalar ta'lim jarayoni va shaxsni shakllantirish qonuniyatlarini bilmasdan va foydalanmasdan turib hal qilinishi mumkin emas. Ularning mazmuniga qisqacha to'xtalib o'tamiz.

Mavzuni mustaqil o'zlashtirish. Fanning xususiyati, talabalarining bilim darajasi va qobiliyatiga qarab ishchi o'quv dasturiga kiritilgan alohida mavzular talabalarga mustaqil ravishda o'zlashtirish uchun topshiriladi. Bunda mavzuning asosiy mazmunini ifodalash va ochib berishga xizmat qiladigan tayanch iboralar, mavzuni tizimli bayon qilishga xizmat qiladigan savollarga e'tibor qaratish, asosiy adabiyotlar va axborot manbalarini ko'rsatish lozim. Topshiriqni bajarish jarayonida talabalar mustaqil ravishda o'quv adabiyotlaridan foydalanib, ushbu mavzuni konspektlashtiradilar, tayanch iboralarning mohiyatini anglagan holda mavzuga taalluqli savollarga javob tayyorlaydilar. Zarur hollarda (o'zlashtirish qiyin bo'lsa, savollar paydo bo'lsa, adabiyotlar yetishmasa, mavzuni tizimli bayon eta olmasa va h.k) o'qituvchidan maslahatlar oladilar. Mustaqil o'zlashtirilgan mavzu bo'yicha tayyorlangan matn o'qituvchiga himoya qilish orqali topshiriladi.

« Mikroiqtisodiyot » fani bo'yicha o'quv jarayonining ajralmas tarkibiy qismi bo'lgan mustaqil ishlar ko'proq referatlar qo'rinishida bo'lib kelmoqda. Referat talabalar ilmiy ishlarining birinchi shaklidir. Talabalar ilmiy ijodi o'quv jarayonlaridan biri sifatida o'qitish, bilim berish va tarbiyalash vazifalarini bajarishda o'z xususiyatlariga ega. Talaba tadqiqot faoliyatiga jalb qilinib, ilmiy adabiyotlar bilan ishlash, statistik va boshqa materiallarni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'ladi, o'rganilayotgan hodisani tanqidiy baholashga o'rganadi, nazariyani amaliyot bilan bog'laydi va h. k.

Agar referat tayyorlashning darslik bo'yicha tayyorlangan seminar mashg'ulotidagi chiqishga qaraganda mazmun va sifat jihatdan yuqoriligi hisobga olinsa, referat shubhasiz katta foyda keltiradi. Talaba auditoriya oldida referatda bayon qilingan qoidalarini himoya qilishga, yoqlashga tayyorlanishi kerak, Mikroiqtisodiyotni o'rganishda bu muhim ahamiyatga ega.

Referat - bu talabalar mustaqil ishlarining samarali shakllaridan biridir. Mazkur shakl talaba tomonidan referat mavzusini tanlash, unda yoritiladigan masalalar mazmunini oldindan rejalashtirish, referatni tayyorlash va muhokama qilishning barcha bosqichlarida kafedra professor-o'qituvchilarining tashkiliyuslubiy yordami va maslahati asosidagina samarali amalga oshishi mumkin. Bu yerda o'qituvchi tomonidan talabalarining referat ishlariga rahbarlik qilish qanchalik batafsil va malakali amalga oshirilganligi va referatlarga talabalar mezoni qanchalik to'g'ri qo'yilganligi albatta, hal qiluvchi ahamiyatga ega. Topshiriq talabalarining referat yozish ko'nikmalarini, ilmiy qiziqishlari va bilim darajasini hisobga olgan holda berilishi juda muhim.

Ko'rgazmali vositalar tayyorlash. Talabaga muayyan mavzuni bayon qilish va yaxshiroq o'zlashtirish uchun yordam beradigan ko'rgazmali materiallar tayyorlash vazifasi topshiriladi. Mavzu o'qituvchi tomonidan aniqlanib, talabaga ma'lum ko'rsatmalar, yo'l-yo'riqlar beriladi. Ko'rgazmali vositalarning miqdori, shakli va mazmuni talaba tomonidan mustaqil tanlanadi. Bunday vazifani bir mavzu bo'yicha bir necha talabaga yoki talabalar guruhiga topshirish ham mumkin.

Mavzu bo'yicha testlar, munozarali savollar va topshiriqlar tayyorlash. Talabaga mustaqil ish sifatida muayyan mavzu bo'yicha testlar, qiyinchilik darajasi har xil bo'lgan masalalar va topshiriqlar, munozaraga asos bo'ladigan savollar tuzish vazifasi topshiriladi. Bunda o'qituvchi tomonidan talabaga testga qo'yiladigan talabalar va uni tuzish qonun-qoidalari, qanday maqsad ko'zda tutilayotganligi, muammoli savollar tuzishda mavzuning munozarali jihatlarini qanday ajratish lozimligi, topshiriqlarni tuzish usullari bo'yicha yo'l-yo'riq beriladi.

Ilmiy maqola, tezislari va ma'ruzalar tayyorlash. Talabaga biron-bir mavzu bo'yicha (mavzuni talabaning o'zi ham tanlashi mumkin) ilmiy maqola, tesis yoki ma'ruza tayyorlash topshirilishi mumkin. Bunda talaba o'quv adabiyotlari, ilmiytadqiqot ishlari, dissertatsiyalar, maqola va monografiyalar hamda boshqa axborot manbalaridan mavzuga tegishli materiallar to'playdi.

Talabalarining ilmiy-nazariy konferentsiyalari ham talabalar mustaqil ishlarining shakllaridan biridir. Kafedra professor-o'qituvchilari talabalar ilmiy-nazariy konferentsiyasini tashkil etish orqali o'z ishini guruhning kasbiy yo'naltirilganligini, a'zolarining yosh tarkibini, qiziqishlarini hisobga olib, tabaqalashgan holda tashkil qilishi kerak. Faqat shu holdagina

talabalarining konferentsiyani o'tkazishda faol ishtiroki va manfaatdorligi ta'minlanadi. Talabalarining ilmiy-nazariy konferentsiyalarini bosqichma-bosqich o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Mikroiqtisodiyot fani bo'yicha talabalarining ilmiy-nazariy konferentsiyalarini quyidagi bosqichlarda amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1-bosqich – fan o'qitilayotgan barcha o'quv guruhlarida konferentsiyalarni o'tkazish;

2-bosqich – har bir guruhda tanlab olingan talabalarining eng yaxshi ma'ruzalarini fakultet va fakultetlararo konferentsiyaga taqdim etish va o'tkazish;

3-bosqich – fakultetlararo konferentsiyada tanlab olingan eng yaxshi ma'ruzalarni umumuniversitet ilmiy-nazariy konferentsiyasiga taqdim etish.

Butun guruhlar uchun yagona bo'lgan konferentsiya mavzusini tasdiqlab, talabalarining ma'ruza va chiqishlarini guruhlarining qiziqishlariga qarab ixtisoslashtirish mumkin.

Mustaqil ta'lim (MT)

(MT)	Mustaqil ta'lim	Soati	Bajarish shakli	Topshirish muddati
MT1	Bozor iqtisodiyotida talab va taklifning ahamiyati.	2	test	o'quv semestri davomida
MT2	Pozitiv va normativ mikroiqtisodiyot.	4	glossariy	o'quv semestri davomida
MT3	Mikroiqtisodiyotning tadqiqot usullari.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT4	Savdo hammaga foydali va bozorlar odatda iqtisodiy faoliyatni tashkil etishda yaxshi bir yo'ldir.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT5	Elastiklik koeffitsienti yordamida bozor talabini baholash.	2	ma'ruza	o'quv semestri davomida
MT6	Naflik va chekli naflik, chekli naflikni kamayish qonuni.	4	test	o'quv semestri davomida
MT7	Byudjet chegarasi va uning o'zgarishi.	4	test	o'quv semestri davomida
MT8	Naflikni maksimallashtirish.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT9	Past toifali, oliy toifali va birlamchi ehtiyoj tovarlar.	4	munozarali savollar	o'quv semestri davomida
MT10	Almashtirish samarasini va daromad samarasini amalda qo'llash.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT11	O'rnini bosuvchi va to'ldiruvchi tovarlar.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT12	Tavakkalchilikning vujudga kelish sabablari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT13	Tavakkalchilikni pasaytirish yo'llari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT14	Korxonalarining faoliyat sohalarini va ishlab chiqaradigan mahsulotlar turini	2	glossariy	o'quv semestri davomida

	kengaytirish (diversifikatsiyasi).			
MT15	Izokvantalar xaritasi va uning xususiyatlari.	2	glossariy	o'quv semestri davomida
MT16	Ishlab chiqarish omillari chekli mahsuldorligining kamayish qonuni.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT17	Ishlab chiqarish hajmi samarasiga ko'ra firmaning optimal o'lchamini aniqlash.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT18	Ishlab chiqarish omillari va ishlab chiqarish omillarining chekli mahsuldorligining kamayish qonuni.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT19	Firma foydasini aniqlash va uni maksimallashtirish	4	amaliy topshiriq	o'quv semestri davomida
MT20	Raqobatlashgan monopol bozor, ustun jihatlari va kamchiliklari.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT21	Iste'molchining bozordagi harakati.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT22	Raqobatlashgan bozorda harakat qiluvchi firma daromadlari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT23	Tarmoqning taklifi.	2	ma'ruza	o'quv semestri davomida
MT24	Tarmoqning kengayish mexanizmi.	4	ma'ruza	o'quv semestri davomida
MT25	Ishlab chiqarish ko'lami.	2	glossariy	o'quv semestri davomida
MT26	O'zgarmas samarali ishlab chiqarish ko'lami.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT27	Monopol bozorlarda ishlab chiqarish.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT28	Monopol bozorlarda ishlab chiqarish va narxlar o'rnatishdagi qarorlar.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT29	Monopoliyada foydani maksimallashtirish.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT30	Davlatning monopoliyalarga qarshi siyoati.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT31	Bozor muvozanati va uning ahamiyati.	2	tezis	o'quv semestri davomida
MT32	Byudjet chegarasi va byudjet chizig'i.	4	ma'ruza	o'quv semestri davomida
MT33	Doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar. Raqobatlashuvchi firmaning foydasi va daromadlari.	4	esse	o'quv semestri davomida

MT34	Raqobatlashgan bozorda firmaning muvozanati.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT35	Firma va tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT36	Tadbirkorlik shakllari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT37	Noaniqlik va tavakkalchilik.	2	amaliy topshiriq	o'quv semestri davomida
MT38	Monopolistik raqobat bozorining xususiyatlari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT39	Monopolistik raqobat va jamiyat farovonligi.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT40	Monopolistik raqobat bozori samaradorligi.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT41	Mehnat bozorida monopsoniya holati.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT42	Asosiy va aylanma kapital mablag'lari.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT43	Oligopolianing bozor natijalariga ta'siri.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT44	Jamiyat siyosati oligopoliyalar tomon.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT45	Iste'molchi yutug'ini qo'lga kiritish.	2	amaliy topshiriq	o'quv semestri davomida
MT46	Narxlar diversifikatsiyasi.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT47	Mehnat munosabatlari va mehnat resurslaridan foydalanish ko'rsatkichlari.	4	munozarali savollar	o'quv semestri davomida
MT48	Tashqi ta'sirlarga qaratilgan davlat siyosati: buyruq va nazorat siyosati, bozorga asoslangan siyosat.	4	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT49	Ijtimoiy ne'matlar: mudofaa tizimi, fundamental ilmiy tadqiqotlar, qashshoqlikka qarshi kurashish.	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
MT50	Umumiy resurslarning yangi muammolari	2	taqdimot yaratish	o'quv semestri davomida
	Jami:	156		

Mustaqil ishni amalga oshirishda talaba bajarishi lozim bo'lgan vazifalar

Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda quyidagi vazifalarni bajarishlari lozim:

- yangi bilimlarni mustaqil tarzda puxta o'zlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lish;
- zarur ma'lumotlarni izlab topish uchun qulay usullarni va vositalarni aniqlash;
- axborot manbalaridan samarali foydalanish;
- an'anaviy o'quv va ilmiy adabiyotlar hamda me'yoriy xujjatlar bilan ishlash;
- elektron o'quv va ilmiy adabiyotlar va ma'lumotlar banki bilan ishlash;
- Internet tarmog'idan maqsadli foydalanish;
- ma'lumotlar bazasini tahlil etish;
- ish natijalarini ekspertizaga tayyorlash va ekspert xulosasi asosida qayta ishlash;
- topshiriqlarni bajarishda tizimli va ijodiy yondashish;
- ishlab chiqilgan yechim, loyiha yoki g'oyani asoslash va mutaxassislar davrasida himoya qilish.

Mustaqil ta'limda foydalanish uchun tavsiya etiladigan adabiyotlar Asosiy adabiyotlar

1. B.T. Salimov, M.S. Yusupov, B.B. Salimov. Mikroiqtisodiyot. Darslik. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019, - 270 b.
2. Bakiyeva I.A., Xo'jaev X.S., Muxitdinova M.S., Fayziev Sh.Sh. “Mikroiqtisodiyot”. O'quv qo'llanma. T: “O'FMJN”, 2017. - 436 b.
3. Brue, McConnell, and Flynn. Economics. Principles, Problems, and Policies.EIGHTEENTH EDITION. Published by McGraw-Hill/Irwin, New York, NY, 10020. Copyright © 2009. -917 p.
4. ECONOMICS. Nineteenth Edition.PAUL A. SAMUELSON.WILLIAM D. NORDHAUS. Published by McGraw-Hill/Irwin, New York. 2010,-745 p.
5. Egamberdiyev E. “Mikroiqtisodiyot”. Darslik T.: G'ofur G'ulom nomidagi nashriyot uyi – matbaa ijodiy uyi, 2005. -304 b.
6. Robert Pindyck, Daniel Rubinfeld. Mikroiqtisodiyot. Sharq. Toshkent. 2002.- 448 b.
7. Salimov B.T., Yusupov M.S., Salimov B.B. Mikroiqtisodiyot. Darslik. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019, - 270 b.
8. Менькю Н.Г. Принципы макроэкономики 5-е изд./Пер.с. англ. - СПб.: Питер, 2018. - 544 с.
9. Микроиктисодиёт: Олий укув юртлари учун дарслик /С.С.Ғуломов, Р.Х.Алимов, Б.Т.Салимов ва бошқ.Т.: “Шарқ”, 2001.-320б.

Qo'shimcha adabiyotlar

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar Strategiyasi to'g'risida”gi PF-4947-sonli farmoni. <https://www.lex.uz/acts/3107036>
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-sonli “2022 — 2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi”. <https://lex.uz/docs/5841063>
12. Mirziyoyev Sh.M. “Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak”. / T.: O'zbekiston, 2017. – 104 b.
13. Хаджаев Х.С., Каримов Ф.Ш. Микроэкономика. Учебное пособие Т.: “Иқтисод-молия”, 2016. -169 с.
14. Пиндайк Р.,Рубинфельд Д. «Микроэкономика» 5 изд., Санкт-Петербург 2014. -548 с.

Axborot manbaalari

15. www.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi Hukumat portali.

16. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
17. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi sayti.
18. www.soliq.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi sayti.
19. www.cbu.uz - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki sayti.
20. www.wordbank.org – Jahon banki sayti.
21. www.imf.org – Xalqaro valyuta jamg'armasi sayti.

GLOSSARIY.

Almashtirish samarasi - ish haqini ortishi natijasida bo'sh vaqtning qisqarishi.

Alternativ xarajatlar (opportunity cost) - tanlashda voz kechilgan eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan natija (qiymat, foyda, naflik).

Alternativ qiymat (foydalanilmagan imkoniyat deb ham qaraladi) - biror ne'mat qiymatini voz kechilgan boshqa bir nechta ne'mat qiymati bilan ifodalanishi.

Amortizasiya - bosqichma-bosqich asosiy kapital qiymatining ma'lum bir qismini ishlab chiqariladigan mahsulot qiymatiga o'tkazish yo'li bilan uni qoplash.

Asimmetrik axborot - bu shunday holatki, bunda bozorda bo'ladigan savdo-sotiqda bozor qatnashchilaridan bir qismi kerakli, muhim axborotga ega bo'lgan qism ega emas.

Auksion - tovarni oldi-sotdisini tashkil qilish usullaridan biri bo'lib unda transaksiya xarajatlari real vaqt rejimida o'tadi.

Bertran muvozanati (Bertrand equilibrium) - bozor duopolik bo'lganda firmalar tovar narxini tushirish va mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali bir biri bilan raqobatlashadi. Tovar narxi chekli xarajatga teng bo'lganda muvozanat holat barqarorlashadi.

Befarqlik chizig'i (indifference curve) - shaxs uchun bir xil naf beradigan bo'sh vaqt, ish vaqti va ish haqi (daromad) kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziq (bu yerda bo'sh vaqt va ish vaqti 0 dan 24 soatgacha qiymat qabul qiladi va har bir ish vaqti ma'lum daromadni, ish haqini ifodalaydi).

Bozor muvozanati - bozorda taklif miqdorini talab miqdoriga teng bo'lgan hol, taklif chizig'i bilan talab chizig'i kesishgan nuqtaga muvozanat nuqta deyiladi.

Byudjet - iste'molchining ma'lum vaqt oralig'ida oladigan barcha daromadlari yig'indisi.

Byudjet chegarasi (budget constraint) - umumiy vaqt – daromad koordinatalariga ega bo'lgan to'g'ri chiziq bo'lib, uning yotqlik burchagi ish haqini ifodalaydi. (daromad 0 bo'lganda vaqt 24 soatga teng, ya'ni (24,0)).

Byudjet chizig'i (budget line) - byudjetni to'liq sarflash sharti bilan iste'molchi sotib oladigan tovarlar kombinatsiyalarini ifodalovchi chiziq.

Daromad (revenue, yalpi daromad, TR) - sotilgan tovar miqdorini narxga ko'paytirilganiga teng, mahsulotlarni sotishdan tushgan tushum.

Daromad samarasi (income effect) - iste'mol majmuasiga kiruvchi ne'matlardan birining narxi o'zgarishi natijasida hosil bo'lgan real daromad hisobidan iste'mol tarkibini o'zgarishi.

Diversifikasiya - tavakkalchilikni pasaytirish usuli bo'lib bunda tavakkalchilik (yo'q otishlar) bir qator tovarlarga shunday taqsimlanadiki, tovarlardan bittasini sotib olishdan tavakkalchilikning ortishi boshqa tovarni sotib olishdagi tavakkalchilikning pasayishini bildiradi.

Diskontlash - qiymatlarni (daromadni, xarajatni, kapitalni) boshlang'ich yilga yoki oxirgi yilga keltirish.

Dispersiya - kutiladigan natijadan haqiqiy natijaning o'rtacha kvadratik chetlanishi.

Differensial renta - boshqa resurslarga nisbatan yuqori unumdorlikka ega bo'lgan resurs egasi tomonidan olinadigan renta.

Elastiklik (elasticity) - talab va taklifga ta'sir qiluvchi omillarning o'zgarishi natijasida ularni qanchaga o'zgarishi tushuniladi (narxni, daromadi, iste'molchilar soni va xokazo).

Ehtiyoj (needs) - insonni, korxonani faoliyat ko'rsatishi va rivojlanishi uchun zarur bo'lgan barcha narsalar. Ehtiyoj — bu insonlarni iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanishiga undaydigan ichki kuch.

Engel chiziqlari - iste'mol qilingan tovarlar miqdorini iste'molchi daromadining o'zgarishidan bog'liqligini ko'rsatuvchi chiziq.

Ehtimol (probability) - ma'lum natijaga erishish imkoniyati.

Gollandcha auksion - bu auksionda stavka yuqoridan pastga tovar sotilgunga qadar pasayib boradi.

Yopiq auksion - bunda tova uchun auksion hatnashchilari bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda stavkalarini qo'yadi va tovar kim ko'p stavka qo'ygan bo'lsa shunga beriladi.

Yer narxi - cheklanmagan vaqt davomida yerdan olingan barcha daromadlar yig'indisining keltirilgan (boshlang'ich yilga) qiymati.

Ijara haqi (to'lovi) - yerdan foydalanuvchi tomonidan bir yilda yer egasiga to'lanadigan pul miqdori.

Izokvanta - bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi egri chiziq.

Izokosta - yig'indisi bir xil yalpi xarajatga teng bo'lgan resurslar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi chiziq.

Iqtisodiy ne'mat - ehtiyojni qondirish vositasi.

Iqtisodiy renta - resursni sotilishi mumkin bo'lgan narx bilan muvozanat narx ayirmasiga teng. Noyob, cheklangan resur va ishchining yuqori malakasi uchun to'lanadigan qo'shimcha to'lov.

Iqtisodiy resurslar - ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar yoki ishlab chiqarish omillari.

Iqtisodiy o'sish - ishlab chiqarishda foydalaniladigan resurslar miqdorini oshirish yoki texnologiyani takomillashtirish orqali jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish.

Investision loyihani oqlash muddati - joriy foydalar yig'indisini investisiya qiymatiga teng bo'lishini ta'minlovchi minimal vaqt oralig'i.

Investisiyalash - asosiy kapitalni to'ldirish va o'stirish uchun vapital

qo'yish jarayoni. **Investisiyani ichki oqlash normasi** - investision loyiha samaradorligi ko'rsatkichi. Investisiyani qiymati bilan kelajakda olinadigan sof foydaning diskontirlangan qiymati yig'indisini nolga aylantiruvchi ichki qaytim normasi.

Inglizcha auksion - bunda stavka pastdan yuqoriga tovar sotilgunga qadar oshib boradi, tovar taklif qilingan maksimal narxda sotiladi.

Inson kapitali nazariyasi - inson kapitaliga investisiya qo'yish natijasida ish haqining har xil darajada bo'lishi sabablarini tushuntirib beruvchi nazariya.

Inson kapitaliga investisiya (human capital investment) - insonning qobiliyatini, malakasini, ishchining mehnat unumdorligini oshirishga olib keladigan har qanday harakat (shu bilan birga bilim olishiga, sog'liqini tiklashga sarflar).

Institutlar - iqtisodiy sub'ektlar harakatini cheklovchi, ularning o'zaro munosabatlarini tartibga soluvchi me'yorlar, qoidalar hamda ushbu me'yor va qoidalarni bajarilishini nazorat qilish mexanizmlari.

Iste'molchi ortiqchaligi (yutug'i) - iste'molchi tovarlar uchun to'lashi mumkin bo'lgan narxlar bilan tovarlarga bozorda haqiqiy to'langan narxlar ayirmalarining yig'indisi.

Ish haqi (wage rate) - foydalanilgan mehnat uchun berilgan pul miqdori yoki narx.

Ishlab chiqarish (production) - ishlab chiqarish omillaridan foydalangan holda mahsulot yaratish jarayonini yoki ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantirish jarayoni.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i - mavjud bo'lgan ishlab chiqarish resurslaridan to'liq va samarali foydalanish orqali ishlab chiqariladigan tovarlar kombinasiyasini ifodalovchi chiziq.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i - mavjud texnologiyada kapital va mehnatdan to'liq foydalangan holda ikkita tovar kombinasiyalarini maksimal darajada ishlab chiqarishni fodalaydigan chiziq.

Ishlab chiqarish omillari - cheklangan bo'lib, ularga mehnat (labour), kapital (kapital), materiallar (xomashyo, butlovchi qismlar, elektr energiyasi, gaz, suv va boshq.), yer (land) kiradi.

Ishlab chiqarish funksiyasi - ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan shu mahsulotni ishlab chiqarishdagi sarflangan ishlab chiqarish omillari miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi funksiya.

Ishlab chiqarish shartnomalari chizig'i - resurslarni Pareto samarali joylashtirish chizig'i bo'lib, bunda quyidagi shart bajariladi: -ishlab chiqaruvchi muvozanati yoki maksimal mahsulot ishlab chiqarish uchun optimal sarflanadigan mehnat va kapital miqdorini aniqlash sharti – ishlab chiqarishning shunday holatiki bunda har qanday omil uchun sarflangan bir birlik pul miqdori bir xil miqdordagi mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydi.

Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi (yutug'i) - tovarlarnig haqiqiy narxlaridan chekli (bir birlik qo'shimcha tovar ishlab chiqarishga ketgan) xarajatlarni ayirmalari yig'indisiga teng.

Ishchining nafilligini maksimallashtirish sharti (utility maximization rule) - bo'sh vaqtni daromad bilan chekli almashtirish normasini ish haqiga tengligi.

Kapital - uzoq muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan resurs.

Kapitalni mehnat bilan chekli texnologik almashtirish normasi ikkala ishlab chiqariladigan A va B tovarlar uchun bir xil bo'lib, ular mehnat narxini kapital narxi nisbatiga teng.

Kasaba uyushmasi - bu ishchilar uyushmasi bo'lib, u o'zining a'zolari nomidan va o'rsatmasiga ko'ra tadbirkorlar bilan muzokara olib borish huquqiga ega tashkilot.

Kvzioptimum - Pareto-samarali hajmida tovar ishlab chiqarish mumkin bo'lmaganda ishlab chiqarish mumkin bo'lgan variantlardan eng yaxshisini tanlash (optimalga yaqin).

Koldora-Xiks mezoni - turmush farovonligi mezoni bo'lib, unga ko'ra yutganlar o'z yutug'ini boy berganlarning yo'qotishidan yuqori deb narxlasa.

Kooperativ o'yin - o'yinda bir neta o'yinchilar o'zaro kelishib, birgalikda o'ynaydi (iqtisodiyotda kooperativ o'yinga misol sifatida karterni harash mumkin).

Kurno muvozanati - duopolik bozorda har bir firma mustaqil ravishda shunday optimal ishlab chiqarish hajmini tanlaydiki ushbu mahsulot hajmi ikkinchi firmani qanoatlantiradi. Kurno muvozanati firmalarning aks ta'sir qiluvchi funksiyalari grafiklarining kesishish nuqtasida vujudga keladi.

Lorens chizig'i - biror bir ko'rsatkichni taqsimlanish darajasini ifodalovchi egri chiziq. Bu amerikalik olim Maks Otto Lorens (1876-1944) tomonidan aholi daromadlarining taqsimlanishini narxlash uchun ishlab chiqilgan. Aholidan daromad solig'i olinib, ularga transfert berilgandan keyin Lorens chizig'ining botiqligi kamayadi.

Masshtab samarasi - bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi surati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o'sish surati o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi. Ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar miqdoriga ishlab chiqarish masshtabi deyiladi.

Ma'naviy tavakkalchilik - yo'qotishlar sug'urta kompaniyasi tomonidan to'liq qoplanishiga ishonch hosil qilgan holda vujudga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar ehtimolini ongli ravishda oshirib ko'rsatishga intiluvchi shaxsning hatti-harakati.

Mehnat bozorida monopsoniya - bu mukammallashgan raqobatdagi mehnat bozorining alohida bir chetki ko`rinishi bo`lib, bunda biror kichik shahardagi yagona firma mahalliy aholining ko`p qismini ish bilan ta`minlaydi.

Mehnatni chekli mahsuloti - boshqa ishlab omillari sarfi o`zgarmaganda bir birlik qo`shimcha mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo`shimcha mahsulot.

Monopolniyaning o`lik yuki yoki jamiyatning sof yo`qotishi - monopolist bo`lmagandagi mahsulot ishlab chiqarish hajmidan monopolist ishlab chiqargan mahsulotni ayirmasiga teng.

Monopoliya - bu shunday bozorki, unda faqat bitta mahsulot ishlab chiqaruvchi firma faoliyat olib boradi va mahsulot ishlab chiqarishni, sotishni to`liq nazorat qiladi.

Muvozanat narx - talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx. Muvozanat narxga to`g`ri keladigan tovar miqdoriga muvozanat mahsulot miqdori deyiladi.

Mukammal raqobatlashgan bozor - agar bozor quyidagi xususiyatlarga ega bo`lsa: bozor sub`ektlar tovar narxiga tasir qila olmaydi; firmalarni bozorga kirish va chiqishi erkinligi; sotuvchilar birgalikda xarakat qilmaydi; bozor tugrisidagi barcha axborotlar bilan bozor sub`ektlari tanish.

Narx - bir birlik tovarni sotib olish uchun to`lanadigan pul miqdori.

Narx diskriminatsiyasi (price discrimination) - bunda firma bir xil tovarni xar xil narxda sotib olish imkoniyati xar xil bo`lgan xaridorlarga sotadi.

Naflik - iqtisodiy ne`matlarni, shaxs ehtiyojini qondirish darajasi. Ne`mat inson ehtiyojini qancha to`laroq qondirsa, uning nafli shuncha yuqori bo`ladi.

Naflik funktsiyasi - iste`mol qilingan ne`matlar miqdorini o`zgarishi natijasida olinadigan naf.

Noaniqlik - axborotlar yetarli, to`liq bo`lmaganda qabul qilingan harorlarda noaniqlik vujudga keladi. Noaniqlik sharoitida qabul qilingan harorlar natijasida tavakkalchilik vujudga keladi.

**Nokooperativ o`yin** - bu o`yinda hatnashchilar mustaqil ravishda haror qabul qiladi (iqtisodiyotda misol sifatida oligopolik bozorda harakat qiluvchi firmalar o`rtasidagi —narxlar jangini keltirish mumkin).

Nol sum yutuqqa ega bo`lgan o`yin (zero sum game) - o`yinda bir kishining yutuqi boshqa o`yinchilarning yutqazgan summolari yiqindisiga teng.

**Nolga teng bo`lmagan sumga ega bo`lgan o`yin (non zero sum game)** - bu uyinda bir guruq o`yinchilar yo yutadi yoki boy beradi.

Nominal ish xaqi (nominal wage rate) - yollanma ishchi tomonidan olingan pul miqdori.

Noratsional talab - bu rejalashtirilmagani talab bo`lib, shaxsning xozirgi qoqishini, kayfiyatini, injiqligini uchratishi bilan vujudga keladigan vaqtinchalik talab.

Nofunksional talab - tovarni sifati bilan bog`liq bo`lmagan omillarga asoslangan talab.

Ob`ektiv (matematik) ehtimol - voqea va hodisalar jarayonida takrorlanishlarni hisob-kitob qilishga asoslangan.

Oliy kategoriyali tovar - daromad oshganda talab oshib ketadigan tovarlar.

Pareto optimum (Pareto samaradorlik) - ne`matlarni shunday taqsimlanishiki, bunda biror kishining turmush farovonligini pasaytirmasdan boshqa kishining turmush farovonligini oshirib bo`lmaydi.

Real ish haqi (real wage rate) - olingan pul mablag`i hisobidan sotib olinishi mumkin bo`lgan tovarlar va xizmatlar miqdorini ifodalovchi ish haqining sotib olish imkoniyati.

Real foiz stavkasi - inflyasiyadan tozalangan foiz stavkasi.

Renta - taklifi qat`iy cheklangan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.

Resurslarga chekli xarajat - qo`shimchabir birlik resurs sotib olish uchun sarflangan qo`shimcha xarajat.

Resursning chekli daromadliligi yoki resursning pulda ifodalangan chekli mahsuloti - resursdan qo'shimcha bir birlik foydalanish natijasida olingan qo'shimcha mahsulotni sotishdan tushgan qo'shimcha daromad.

Sof diskontirlangan (keltirilgan) qiymat (NPV) - bu kelajakda olinadigan sof daromadning diskontirlangan qiymatidan diskontirlangan investisiya ayirmasi.

Sof iqtisodiy renta (pure economic rent) - narx bo'yicha absolyut elastik bo'lmagan taklifga ega bo'lgan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.

Ssuda foizi - kapital egasiga uni kapitalidan foydalangani uchun iqtisodiy sub'ekt tomonidan to'lanadigan narx.

Standart (o'rta kvadratik) chetlanish - dispersiyadan olingan kvadrat ildiz

Tavakkalchilik (risk) - qo'yilgan maqsadga erishidagi yo'qotishlar.

Tavakkalchilikka befarq harovchi shaxs - kutiladigan daromadda u kafolatlangan daromad bilan tavakkal daromaddan qaysi birini tanlashga befarq haraydigan shaxs.

Tavakkalchilikka harshi inson (zist orvezse person) - kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko'radigan inson.

Tavakkalchilikka moyillik (zist prefeped) - kutiladigan daromadda kafolatlangan natijaga ko'ra ko'proq tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lgan natijani ustun ko'radigan shaxs. **Tavakkalchiliklarni qo'shish** - ushbu usul tasodifiy yo'qotishlarni o'zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga haratilgan (mulkni sug'urtalash).

Tavakkalchilikni taqsimlash - ushbu usulga ko'ra zarar ko'rish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik qatnashuvchi sub'ektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub'ektning kutiladigan zarari nisbatan kichik bo'ladi. Yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni tavakkalchilikdan qo'rqmasdan moliyalashtiradi.

Boshharuv axboroti - biror ob'ekt to'g'risida va unda bo'layotgan jarayonlar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Taklif - bu ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan berilgan narxlarda sotilishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori.

Taklif qonuni - to'g'ridan-to'g'ri narx o'zgarishi bilan bog'liq holda taklifning o'zgarishi.

Taklif funktsiyasi (supply function) — taklifga ta'sir qiluvchi omillar miqdori bilan taklif miqdori urtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi.

Taklif chizig'i (supply curve) - tovar narxi bilan taklif qilinadigan ushbu tovar, miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi egri chiziq.

Talab (demand) - berilgan narxlarda xaridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori.

Talab qonuni - narxdan boshqa omillar o'zgarimaganda talab miqdori bilan narx o'rtasidagi bog'liqlik.

Talab funktsiyasi (demand function) - talabga ta'sir qiluvchi omillar miqdori bilan talab miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi.

Talab chiziqi (demand curve) - tovar narxi bilan sotib olinadigan ushbu tovar miqdori o'rtasida bog'liqlikni ifodalovchi egri chiziq.

Transaksiyon xarajatlar (transaction costs) - bozorda tovarlarni sotishda egalik xuquqini aniqlash va uni berish bilan bog'liq xarajatlar.

To'ldiruvchi tovarlar (complementary goods) - birgalikda, komplektlarda iste'mol qilinadigan tovarlar.

To'lov funktsiyasi - o'yin natijasi bo'lib o'yinchining yutug'ini yoki qotishini bildiradi.

Umumiy mahsulot (total product, TR) ishlab chiqarish omili sarfiga tugʻri keladigan mahsulot miqdori.

Umumiy muvozanatlik - barcha bozorlarning oʻzaro bir-biriga taʼsiri natijasida oʻrnatiladigan muvozanatlik. Barcha bozorlarni muvozanat holatda boʻlishi. Bunda biror bozorda muvozanatlik buzulsa boshqa bozorlarda ham muvozanatlik buziladi.

Umumiy naflik (total utility) - isteʼmol qilingan neʼmatlardan olingan jami naflik.

Oʻyin - oldindan belgilangan qoidalar asosida iqtisodiy subʼektlar oʻrtasidagi oʻzaro munosabatlar (harorlar qabul qilish).

Oʻyinlar nazariyasi - fan yoʻnalishi boʻlib u oʻyin qatnashuvchilarining vaziyat boʻyicha harakat qilish va haror qabul qilishni matematik usullar yordamida oʻrganadi.

Oʻrindosh tovarlar (substitution goods) - isteʼmol qilishda bir-birini oʻrnini bosuvchi tovarlar yoki bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlar.

Oʻrindosh tovarlarni almashtirish samarasi - isteʼmolchining isteʼmol majmuasiga kiruvchi neʼmatlardan birining narxi oʻzgarishi natijasida isteʼmol tarkibining oʻzgarishi.

Oʻrtacha daromad - bir birlik tovarni sotishdan tushgan daromad.

Firma (firm) - jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sotish bilan shugʻullanuvchi iqtisodiy subʼekt.

Firmaning bozordagi strategik harakati - bunda firma oʻzining harakatini raqobatlashuvchi firmaning harakatiga koʻra ishlab chiqadi.

Foiz stavkasi - nominal foiz stavkasi inflyasiyani hisobga olmagandagi joriy kursdagi foiz stavkasi.

Foyda (buxgalteriya) - mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan ushbu mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun ketgan yalpi xarajatni (tashqi xarajatni) ayrilganiga teng.

Maksimal foyda olish sharti $MR=MC$ - raqobatlashgan bozorda maksimal foyda olish sharti $MC=P$, raqobatlashuvchi firmaning zararsiz ishlash nuqtasini ifodalovchi shart.

Fyuchersh - hozirgi narxlarda maʼlum miqdordagi tovarni kelajakda maʼlum kunda yetkazib berish uchun tuzilgan muddatli shartnoma. Tavakkalchilik bilan bogʻliq boʻlmagan aktivlar - aktiv tomonidan tushadigan pullar miqdor oldindan belgilangan miqdorda boʻlishi.

Xarajatlar - mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan sarflar.

Chekli mahsulot (marginal product, MR) - boshqa omillar sarfi oʻzgarmaganda bir birlik biror omildan qoʻshimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qoʻshimcha mahsulot.

Chekli naflik (marginal utility) - oxirgi yoki navbatdagi birlik neʼmatni isteʼmol qilishdan olinadigan naflik.

Chekli texnologik almashtirish normasi (marginal rate of technological substitution, $MRTS_{xy}$) - ishlab chiqarish xajmi oʻzgarmaganda bir birlik X omilini necha birlik Y omil bilan almashtirish mumkinligini koʻrsatadi.

Chekli transformatsiya normasi (MRT) - birinchi tovardan qoʻshimcha bir birlik ishlab chiqarish uchun ikkinchi tovardan qancha voz kechish kerakligini koʻrsatadi. Bu birinchi tovarning alternativ qimmatini ifodalaydi va ikkinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajatlarini birinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajati nisbatiga teng.

Chetlanish - kutiladigan natija bilan haqiqiy natija oʻrtasidagi farq.

Shartnomalar chizigʻi - ikki isteʼmolchi oʻrtasida ikkita neʼmatning samarali taqsimlanish variantlarini ifodalovchi chiziq.

Shaxs talabi (individual demand) - bitta isteʼmolchining tovarga talabi.

Shtakelberg muvozanati - bu duopolik sharoitda lider firma bilan ergashuvchi firma faoliyat koʻrsatganda lider tovar narxini va ishlab chiqarish hajmini mustaqil belgilaydi, ergashuvchi firma lider firmaga moslashgan holda narx va mahsulot hajmini belgilaydi.

Vaqt boʻyicha ustun koʻrish - joriy isteʼmolga sarflash bilan kelajakda isteʼmol qilish uchun sarflashdan qaysi birini befarqlik chizigʻi asosida tanlash.

Vaqt boʻyicha ustun koʻrishni cheklash normasi - umumiy turmush darajasi oʻzgarmaganda joriy isteʼmoldan bir birlik kechishni toʻliq qoplaydigan kelajakdagi qoʻshimcha isteʼmol qiymati.

Vaqtlararo byudjet chegarasi - shaxsning daromadi va ssuda foizi stavkasi bilan aniqlanadigan vaqtlararo ustun ko'rish kartasidagi chiziqning holati.

Vaqtlararo muvozanatlik - joriy va kelajakda iste'mol qilish o'rtasida tanlayotgan shaxs uchun maksimal naflik keltiruvchi holat.

1. **Byudjetsoliq siyosati.** iqtisodiyotda to'liq bandlilikni, to'lov balansining muvozanatini va iqtisodiy o'sishni ta'minlashga qaratilgan davlat xarajatlari va sol iqlarini o'zgartirishni o'z ichiga olgan cliora tadbirlar tushuniladi.
2. **Diskret fiskal siyosat.** Hukumatning bandlik darajasi, ishlab chiqarish hajmi, inflyatsiya sur'atlari va to'lov balansi holatini o'zgartirishga yo'naltirilgan maxsus qarorlarni qabul qilishi natijasida davlat xarajatlari, soliqlar va davlat byudjeti qoldig'ini maqsadli o'zgartirilishi.
3. **Nodiskret fiskal siyosat.** davlat xarajatlari, sol iqlar va davlat byudjeti qoldig'ini avtomatik o'zgartirishni ko'zda tutadi. Nodiskret fiskal siyosat o'rnatilgan barqarorlashtirgichlarga asoslanadi. Rivojlangan davlatlarda o'rnatilgan barqarorlashtirgichlari rolini progressiv soliq tizimi, davlat transfertlari tizimi va foydada ishtirok etish tizimi o'ynaydi. Nodiskret fiskal siyosat davriy tebranishlarni yumshatish uchun hukumatning bevosita aralashuvini talab etmaydi.
4. **Davlat byudjeti.** Mamlakat moliya tizimining markaziy unsuri bo'lib makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Davlat byudjeti moliyaviy balans sifatida ikki qismdan iborat bo'lib, bu qismlarni sodda qilib daromadlar va xarajatlar deb atash mumkin.
5. **Byudjet tuqchilligi.** Moliyaviy yil natijalariga ko'ra davlat byudjetida xarajatlarning daromadlardan ustun bo'lishi.
6. **Davriy taqchillik (ortiqchalik).** iqtisodiy faollik pasayishi (oshishi) sharoitida soliq tushumlarining avtomatik kamayishi (oshishi) va davlat xarajatlarining avtomatik oshishi (kamayishi) natijasida yuzaga keladigan davlat byudjeti taqchilligi (ortiqchaligi)dir.
7. **Soliqlar.** Majburiy to'lovni ifoda etuvchi pul munosabatlarini bildirib, bu munosabatlar soliq to'lovchilar (huquqiy va jismoniy shaxslar) bilan soliqni o'z mulkiga aylantiruvchi davlat o'rtasida yuzaga keladi. Soliqlar fiskal, qayta taqsimlash, rag'batlantirish va nazorat funksiyalarini bajaradi.
8. **Soliq tizimi.** Markazlashgan pul fondini va davlatning boshqa fondlarini majburiy tashkil etadigan soliq va yig'imlar turlarining yig'indisi.
9. **Fiskal ekspansiya.** Iqtisodiyot turg'unlik yoki pasayish davrida bo'lgan vaziyatlarda davlat tomonidan rag'batlantuvchi fiskal siyosatfiskal ekspansiya olib boriladi. Y a'ni, davlat qisqa muddatda iqsodiyotning pasayishi muammosini davlat xarajatlarini oshirish yoki soliqlarni kamaytirish, yohud ikkalasini bir vaqtning o'zida olib borish evaziga hal etadi.
10. **Fiskal restriksiya.** Iqtisodiyotda to'liq bandlik va ortiqcha talab natijasida inflyatsiya kelib chiqishi mumkin bo'lgan vaziyatlarda cheklovchi fiskal siyosat- fiskal restriksiya olib boriladi. Cheklovchi fiskal siyosat davlat xarajatlarini (G) kamaytirish yoki soliqlarni (T) oshirish yoki bo'lmasa ikkala tadbirni bir vaqtda olib borish orqali iqtisodiyotning davriy o'sishini chegaralashdan iborat.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

Asosiy adabiyotlar

1. Campbell R. McConnel, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn. Microeconomics: Principles, Problems and Policies. -19th ed. – New York. The McGraw-Hill Companies, Inc., 2015. P. 604.
2. Pindyck, Robert S. Microeconomics. – Copyright 2013, Macmillan Publishing Company, a division of Macmillan, Inc.
3. Аддреу ас-Колелл и др. икромэкономическая теория. Учебник. – .: Дело и Сервис, 2016. - 630 стр.
4. Тарануха .В. икромэкономика. Учебник. – .: Дело и Сервис, 2011. - 580 стр.
5. Salimov B.T., Muxitdinova U.S., Mustafakulov Sh.I., Salimov B.B. Mikroiqtisodiyot. Darslik. –T.: TDIU, 2005. - 230 b.
6. Salimov B.T., Mustafakulov Sh.I., Yuldashev G‘.T., Sultanov B.T. Mikroiqtisodiyot. Masalalar to‘plami. –T.: TDIU, 2018. - 210 b.
7. Ғуломов С.С., Алимов Р.Х., Салимов Б.Т., Ходиев Б. ., Ишназаров.А.И. икромиктисодиёт. Дарслик – Т.: “ШАРҚ “нашриёти, 2001. - 320 б.
8. B.T. Salimov, M.S. Yusupov, B.B. Salimov. Mikroiqtisodiyot. Darslik. –T.: Iqtisodiyot, 2019, - 366 b.

Qo`shimcha adabiyotlar

1. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining :O`zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo`yicha harakatlar strategiyasi to`g`risida"gi PF-4947-sonli Farmoni. // Xalq so`zi. 8 fevral 2017 yil.
2. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O`zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - Toshkent : O`zbekiston, 2016. - 56 b.
- 5
6. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: : “O`zbekiston”, 2017. - 488 b.
7. Salimov B., Mustafakulov Sh., Salimov D.. Mikroiqtisodiyot: masalalar, namunalar, topshiriqlar, testlar. (O`quv qo`llanma) – T.:TDIU, 2010. -196 b.

Internet saytlari

1. www.gov.uz – O`zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali.
2. www.press-service.uz – O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati rasmiy sayti.
3. www.lex.uz – O`zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
4. www.stat.uz - O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasi rasmiy sayti.

Ilovalar

**Talabaning fan bo'yicha o'zlashtirish ko'rsatkichini nazorat qilishda
quyidagi mezonlar tavsiya etiladi:**

a) 5 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:

- fanning mohiyati va mazmunini to'liq yoritib olsa;
- fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiylik va mantiqiylik saqlanib, ilmiy xatolik va chalkashliklarga yo'l qo'ymas;
- fan bo'yicha mavzu materiallarining nazariy yoki amaliy ahamiyati haqida aniq tasavvurga ega bo'lsa;
- fan doirasida mustaqil erkin fikrlash qobiliyatini namoyon eta olsa;
- berilgan savollarga aniq va lunda javob bera olsa;
- mustaqil topshiriqlarni tuzib va aniq bajargan bo'lsa;
- fanga tegishli qonunlar va boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarni to'liq o'zlashtirgan bo'lsa;
- fanga tegishli mavzulardan biri bo'yicha ilmiy maqola chop ettirgan bo'lsa;

b) 4 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:

- fanning mohiyati va mazmunini tushungan, fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiy va mantiqiy chalkashliklarga yo'l qo'ymas;
- fanning mazmunini amaliy ahamiyatini tushungan bo'lsa;
- fan bo'yicha berilgan vazifa va topshiriqlarni quyidagi dasturi doirasida bajarsa;
- fan bo'yicha berilgan savollarga to'g'ri javob bera olsa;
- fan bo'yicha konspektini puxta shakllantirgan bo'lsa;
- fan bo'yicha mustaqil topshiriqlarni to'liq bajargan bo'lsa;
- fanga tegishli qonunlar va boshqa me'yoriy hujjatlarni o'zlashtirgan bo'lsa.

v) 3 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:

- fan haqida umumiy tushunchaga ega bo'lsa;
- fandagi mavzularni tor doirada yoritib, bayon qilishda ayrim chalkashliklarga yo'l quyilsa;
- bayon qilish ravon bo'lmasa;
- fan bo'yicha savollarga mujmal va chalkash javoblar olinsa;
- fan bo'yicha matn puxta shakllantirilmagan bo'lsa.

g) quyidagi hollarda talabning bilim darajasi qoniqarsiz 2 baho bilan baholanishi mumkin:

- fan bo'yicha mashg'ulotlarga tayorgarlik ko'rilmagan bo'lsa;
- fan bo'yicha mashg'ulotlarga doir hech qanday tasavvurga ega bo'lmasa;
- fan bo'yicha matnlarni boshqalardan kuchirib olganligi sezilib tursa;
- fan bo'yicha matnda jiddiy xato va chalkashliklarga yo'l qo'yilgan bo'lsa;
- fanga doir berilgan savollarga javob olinmasa;
- fanni bilmasa

TEST SAVOLLARI

1.«Elastiklik» termini 1885 yilda ilk bor kim tomonidan talab va taklif elastikligida qo'llanildi?

a) Alfred Marshall

- b) Adam Smit
- c) Jon Keyns
- d) David Rikkardo

2.«Narx» bilan «taklif» o`rtasida:

- a) to`g`ri bog`lanish mavjud
- b) bog`lanish mavjud emas
- c) teskari bog`lanish mavjud
- d) korrelyatsion bog`lanish mavjud

3.«Narx» bilan «talab» o`rtasida:

- a) teskari bog`lanish mavjud
- b) bog`lanish mavjud emas
- c) to`g`ri bog`lanish mavjud
- d) korrelyatsion bog`lanish mavjud

4. ΔK qanday aniqlanadi?

- a) $(K_2 - K_1)$
- b) $\Delta K/K_1$ c)
- (P_1/K_1) d)
- $\Delta L/K$

5. ΔL qanday aniqlanadi?

- a) $(L_2 - L_1)$
- b) $\Delta L/Q_1$
- c) $\Delta L/L$ d)
- (P_1/L_1)

6. ΔQ qanday topiladi?

- a) $(Q_2 - Q_1)$
- b) $\Delta Q/Q_1$
- c) $\Delta Q/Q$ d)
- (P_1/Q_1)

7.Agar $AFC=150$, $AVC=300$ bo`lsa, $ATC=?$

- a) 450
- b) 302
- c) 600
- d) 298

8.Agar $AFC=300$, $AVC=200$ bo`lsa, $ATC=?$

- a) 500
- b) 302
- c) 600
- d) 298

9.Agar $AFC=900$, $AVC=800$ bo`lsa, $ATC=?$

- a) 1700
- b) 302
- c) 600
- d) 298

10.Agar $ATC=300$, $AVC=100$ bo`lsa, $AFC=?$

- a) 200
- b) 302
- c) 600
- d) 298

11. Agar bozor narxi muvozanat narxidan past bo'lsa...

- a) defitsit paydo bo'ladi
- b) ortiqcha taklif paydo bo'ladi
- c) iste'molchilar bozori paydo bo'ladi
- d) resurslar narhi kamayadi

12. Agar $E_d < 1$ bo'lsa, talab...

- a) no elastik bo'ladi
- b) elastik bo'ladi
- c) mutloq elastik bo'ladi
- d) birlik elastik bo'ladi

13. Agar $E_d = 1$ bo'lsa, talab...

- a) birlik elastik bo'ladi
- b) elastik bo'ladi
- c) mutloq elastik bo'ladi
- d) no elastik bo'ladi

14. Agar $E_d > 1$ bo'lsa, talab...

- a) elastik bo'ladi
- b) no elastik bo'ladi
- c) mutloq elastik bo'ladi
- d) haridorlar sotuvchilar soniga qaraganda kam bo'lgan bozor

15. Agar $FC = 100$, $VC = 50$ bo'lsa, $TC = ?$

- a) 150
- b) 50
- c) 80
- d) 250

16. Agar $FC = 300$, $Q = 2$ bo'lsa, $AFC = ?$

- a) 150
- b) 302
- c) 600
- d) 298

17. Agar $FC = 400$, $Q = 2$ bo'lsa, $AFC = ?$

- a) 200
- b) 302
- c) 600
- d) 298

18. Agar iqtisodiy muammolarning bir qismi bozor, bir qismi hukumat tomonidan hal etilsa, bunday iqtisodiyot:

- a) aralash iqtisodiyot
- b) bozor iqtisodiyoti
- c) natural iqtisodiyot
- d) ma'muriy-byuruqbozlik iqtisodiyoti

19. Agar ishlab chiqarish funksiyasi ikkita omilga bog'liq bo'lsa, unda ishlab chiqarish funksiyasi quyidagicha bo'ladi:

- a) $Q = f(K, L)$
- b) $Q = f(K, L, M)$
- c) $Q = f(L)$
- d) $Q = f(K, L, \underline{M}, r)$

20. Agar $MR = MC$ bo'lsa...

- a) maksimal foyda bo'ladi
- b) eng kam foyda bo'ladi
- c) Minimal zarar bo'ladi
- d) Maksimal zarar bo'ladi

21. Agar $TC=70$, $Q=2$ bo'lsa, $ATC=?$

- a) 35
- b) 302
- c) 600
- d) 298

22. Agar $TC=800$, $VC=200$ bo'lsa, $FC=?$

- a) 600
- b) 302
- c) 600
- d) 298

23. Agar $TR=500$, $Q=2$ bo'lsa, $AR=?$

- a) 250
- b) 1000
- c) 502
- d) 498

24. Agar $VC=100$, $Q=5$ bo'lsa, $AVC=?$

- a) 20
- b) 500
- c) 105
- d) 95

25. Almashtirish samarasi bu...

- a) naflik darajasi o'zgarmaganda, tovarlar narxi o'zgarishi munosabati bilan iste'mol tovarlar talabi tarkibining o'zgarishidir
- b) turli hil tovarlar ishlab chiqarilishi
- c) past toifali tovarlarni oliy toifali tovarlar bilan almashtirilishi
- d) tanaffuslar vaqtining uzunligi

26. Amortizatsiya bu...

- a) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgamaydi bosqichma-bosqich asosiy kapital qiymatining ma'lum bir qismini ishlab chiqariladigan mahsulot qiymatiga o'tkazish yo'li bilan uni qoplash tushuniladi
- b) ishlab chiqarish xajmiga ko'ra o'zgaradigan daromad
- c) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgarib turuvchi xarajatlar
- d) bir hil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyasi

27. Asimmetrik axborotlashgan bozor bu –

- a) bozordagi ayrim sub'yektlar muhim axborotga ega, qolganlari esa bexabar bo'lgan bozor
- b) bozordagi barcha sub'yektlar yetarli ma'lumot bilan ta'minlangan bozor
- c) bozor sub'yektlari o'rtasida bo'ladigan savdo-sotiqda ularning hech biri kerakli, muhim axborotga ega emas
- d) faqat iste'molchilar etarli axborot bilan ta'minlangan bozor

28. Auktsion turlari:

- a) ingliz va golland auktsioni
- b) ingliz va o'zbek auktsioni c)
- nemis va golland auktsioni d)
- ingliz va fransuz auktsioni

29. Barcha hodisa va voqealarni doimiy harakatda va o'zaro aloqadorlikda deb tadbiq qilish.

- a) deduktsiya usuli
- b) tahlil usuli
- c) sintez usuli d)
- normativ usul

30.Barcha ishlab chiqarish omillari o'zgaradigan davr...

- a) uzoq muddatli davr
- b) qisqa muddatli davr
- c) 1 oy
- d) 15 kun

31.Barter deb...

- a) bir mahsulotni boshqasiga to'g'ridan-to'g'ri va ma'lum bir miqdoriy nisbatda ayirboshlashga aytiladi
- b) mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan harajatdir
- c) oldin qilingan harajatlarni bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas
- d) bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas harajat

32.Befarqlik egri chizig'i bu...

- a) bir hil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyasi
- b) inson ehtiyojini qondira olish xususiyati
- c) biror ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida iste'molchi tomonidan olinadigan qo'shimcha naf
- d) ishlab chiqarish xajmiga ko'ra o'zgaradigan daromad

33.Berilgan narxlarda haridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori bu...

- a) talab
- b) bozor muvozanati
- c) elastiklik
- d) taklif

34.Bir hil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyasi bu...

- a) befarqlik egri chizig'i
- b) talab egri chizig'i
- c) taklif egri chizig'i
- d) budjet chizig'i

35.Bir-birini to'ldiruvchi tovarlarga qaysi tovarlar kiradi?

- a) benzin, avtomobil
- b) sariyog', margarin
- c) mol go'shti, qo'y go'shti
- d) qand, shakar.

36.Birgalikda, komplekt tarzida iste'mol qilinadigan tovarlar bu ...

- a) to'ldiruvchi tovarlar
- b) o'rindosh tovarlar
- c) noyob tovarlar
- d) oziq-ovqat tovarlari

37.Birinchisi bo'lib daromad o'zgarishining iste'mol tarkibiga ta'sirini tadqiq qilgan olim ...

- a) E. Engel
- b) R. Pindayk
- c) R.Kouz
- d) K.Menger

38.Boshqa tur mahsulotni ishlab chiqarishdan voz kechib qilinadigan xarajatlar nima?

- a) muqobil xarajatlar
- b) o'zgaruvchan xarajatlar
- c) yalpi xarajatlar
- d) chekli xarajatlar

39.Bozor iqtisodiyotining qaysi sub'ekti iqtisodiy resurslarni etkazib beruvchi va pirovard mahsulotlarning asosiy iste'molchisi hisoblanadi?

- a) uy xo'jaliklari
- b) korxonalar

- c) davlat tashkilotlari
- d) davlat muassasalari

40.Bozor iqtisodiyotining qaysi sub'ekti jamiyat a'zolarining ijtimoiy iste'mol xarakteridagi ne'matlar bilan ta'minlaydi?

- a) davlat
- b) tadbirkorlik sektori
- c) uy xo'jaliklari
- d) chet ellik jismoniy va huquqiy shaxslar

41.Bozor mexanizmining asosiy elementlari

- a) baho, talab, taklif, raqobat
- b) foyda, talab, taklif, raqobat
- c) baho, talab, ehtiyoj, raqobat
- d) baho, talab, taklif, tovar

42.Bozor talabiga quyidagi omillardan qaysi biri ta'sir ko'rsatmaydi?

- a) sotuvchilar soni
- b) o'zaro to'ldiruvchi tovarlar narxi
- c) o'rinbosar tovarlar narxi
- d) istemolchilarning daromadi

43.Bozor tizimida biror bir tovarni sotishda cheklangan firmalar hukmronlik qilishi bu...

- a) oligopoliya
- b) monopoliya
- c) monopsoniya
- d) auksion

44.Bozorda bo'ladigan savdo-sotiqda bozor qatnashchilaridan bir qismi kerakli va muhim axborotga ega qolgan qismi esa ega emasligi...

- a) asimmetrik axborot
- b) simmetrik axborot
- c) diversifikatsiya
- d) chetlanish

45.Bozordagi asimmetrik axborotlarni yo'qotish yo'llarini belgilang.

- a) bozor signallari
- b) haridorlar
- c) loyihalar
- d) bozor mexanizmi

46.Bozordagi barcha sub'yektlar yetarli ma'lumot bilan ta'minlangan bozor...

- a) simmetrik axborot
- b) asimmetrik axborot
- c) diversifikatsiya
- d) chetlanish

47.Bu auktsionda qatnashuvchilar bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda tovar uchun stavkalar qo'yadi va tovar kim ko'p stavka qo'ygan bo'lsa, unga beriladi.

- a) yopiq auksion
- b) Nemis auksioni
- c) Kurno auksioni
- d) Smit auksioni

48.Bu bozor tizimida biror bir tovarni sotishda cheklangan firmalar hukmronlik qiladi

- a) oligopoliya
- b) monopoliya
- c) monopsoniya
- d) duopoliya

49.Bu oldindan belgilangan narxlarda ma'lum miqdordagi tovarlarni kelajakda ma'lum kunda etkazish uchun tuzilgan muddatli shartnoma.

- a) fyucherslar
- b) sug`urtalash
- c) oldin qilingan harajatlar bo`lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas
- d) mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog`liq bo`lmagan harajaddir

50. Budjet chegarasi tenglamasi

- a) $P_1X_1 + P_2X_2 = R$
- b) $\Delta TC: Q$
- c) $MSB = MPB + MEB$
- d) $P_1X_1 - P_2X_2 = R$

51. Budjet chizig'i bilan befarqlik egri chizig'ining burchak koeffitsienti bir biriga teng bo'lgan nuqtaga ...

- a) iste'molchining muvozanat holati deyiladi
- b) maksimal foydaga erishiladi
- c) eng kop xarajat bo`ladi
- d) eng kam xarajat bo`ladi

52. Budjet chizig'i grafikda o'ngga siljiydi, agar...

- a) iste'molchi daromadi oshsa
- b) iste'molchi daromadi kamaysa
- c) sotuvchilar soni oshsa
- d) sotuvchilar soni kamaysa

53. Bozor narxi muvozanat narxdan yuqori bo'lganda qanday holat yuz beradi?

- a) tovar ortiqchaligi paydo bo`ladi
- b) tovar tanqisligi yuz beradi
- c) istemolchilar bozori shakllanadi
- d) resurslar narxi arzonlashadi

54. Cheklangan resurslar bilan cheksiz ehtiyojlarni to'laroq qondirishga qanday erishiladi?

- a) resurslardan foydalanishdan turli muqobil variantlaridan eng ko'p mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydiganini tanlab olish
- b) muqobil mahsulotlarni ishlab chiqarish
- c) ehtiyojlarning qondirishning maqbul darajasini aniqlash
- d) resurslarni taqsimlash

55. Chekli mahsulot bu...

- a) boshqa omillar sarfi o'zgarmaganda bir birlik biror omildan qo'shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot
- b) bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziq
- c) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgarib turuvchi xarajatlar
- d) ishlab chiqariladigan mahsulot tannarxi

56. Chekli naflilik (MU) bu...

- a) biror ne`matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida iste'molchi tomonidan olinadigan qo'shimcha naf
- b) inson ehtiyojini qondira olish xususiyati
- c) bir hil naf beruvchi ne`matlar kombinatsiyasi
- d) ikki hil naf beruvchi ne`matlar kombinatsiyasi

57. Chekli texnologik almashtirish normasi bu...

- a) ishlab chiqarish hajmi o'zgarmaganda bir birlik X omilini necha birlik Y omil bilan almashtirish mumkinligini ko'rsatadi
- b) ishlab chiqarish davrining uzunligi
- c) boshqa omillar sarfi o'zgarmaganda bir birlik biror omildan qo'shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot
- d) bir xil hajmda mahsulot sotilishini ta'minlovchi egri chiziq

58.Chetlanish bu...

- a) haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq bo'lib, u tavakkalchilikdan (yo'qotishdan) darak beradi. Ushbu farq qancha kichik bo'lsa yo'qotish, ya'ni tavakkalchilik ham shuncha yuqori bo'ladi
- b) voqea va hodisalar jarayonida takrorlanishlarni hisob-kitob qilishga asoslangan ehtimol
- c) mumkin bo'lgan barcha natijalarning o'rtacha o'lchangan qiymatlari
- d) taklif etilgan tovarlar almashuvi

59.Chekli harajatni hisoblash formulasini belgilang:

- a) $TC : \Delta Q$
- b) $\Delta TC : Q$
- c) $FC : Q$
- d) $(P \cdot Q) : \Delta Q$

60.Davlat tomonidan ishlab chiqarish, taqsimot, almashuv va iste'mol ustidan to'liq nazorat o'rnatishga asoslangan tizim

- a) ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyot
- b) aralash iqtisodiyot
- c) tartiblangan iqtisodiyot
- d) bozor iqtisodiyoti

61.Diversifikatsiya bu...

- a) tavakkalchilikni pasaytirish usuli bo'lib, bunda tavakkalchilik bir qator tovarlarga shunday taqsimlanadiki, tovarlardan bittasini sotib olishdan tavakkalchilikning ortishi boshqa tovarni sotib olishdagi tavakkalchilikning pasayishini bildiradi
- b) daromad olish uchun qo'yiladigan kapital
- c) kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o'rtasidagi farq
- d) mumkin bo'lgan barcha natijalarning o'rtacha o'lchangan qiymatlari.

62.Diversifikatsiya deb...

- a) tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan faoliyat turi
- b) qimmatli qog'ozlar portfeli qiymatini aniqlash jarayoni
- c) fond bozori operatorlari o'rtasidagi hisob-kitob harakati
- d) bir xil turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish

63.Dividend nima?

- a) aksionerlik jamiyati sof foydasining aksionerlarga tegadigan bir qismi
- b) qimmatli qog'oz
- c) muddatli qarz
- d) iqtisodiy yordam

64.Doimiy harajatlarga nimalar kiradi?

- a) mahsulot o'sishiga bog'liq bo'lmagan harajatlar
- b) amortizatsiya ajratmalari, kreditdan olingan foiz miqdori
- c) ijara haqi to'lovlari, kreditdan olingan foiz miqdori
- d) mahsulot hajmiga qarab qilinadigan harajatlar

65.ED=0 bo'lsa, u holda talab...

- a) mutloq noelastik bo'ladi
- b) elastik bo'ladi
- c) mutloq elastik
- d) noelastik bo'ladi

66.Elastiklik bu...

bir o'zgaruvchining boshqa bir o'zgaruvchi ta'siri ostida o'zgarishini o'lchaydigan o'lchov

- a) ikki o'zgaruvchining boshqa bir o'zgaruvchi ta'siri ostida o'zgarishini o'lchaydigan o'lchov
- b) taklifning taklif chizig'i bo'yicha o'zgarishi
- c) talabning taklif chizig'i bo'yicha o'zgarishi

67.FC=400, VC=100, TC=?

- a) TC=500
- b) TC=300
- c) TC=100
- d) TC=3

68.FC=50, VC=150, TC=?

- a) TC=200
- b) TC=300
- c) TC=100
- d) TC=3

69.FC=60, VC=150, TC=?

- a) TC=210
- b) TC=300
- c) TC=100
- d) TC=3

70.Firmaning doimiy harajatlari bu:

- a) ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan harajatlar
- b) har qanday mahsulot ishlab chiqarish hajmida minimal miqdorda sarflanayotgan harajatlar
- c) resurslar sotib olinayotganda ularga ketgan harajatlardir
- d) ishchi xodimlarga to'lanayotgan haqdir

71.Foyda olmaydigan tashkilotlar deganda...

- a) foyda olish maqsadida harakat qilmaydigan kasaba uyushmalari
- b) firmani birgalikda tashkil qilib, birgalikda egalik qiluvchi va boshqaruvchi shahslar guruhi
- c) paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan cheklangan
- d) yopilb ketgan tashkilotlar

72.Foydasini maksimallashtirayotgan firma mahsulot ishlab chiqarishning shunday hajmini tanlashi kerakki, bunda:

- a) chekli tushum chekli harajatga teng bo'lishi kerak
- b) o'rtacha tushum o'rtacha umumiy harajatalarga teng bo'lishi kerak
- c) o'rtacha harajatlar minimal bo'lishi kerak
- d) umumiy tushum maksimal bo'lishi kerak

73.Funktsiya so'zining ma'nosi...

- a) bu matematik tushuncha bo'lib bog'liq o'zgaruvchi bilan erkin o'zgaruvchilar o'rtasida miqdoriy bog'liqlikni ifodalaydi
- b) talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx
- c) mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'ladigan sarflar yig'indisi
- d) taklif miqdori o'rtasidagi bo'gliqlikni ifodalaydi

74.Golland auksionida birinchi e'lon qilingan mahsulot narxining necha foizidan tushib ketga mahsulot auksiondan chiqarib yuboriladi?

- a) 20%
- b) 25%
- c) 30%
- d) 35%

75.Hamma iqtisodiy tizimlar uchun fundamental muammo bo'lib hisoblanadi, bu:

- a) resurslarning noyoblighi va cheklanganligi
- b) ishlab chiqarish
- c) iste'mol
- d) investitsiya

76.Hodisalarni mayda bo'laklarga ajratib, ularni tadbiq qilish.

- a) tahlil usuli
- b) dialektika usuli bo'ladi
- c) sintez usuli
- d) dedeuktsiya

77.Hodisalarning mayda elementlarini birlashtirish asosida o'rganib xulosa chiqarich...

- a) sintez usuli
- b) induksiya usuli
- c) deduksiya usuli
- d) tahlil usuli

78.Ikki tomonlama monopoliya deyiladi, agar bozorda...

- a) monopolist – sotuvchi bilan monopolist xaridor uchrashsa
- b) monopolist – sotuvchi bilan xaridorlar uchrashsa
- c) sotuvchilar bilan monopolist xaridor uchrashsa
- d) sotuvchilar bilan xaridorlar uchrashsa

79.Individual talab deb...

- a) alohida iste'molchining talabi
- b) alohida iste'molchilarning yig'indisi
- c) alohida iste'molchining taklifi
- d) alohida haridorlarning talabi

80.Induktsiya usuli bu...

- a) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish
- b) umumiy qoidalar asosida ayrim xulosalarni chiqarish
- c) hodisalarni mayda bo'laklarga ajratib, ularni tadbiq qilish.
- d) barcha hodisa va voqealarni doimiy harakatda va o'zaro aloqadorlikda deb tadbiq qilish.

81.Iqtisodiy muammolarning bir qismi bozor, bir qismi hukumat tomonidan hal etilsa, bunday iqtisodiyot...

- a) aralash iqtisodiyot deyiladi
- b) bozor iqtisodiyot deyiladi
- c) natural iqtisodiyot deyiladi
- d) ma'muriy iqtisodiyot deyiladi

82.Ish haqining vazifasi nimadan iborat?

- a) iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish
- b) ishlovchining mehnat faoliyati uchun sharoit ta'minlash
- c) sarflangan mehnatning miqdori va sifatini hisobga olish
- d) ishchi va uning oilasining hayot faoliyati uchun sharoitni ta'minlash

83.Ishlab chiqarish - bu...

- a) bu kerakli mahsulotlarni tayyorlash uchun ishchi kuchidan, uskuna va texnologiyadan, tabiiy resurslardan hamda materiallardan ma'lum miqdordagi kombinatsiyada foydalanish jarayonidir
- b) bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdir
- c) bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to'g'risidagi amaliy bilimlardir
- d) bu o'zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miqdorda qo'shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulotning o'sgan qismiga aytiladi

84.Ishlab chiqarish funksiyasi faqat sarflangan mehnatga bog'liq bo'lsa, u holda, ishlab chiqarish funksiyasi quyidagicha bo'ladi:

- a) $Q = f(L)$
- b) $Q = f(K, L)$
- c) $Q = f(K, L, M)$
- d) $Q = f(K, L, M, r)$

85. Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar deb

- a) doimiy harajatlarga aytiladi
- b) o'zgaruvchan harajatlarga aytiladi
- c) yalpi harajatlarga aytiladi
- d) chekli harajatlarga aytiladi

86. Ishlab chiqarish hajmiga qarab o'zgaradigan xarajatlar deb

- a) o'zgaruvchan harajatlarga aytiladi
- b) doimiy harajatlarga aytiladi
- c) yalpi harajatlarga aytiladi
- d) chekli harajatlarga aytiladi

87. Ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan berilgan narxlarda sotilishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori bu...

- a) taklif
- b) talab
- c) bozor muvozanati
- d) elastiklik

88. Ishlab chiqaruvchining o'zgarmas harajatlarini aniqlash formulasi qaysi bandda to'g'ri keltirilgan?

- a) $TC-VC$
- b) $AVC+ATC$
- c) $FC : Q$
- d) $\Delta TC:Q$

89. Ishlab chiqaruvchining umumiy harajatlarini aniqlash formulasi qaysi bandda to'g'ri keltirilgan?

- a) $FC+VC$
- b) $AVC+ATC$
- c) $TC-FC$
- d) $MC+VC$

90. Ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan harajatlari bu...

- a) firmaning doimiy harajatlari
- b) firmaning o'zgaruvchan harajatlari
- c) firmaning chekli harajatlari
- d) firmaning qaytarilmaydigan harajatlari

91. Ishlab chiqarish resursi hisoblanmaydigan qatorni belgilang

- a) bozor
- b) foydali qazilmalar
- c) malakali ishchi kuchi
- d) bino, inshootlar

92. Iste'mol qilingan ne'matlardan olingan jami naflik bu...

- a) umumiy naflilik
- b) chekli naflilik
- c) chekli naflilik va umumiy naflilik
- d) umumiy naflilik va chekli naflilik

93. Iste'molchilar daromadining kamayishi grafikda qanday o'zgarish hosil qiladi?

- a) budjet chizig'i chapga parallel siljiydi
- b) budjet chizig'i o'ngga parallel siljiydi
- c) budjet chizig'ining og'ish burchagi qisqaradi
- d) budjet chizig'ining og'ish burchagi o'zgaradi

94. Iste'molchilar daromadining ko'payishi grafikda qanday o'zgarish hosil qiladi?

- a) budget chizig'i o'ngga parallel siljiydi
- b) byudjet chizig'ining og'ish burchagi o'zgaradi
- c) byudjet chizig'i chapga parallel siljiydi
- d) byudjet chizig'ining og'ish burchagi qisqaradi

95. Izokosta bu...

- a) yig'indisi bir hil yalpi harajatga teng bo'lgan resurslar sarflarini kombinatsiyalarini ifodalovchi chiziq
- b) inson tomonidan yaratilgan resurslar
- c) bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziq
- d) ishlab chiqariladigan mahsulot narxi

96. Izokosta tenglamasi to'g'ri berilgan qatorni belgilang.

- a) $w \cdot L + r \cdot K = C$
- b) $w \cdot L - r \cdot K = C$
- c) $P_1 X_1 - P_2 X_2 = R$
- d) $P_1 X_1 + P_2 X_2 = R$

97. Izokvantalar haritasi bu...

- a) bu izokvantalar majmuasidan iborat bo'lib, ularning har biri ma'lum ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalariga to'g'ri keladigan maksimal ishlab chiqarish hajmin i o'zida aks ettiradi
- b) bir xil hajmda mahsulot sotilishini ta'minlovchi egri chiziq
- c) vaqt birligi ichida korxonaning yordamchi bo'limlarida ishlab chiqariladigan mahsulot hajmi teng miqdorda bo'lishi
- d) o'rnini bosuvchi resurslar narxi

98. Izokvanta nimani anglatadi?

- a) bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar kombinatsiyasini
- b) yalpi egri ishlab chiqarish hajmini
- c) berilgan resurslar hajmida turlicha ishlab chiqarish hajmlarini
- d) o'rtacha xarajatni

99. Kapital (kapital resurslari) bu...

- a) inson tomonidan yaratilgan ishlab chiqarish resurslari (binolar, inshootlar, mashina va mexanizmlar)
- b) insonning mehnat qilishga qaratilgan jismoniy va aqliy qobiliyatidir
- c) tovarlarni ishlab chiqarish va xizmat ishlarini bajarishda ishlatiladigan tabiiy ne'matdir
- d) aktsiya, obligatsiyalar

100. Korporatsiya deganda...

- a) paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan cheklangan
- b) ishlab chiqarish resurslari egalari qatnashgan qarorlarini va manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi institutsional tuzilma hisoblanadi
- c) boshqaruvchi shahs
- d) foyda olish maqsadida harakat qilmaydigan kasaba uyushmalari

101. Kurno modeli qaysi bozordagi munosabatlarni tahlil qiladi?

- a) duopoliya
- b) golland auksioni
- c) fransuz auksioni
- d) nemis auksioni

102.Kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko'radigan inson...

- a) Tavakkalchilikka qarshi inson
- b) Tavakkalchilikka befarq qarovchi shaxs
- c) Tavakkalchilikka moyillik
- d) monopolist

103.Limonga bo'lgan talab 100 dona bo'lganda, har bir limon narxi 21 so'mni tashkil qiladi, talab 200 dona bo'lganda bir dona limon 18 so'm bo'lsin. Yoysimon elastik koeffitsienti nechaga teng?

- a) 4,33
- b) 2
- c) 1
- d) 0

104.Loyiha bu...

- a) ma'lum maqsadga erishish uchun qilinadigan resurslar investitsiyasi
- b) chetlanish
- c) to'lov funktsiyasi
- d) daromad olish uchun qo'yiladigan kapital

105.Ma'muriy-buyruqbozlikga asoslangan iqtisodiyot qanday tizim?

- a) davlat tomonidan ishlab chiqarish, taqsimot, almashuv va iste'mol ustidan to'liq nazorat o'rnatishga asoslangan
- b) yakka hokimlik asosida ishlab chiqarishni tashkil etishga asoslangan
- c) ishlab chiqarishni reja asosida yurgazishga asoslangan
- d) ishlab chiqarishni ijtimoiy mulk va ijtimoiy mehnat asosida tashkil etishga qaratilgan

106.Mahsuldorlikning kamayish qonuni...

- a) Tomas Maltusning qonuni
- b) Engel qonuni
- c) Marshal qonuni
- d) talab qonuni

107.Mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan harajat

- a) doimiy harajat
- b) o'zgaruvchan harajatlar
- c) yalpi harajatlar
- d) chekli harajatlar

108.Mahsulot miqdori va narxi o'rtasidagi teskari bog'liqlik deb...

- a) talab qonuniga aytiladi
- b) taklif qonuniga aytiladi c)
- Giffen tovarlarga aytiladi d)
- chetlanishga aytiladi

109.Masshtab samarasi bu...

- a) bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi sur'ati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o'sish sur'ati o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi
- b) boshqa omillar sarfi o'zgarmaganda bir birlik biror omildan qo'shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot
- c) oldin qilingan harajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas
- d) ishlab chiqarish davrining uzunligi

110.Mikroiqtisodiyot qaysi fanlar bilan uzviy bogliq?

- a) iqtisodiyot nazariyasi, statistika, korhona iqtisodiyoti
- b) iqtisodiyot nazariyasi, jismoniy tarbiya, korhona iqtisodiyoti
- c) iqtisodiyot nazariyasi, yapon tili, korhona iqtisodiyoti
- d) Nemis tili, statistika, korhona iqtisodiyoti

111.Model deganda...

- a) iqtisodiy jarayonning sxemasi, loyihasi, matematik formulalar bilan ifodalanishi tushuniladi
- b) xom ashyo, yoqilg'i, ixtirolar
- c) inson bir iqtisodiy ne'matning ma'lum miqdorini iste'mol qilishi
- d) tabiiy resurslar, ish kuchi, texnologiya, zaruriy tadbirkorlikni birlashtiruvchi mexanizm

112.Model nima?

- a) bu iqtisodiy jarayonning shemasi, loyihasi, matematik formulalar bilan ifodalanishi
- b) byudjet chizig'ining og'ish burchagi
- c) chekli almashtirish normasi
- d) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish

113.Monopolist – sotuvchi bilan monopolist xaridor uchrashganda...

- a) ikki tomonlama monopoliya deyiladi
- b) monopoliya
- c) duopoliya
- d) monopsoniya

114.Muqobil qiymat bu...

- a) voz kechilgan boshqa iqtisodiy ne'mat qimmatini bilan o'lganadigan iqtisodiy ne'mat qimmatidir
- b) inson oqilona faoliyatga intilishi, ya'ni eng kam resurslarni sarflab, o'zining eng ko'p ehtiyojlarini qondirishi haqidagi fikrdir
- c) inson bir iqtisodiy ne'matning ma'lum miqdorini iste'mol qilishi
- d) tovar va xizmatlar narxi

115.Musbat (ijobiy) tashqi samara formulasi qaysi qatorda to'g'ri berilgan?

- a) $MSB = MPB + MEB$
- b) $Q = f(K, L)$
- c) (P_1/Q_1)
- d) $(Q_2 - Q_1)$

116.Mutloq elastik talab chizig'i qanday ko'rinishga ega?

- a) gorizonttal chiziq
- b) vertikal chiziq
- c) egri chiziq
- d) to'g'ri chiziq

117.utloq noelastik talab chizig'i qanday ko'rinishga ega?

- a) vertikal chiziq
- b) gorizonttal chiziq
- c) egri chiziq
- d) to'g'ri chiziq

118.Muvozanat mahsulot miqdori deb ...

- a) muvozanat narxga to'g'ri keladigan tovar miqdori
- b) ijtimoiy harajatlar va xususiy harajatlar yig'indisidan iborat
- c) ijtimoiy daromadlar va xususiy daromadlar yig'indisidan iborat
- d) ijtimoiy daromadlar va xususiy daromadlar orasidagi farqdan iborat

119.Muvozanat narx bu...

- a) talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx
- b) kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o'rtasidagi farq
- c) daromad olish uchun qo'yiladigan kapital
- d) daromadlarning oshishi

120.Nafililik nimada o'lganadi?

- a) utilida
- b) foizda
- c) so'mda
- d) tonnada

121.Narx bu...

- a) bir birlik tovarni sotib olish uchun to'lanadigan pul miqdori
- b) umumiy daromaddan umumiy harajatlarni olish
- c) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgarib turuvchi xarajatlar
- d) mahsulotlarni sotishdan tushgan tushum

122.Narx diskreminatsiyasi deb...

- a) bir xil mahsulotni har xil haridorlarga turli narxda sotishga aytiladi
- b) yangi modeldagi tovarga yuqori narx belgilashga aytiladi
- c) ishchilarning malakasiga qarab ish haqi berishga aytiladi
- d) yuqori sifatli tovarga yuqori narx belgilashga aytiladi

123.Narx pastdan yuqoriga ko'tarilgan auksion

- a) ingliz auksioni
- b) mahsulot bahosini oshirish hisobiga
- c) qo'shimcha resurslarni jalb qilish hisobiga
- d) yangi modeldagi tovarga yuqori narx belgilash

124.Narxlar diversifikatsiyasi bu...

- a) narxlarni iste'molchilarning imkoniyatlariga qarab har xil darajalarda belgilash
- b) birgalikda hamkorlikda iste'mol qilinadigan tovarlar
- c) narxlarni bir xil darajalarda belgilash
- d) pul bilan ta'minlangan ehtiyoj

125.Narxlarni iste'molchilarning imkoniyatlariga qarab har xil darajalarda belgilash...

- a) narxlar diversifikatsiyasi
- b) birgalikda hamkorlikda iste'mol qilinadigan tovarlar
- c) yagona iste'molchining tovarga bo'lgan talabi tushuniladi
- d) talab miqdori o'rtasidagi bo'g'liqlikni ifodalaydi

126.Normativ usul bu...

- a) u yoki bu jarayonga baho beriladi.
- b) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish
- c) yondoshuv voqealarni real holatini ifoda etadi.
- d) hodisalarni mayda bo'laklarga ajratib, ularni tadbiq qilish.

127.O'rindosh tovarlar bu...

- a) iste'mol qilishda bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlar yoki bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlar
- b) inson va inson tomonidan yaratilgan resurslar
- c) birgalikda, komplekt tarzida iste'mol qilinadigan tovarlar
- d) sifatsiz tovarlar

128.O'zgarma harajatni hisoblash formulasini belgilang:

- a) $TC-VC$
- b) $\Delta TC:Q$
- c) $FC : Q$
- d) kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o'rtasidagi farq

129.O'zgarma harajat deganda...

- a) mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan harajat
- b) oldin qilingan harajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas
- c) mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan harajaddir
- d) mahsulot ishlab chiqarish narxiga bog'liq bo'lmagan harajaddir

130.O'zgaruvchan harajatni hisoblash formulasini belgilang: a)

- TC -FC
- b) $\Delta TC:Q$
- c) $FC : Q$
- d) $(P \cdot Q) : \Delta Q$

131.O'rtacha umumiy harajatlar bu:

- a) umumiy doimiy harajatlar va o'zgaruvchan harajatlar yig'indisini ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdoriga nisbatidir
- b) $AFC - AVC$
- c) TC ni doimiy birligiga nisbatidir
- d) $ATC - AFC$

132.O'zaro kelishuv va uchrashuvlar bilan bog'liq harajatlar deb

- a) transaksion harajatlarga aytiladi
- b) o'zgarmas harajatlarga aytiladi
- c) bozor muvozanatiga aytiladi
- d) qaytarilmas harajatlarga aytiladi

133.Oligopoliya bu...

- a) bu bozor tizimida biror bir tovarni sotishda cheklangan firmalar hukmronlik qiladi
- b) haridor bitta bo'lib, sotuvchilar ko'p bo'lgan bozor
- c) haridor ko'p bo'lib, sotuvchilar bitta bo'lgan bozor
- d) haridor ko'p bo'lib, sotuvchilar bo'lmagan bozor

134.Oligopoliya so'zi grekcha bo'lib, nima ma'noni anglatadi?

- a) oligos - bir necha, poleo - sotaman
- b) oligos - juda ko'p, poleo - sotib olaman
- c) oligos - tovar, poleo - sotib olaman
- d) oligos - qancha, poleo - iste'mol qilaman

135.Ortiqcha taklif paydo bo'ladi, agar...

- a) bozor narxi muvozanat narxdan yuqori bo'lsa.
- b) bozor narxi muvozanat narxdan past bo'lsa.. c)
- bozor narxi muvozanat narxga teng bo'lsa.
- d) tovar narxi muvozanat narxga teng bo'lsa

136. $P_1X_1 + P_2X_2 = R$

- a) budget chegarasi tenglamasi
- b) Maltus tenglamasi
- c) talab funksiyasi
- d) taklif funksiyasi

137.Pirovard (chekli) daromad deb nimaga aytiladi?

- a) mahsulot hajmini bir birlikka o'sishi natijasida daromadning o'sishiga aytiladi b)
- mahsulot hajmini bir birlikka o'sishi natijasida daromadning pasayishiga aytiladi
- c) mahsulot hajmini bir birlikka o'sishi natijasida daromadning ikki birlikka o'sishiga aytiladi
- d) mahsulot hajmini pasayishi natijasida daromadning o'zgarmasligiga aytiladi

138.Pozitiv usul nima?

- a) yondoshuv voqealarni real holatini ifoda etadi.
- b) barcha hodisa va voqealarni doimiy harakatda va o'zaro aloqadorlikda deb tadbqiq qilish.
- c) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish
- d) u yoki bu jarayonga baho beriladi.

139.Pulning kutilmagan qadrsizlanishi (inflyatsiyasi)dan aholining qaysi qismi ko'proq jabr ko'radi?

- a) obligatsiya egalari b)
- ishlab chiqaruvchilar c)
- qarz oluvchilar
- d) dehqon (fermer) xo'jaligi

140.Qaysi auksionda stavkalar yuqoridan pastga qarab, toki tovar minimal mumkin bo'lgan narxda sotilgunga qadar tushib boradi.

- a) Golland auksionida
- b) yopiq auksion
- c) Nemis auksioni
- d) Kurno auksioni

141.Qaysi bandda tavakkalchilikni pasaytirish yo'llari keltirilgan?

- a) diversifikatsiyalash, tavakkalchilikni taqsimlash, sug'urtalash
- b) assimetrik axborotlarni bartaraf etish
- c) bozor signallaridan foydalanish
- d) daromadlar oshsa

142.Qaysi ibora iste'molchining birorta tovarni sotib olishga xohishi va imkoniyati mavjudligini ko'rsatadi:

- a) talab
- b) taklif
- c) zaruriyat
- d) ehtiyoj

143.Qaysi omillarning o'zgarishi talab egri chizig'ining siljishiga olib keladi?

- a) haridorlar soni va daromadlar miqdori
- b) milliy daromadning hajmi va uning taqsimlanishi
- c) resurslarning narxi
- d) ishlab chiqarish texnologiyasi

144.Qaytarilmaydigan harajatlar...

- a) oldin qilingan harajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas
- b) hajmi ishlab chiqariladigan maxsulot hajmining o'zgarishiga qarab o'zgarmaydigan xarajatlar
- c) hajmi ishlab chiqariladigan maxsulot hajmining o'zgarishiga qarab o'zgaradigan xarajatlar
- d) bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas harajat

145.Qd=100-1.5P Qs=20+0.5P Berildan funksiyalardan foydalanib bozor muvozanatini aniqlang.

- a) muvozanat narx 40 birlik, muvozanat hajm 40 birlikka teng
- b) muvozanat narx 20 birlik, muvozanat hajm 40 birlikka teng
- c) muvozanat narx 40 birlik, muvozanat hajm 20 birlikka teng
- d) muvozanat narx 30 birlik, muvozanat hajm 30 birlikka teng

146.Qisqa muddatli davr nima?

- a) bu davrda faqat bitta ishlab chiqarish omili o'zgaradi
- b) bir ishlab chiqarish omili o'zgarib, boshqasi o'zgarmaydigan davr
- c) izokvanta egri chizig'i o'zgaradigan davr
- d) faqat mehnat omili o'zgaradigan davr

147.Quyidagi fikrlardan qaysi biri noto'g'ri keltirilgan?

- a) o'rindosh tovarlar – birgalikda, komplekt tarzida iste'mol qilinadigan tovarlar.
- b) to'ldiruvchi tovarlar – birgalikda, komplekt tarzida iste'mol qilinadigan tovarlar.
- c) to'ldiruvchi tovarlar – iste'mol qilishda bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlar yoki bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlar.
- d) umumiy naflik – iste'mol qilingan ne'matlardan olingan jami naflik.

148.Quyidagi ta'riflardan qaysi biri bozor iqtisodiyotining mohiyatini to'laroq xarakterlaydi?

- a) bu xususiy mulk ustunligiga asoslangan hamda iqtisodiy jarayonlar bozor mehanizmi yordamida boshqariladigan va tartibga solinadigan iqtisodiyotdir
- b) ma'muriy-buyruqbozlikga asoslangan iqtisodiyot
- c) mehnat taqsimoti mavjud bo'lgan iqtisodiyot
- d) urf-odat, udumlar va an'analariga asoslangan iqtisodiyot

149.Quyidagilardan qaysi biri iqtisodiy resurslar tarkibini to'liq aks ettiradi?

- a) kapital, er, ishchi kuchi, tadbirkorlik layoqati va axborot
- b) mehnat vositalari va ishchi kuchi
- c) tabiiy va inson resurslari
- d) ishlab chiqarishning moddiy omillari

150. Quya dagilarning qaysi biri talab tushunchasining mazmunini to'laroq xarakterlaydi?

- a) bahoning mavjud darajasida sotib olish mumkin bo'lgan tovarlarning miqdori
- b) milliy daromadning hajmi va uning taqsimlanishi
- c) ehtiyoj, hohish, istak
- d) bir ishlab chiqarish omili o'zgarib, boshqasi o'zgarmaydigan davr

151. Quya dagi ifodalardan qaysi biri umumiy harajatni aks ettiradi?

- a) $FC + VC$
- b) $VC - FC$
- c) ΔMC
- d) $FC + VC + MC$

152. Quya dagi umumiy naflilikni aks ettiruvchi raqamlardan qaysi biri chekli naflilikning kamayib borish qonuni izohlaydi

- a) 280,270,250,200
- b) 200,300,400,500
- c) 200,400,1600,9600
- d) 200,450, 11,750

153. Qaysi hollarda befarqlik kartasida joylashgan nuqtaga iste'molchining muvozanat holati deymiz?

- a) budjet chizig'i bilan befarqlik chizig'ining burchak koeffitsienti bir biriga teng bo'lganda
- b) byudjet chizig'i bilan talab egri chizig'i kesishgan har qanday nuqtaga
- c) eng yuqorida joylashgan befarqlik chizig'iga
- d) byudjet chizig'i chegarasidan tashqarida yotgan nuqtaga

154. Raqobatlashuvchi firmadan farqli ravishda monopolist:

- a) kamroq mahsulot ishlab chiqarib yuqoriroq narx qo'yishga intiladi
- b) narxni yuqori o'rnatib ko'proq daromad olishga intiladi
- c) foydani minimallashtirishga intiladi
- d) $MR=P$ bo'lgan holatda mahsulot ishlab chiqarishga intiladi

155. Samaradorlik nima?

- a) "natija" va "xarajat" nisbati
- b) sarflangan resurslarni tejash
- c) ishlab chiqarish xarajatlarning o'sishi
- d) iqtisodiyotning o'sishi

156. Shaxs talabi bu...

- a) bitta iste'molchining tovarga bo'gan talabi.
- b) bozorda taklif miqdori bilan talab miqdori teng bo'lgan hol
- c) talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx.
- d) berilgan narxlarda haridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori.

157. Sintez usuli bu...

- a) hodisalarning mayda elementlarini birlashtirish asosida o'rganib xulosa chiqarish.
- b) hodisalarni mayda bo'laklarga ajratib, ularni tadbiq qilish.
- c) barcha hodisa va voqealarni doimiy harakatda va o'zaro aloqadorlikda deb tadbiq qilish.
- d) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish

158. Sof iqtisodiy ma'noda "bozor" tushunchasi nimani anglatadi?

- a) ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) va iste'molchi (xaridor)larning tovarlarini ayrboshlash xususidagi harakatini o'zaro kelishtiruvchi mexanizmlar, tartiblar va infrastrukturaviy tuzilmalar tizimini
- b) narxlarni bir xil darajalarda belgilash
- c) birgalikda hamkorlikda iste'mol qilinadigan tovarlar
- d) bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to'g'risidagi amaliy bilimlardir

159.Soliqlarning oshishi taklifning siljishiga olib keladi:

- a) taklif egri chizig'ini chapga va yuqoriga
- b) talab egri chizig'ini chapga va pastga
- c) taklif egri chizig'ini yuqori va o'ngga
- d) talab egri chizig'ini yuqori va o'ngga

160.Tabiiy monopoliyaga misol, bu-

- a) shahar metrosi
- b) IBM-kompaniyasi
- c) Hamkorbank
- d) OPEK-xalqaro neft karteli

161.Tahlil usuli bu...

- a) hodisalarni mayda bo'laklarga ajratib, ularni tadbiq qilish.
- b) umumiy qoidalar asosida ayrim xulosalarni chiqarish
- c) ayrim dalillar asosida xulosa chiqarish
- d) barcha hodisa va voqealarni doimiy harakatda va o'zaro aloqadorlikda deb tadbiq qilish.

162.Taklif > talab bo'lsa:

- a) ortiqchalik yuzaga keladi
- b) bozor muvozanatiga erishiladi
- c) pul taqchil bo'ladi
- d) bozorda taqchilik hukm suradi

163.Taklif bu...

- a) bu ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan muayyan narxlarda sotilishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori
- b) birgalikda hamkorlikda iste'mol qilinadigan tovarlar
- c) pul bilan ta'minlanmagan ehtiyojga aytiladi
- d) sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori

164.Taklif hajmiga qaysi omillar ta'sir etmaydi?

- a) istemolchi daromadi
- b) ishlab chiqarish texnologiyasi
- c) resurslar narxi
- d) soliqlar

165.Talab elastik bo'ladi, agar:

- a) $Ed > 1$ bo'lsa
- b) $Ed < 1$ bo'lsa
- c) $Ed = 1$ bo'lsa
- d) $Ed = 0$ bo'lsa

166.Talab > taklif bo'lsa:

- a) bozorda taqchilik hukm suradi
- b) bozor muvozanatiga erishiladi
- c) pul taqchil bo'ladi
- d) bozorda tovarlar o'tmay yig'ilib qoladi

167.Talab elastikligi quyidagicha aniqlanadi:

- a) talab miqdorning foizda o'zgarishini narxning foizda o'zgarishiga nisbati orqali
- b) narx o'zgarishining talab miqdori o'zgarishiga nisbati orqali
- c) talab miqdori o'zgarishining narx o'zgarishiga nisbati orqali
- d) talab va taklif egri chizig'lari orqali

168.Talab funktsiyasi deb nimaga aytiladi?

- a) talabga ta'sir qiluvchi omillar miqdori bilan talab miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi
- b) mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'ladigan sarflar yig'indisi
- c) berilgan narxlarda haridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori
- d) taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi

169. Talab miqdorning foizda o'zgarishini narxning foizda o'zgarishiga nisbati orqali

- a) talab elastikligi aniqlanadi
- b) taklif elastikligi aniqlanadi
- c) naflilik aniqlanadi
- d) ishlab chiqaruvchilar aniqlanadi

170. Talab no elastik bo'ladi, agar:

- a) $Ed < 1$ bo'lsa
- b) $Ed > 1$ bo'lsa
- c) $Ed = 1$ bo'lsa
- d) $Ed = 0$ bo'lsa

171. Talab qonuni deyiladi, agar:

- a) mahsulotning narxi pasaysa, uni olish hajmi ko'payadi
- b) iste'molchilarning daromadi ko'paysa, u holda ular tovarlarni ko'proq sotib oladilar
- c) talab egri chizig'i musbat qiyalikka ega
- d) taklif hajmining talab hajmidan oshib ketishi narxni tushushiga olib keladi

172. Talab qonunidan qanday xulosa chiqarish mumkin?

- a) yuqori baholar iste'molchining xarid qilish istagini susaytiradi, past baho esa kuchaytiradi
- b) iste'molchi mahsulotning qo'shimcha birligini faqat uning bahosi pasaygan sharoitda sotib ola boshlaydi
- c) baholarning pasayishi iste'molchi pul daromadining sotib olish layoqati yoki real daromadini oshiradi
- d) mahsulot bahosi o'sganda iste'molchi uning o'rnini bosuvchi arzonroq tovarlarni sotib olishga xarakat qiladi

173. Talab qonuniga ko'ra:

- a) mahsulotning narxi pasaysa, unga talab oshadi yoki aksincha
- b) iste'molchilarning daromadi oshsa, ular tovarlarni ko'proq sotib olish imkoniyatiga ega bo'ladilar
- c) talab chizig'i musbat qiyalikka ega
- d) taklif hajmining talab hajmidan oshib ketishi narxni tushushiga olib keladi

174. Talab tushunchasiga to'liq ta'rif berilgan qatorni aniqlang

- a) pul bilan ta'minlangan ehtiyoj
- b) ehtiyoj
- c) bozorga sotishga chiqarilgan mahsulotlar miqdori
- d) tovar qiymatining puldagi ifodasi

175. Talab va taklifga ta'sir qiluvchi omillarning bir foizga o'zgarishi natijasida talab va taklif hajmining necha foizga o'zgarishini aniqlaydigan koeffitsiyent...

- a) Elastiklik
- b) chetlanish
- c) izokvanta
- d) izokosta

176. Tavakkalchilikni pasaytirish yo'llari bu...

- a) diversifikatsiya, sug'urtalash, axborot izlash
- b) daromadlarning oshishi
- c) taklifning kamayishi
- d) talabning ortishi

177. Tavakkalchilikni taqsimlash bu...

- a) ushbu usulga ko'ra zarar ko'rish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik bilan qatnashuvchi sub'ektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub'ektning kutiladigan yo'qotishi nisbatan kichik bo'ladi
- b) daromadlarning oshishi
- c) kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o'rtasidagi farq
- d) kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko'radigan inson

178. Tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan faoliyat turi bu...

- a) diversifikatsiya
- b) chetlanish
- c) izokvanta
- d) izokosta

179. $TC=150$, $FC=50$. $VC=?$

- a) 100
- b) 130
- c) 150
- d) 500

180. Texnologiya bu...

- a) bu tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish to'g'risidagi amaliy bilimlardir
- b) bu kerakli mahsulotlarni tayyorlash uchun ishchi kuchidan, uskuna va texnologiyadan tabiiy resurslardan hamda materiallardan ma'lum miqdordagi kombinatsiyada foydalanish jarayonidir
- c) bu bir xil hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan ishlab chiqarish omillari sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziqdir
- d) inson tomonidan yaratilgan resurslar

181. Texnologiyaning takomillashuvi natijasida...

- a) taklif egri chizig'i o'ngga siljiydi
- b) talab egri chizig'i chapga va pastga siljiydi
- c) talab egri chizig'i yuqori va o'ngga siljiydi
- d) taklif egri chizig'i chapga va pastga siljiydi

182. Tomas Maltusning qonuni bu...

- a) mahsuldorlikning kamayish qonuni
- b) talab qonuni
- c) taklif qonuni
- d) taklif va talab qonuni

183. Tovar narxi muvozanat narxdan yuqori bo'lganda qanday holat yuz beradi?

- a) tovar ortiqchaligi paydo bo'ladi
- b) tovar tanqisligi yuz beradi
- c) istemolchilar bozori shakllanadi
- d) resurslar narxi arzonlashadi

184. Tovar va xizmatlar bozori muvozanat holatda deyiladi, agar:

- a) taklif hajmi talab hajmiga teng bo'lsa
- b) narx harajatlar qo'shilgan foydaga teng bo'lsa
- c) texnologiya darajasi bosqichma – bosqich o'zgarib tursa
- d) talab taklifga teng bo'lsa

185. Transaksion harajatlar tushunchasini birinchi bo'lib kim tomonidan kiritilgan?

- a) R.Kouz
- b) R. Pindayk
- c) K.Menger
- d) R.Giffen

186. Transaksion yoki operatsiyalar xarajati bu...

- a) tovarlar almashuvi sohasidagi xarajatlardir
- b) ovqatlanish xarajatlari
- c) yalpi xarajatlar
- d) o'rtacha xarajatlardir

187. Taklif qonuniga ko'ra, boshqa omillar o'zgaras bo'lgan sharoitda tovar narxining ko'tarilishi:

- a) taklif hajmining oshishiga olib keladi
- b) taklifning pasayishiga olib keladi
- c) taklifning o'zgaras qolishiga olib keladi
- d) taklif hajmining pasayishiga olib keladi

188. Talabga quyidagi omillardan qaysi biri ta'sir ko'rsatmaydi?

- a) resurslarning narxi
- b) to'ldiruvchi tovarlar narxining o'zgarishi
- c) iste'molchilar daromadi
- d) iste'molchilar soni

189. Umumiy mahsulot bu...

- a) ma'lum vaqt oraligida jami ishlab chiqarilgan mahsulot
- b) boshqa omillar sarfi o'zgarasanda bir birlik biror omildan qo'shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot
- c) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgarib turuvchi xarajatlar
- d) ishlab chiqarish xajmiga bog'liq bo'magan o'zgarib turuvchi xarajatlar

190. Umumiy daromad qanday hisoblanadi?

- a) narxning mahsulot miqdoriga ko'paytmasi
- b) narxning miqdorga nisbati bilan
- c) umumiy doimiy harajatlar va o'zgaruvchan harajatlar yig'indisini ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdoriga nisbatidir
- d) miqdorning narxga nisbati bilan

191. Umumiy harajetni hisoblash formulasini belgilang:

- a) $FC + VC$
- b) $\Delta TC : Q$
- c) $FC : Q$
- d) $(P \cdot Q) : \Delta Q$

192. Umumiy naflik bu...

- a) iste'mol qilingan ne'matlardan olingan jami naflik
- b) bir hil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyasi
- c) biror ne'matdan qo'shimcha bir birlik iste'mol qilish natijasida iste'molchi tomonidan olinadigan qo'shimcha naf
- d) har hil naf beruvchi ne'matlar kombinatsiyasi

193. Umumiy naflik oshadi, qachonki chekli naflik:

- a) pasayganda
- b) ko'tarilganda
- c) past sur'atda oshganda
- d) o'ssa yoki kamaysa, lekin musbat miqdor bo'lsa

194. Umumiy tushum (TR) qanday aniqlanadi?

- a) $(P \cdot Q)$
- b) (P_1 / Q_1)
- c) $(Q_2 - Q_1)$
- d) $\Delta Q \cdot Q$

195. Uzoq muddatli davr deyiladi...

- a) barcha ishlab chiqarish omillari o'zgaradigan davr
- b) bir ishlab chiqarish omili o'zgarib, boshqasi o'zgarmaydigan davr
- c) barcha omillar doimiyliqi saqlanib qoladigan davr
- d) bir yilgacha bo'lgan ishlab chiqarish davri

196.Yerning ijara haqi bu...

- a) yerdan foydalanuvchi tomonidan bir yilda yer egasiga to'lanadigan pul miqdori
- b) ishlab chiqarish xajmiga qarab o'zgarib turuvchi xarajatlar
- c) vaqt birligi ichida korxonaning yordamchi bo'limlarida ishlab chiqariladigan maxsulot hajmi teng miqdorda bo'lishi
- d) tabiiy resurslar, texnologiya, zaruriy tadbirkorlik, va boshqaruv qobiliyatini birlashtiruvchi mexanizm

197.Yopiq auktsion nima?

- a) qatnashuvchilar bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda tovar uchun stavkalar qo'yadi
- b) qatnashuvchilar soni chegarallangan holda tovar uchun stavkalar ko'yadi
- c) bu auktsionda stavka yuqoridan pastga qarab pasayib boradi
- d) taklif etilgan tovarlar almashuvi

198.Agar tovar narxi talab va taklif chiziqlarining kesishish nuqtasidan pastda bo'lsa:

- a) taqchillik yuzaga keladi
- b) tovar ortiqchaligi paydo bo'ladi
- c) ishsizlik ko'payadi
- d) muvozanat holat ta'minlanadi

199.Oligopoliya bu:

- a) unchalik ko'p bo'lmagan raqobatlashuvchi firmalardir
- b) bir xil turdagi mahsulotlarni ishlab chiqaruvchi katta hajmdagi raqobatlashuvchi firmalar yig'indisidir
- c) faqat bitta yirik haridordir
- d) faqat bitta yirik firma

200.Oligopoliya nazariyasini yaratgan birinchi iqtisodchi olimni ko'rsating:

- a) Ogyusten Kurno
- b) Edvard Chamberlin
- c) Djon Robinson
- d) Karl Marks

201.Resurslar, tovarlar va daromadlarning doiraviy aylanish alohida olingan korxonalar, tarmoqlar, hududlar darajasida ham ro'y beradi.Buni qaysi fan o'rganadi?

- a) Mikroiqtisodiyot
- b) Makroiqtisodiyot
- c) Iqtisodiy nazariya
- d) Statistika

202.Zamonaviy mikroiqtisodiyot asosiy belgisi bu -

- a) bu jamiyatdagi jarayonlarda mavjud resurslarni cheklanganlarini qayd etib, ularni tejab ishlatish, farovonlikni oshirish yo'llarini asoslab berish hisoblanadi
- b) bu jamiyatdagi jarayonlarda mavjud resurslarni qayd etib, ularni ishlab chiqarish, farovonlikni oshirish yo'llarini xisoblab berish hisoblanadi
- c) bu jamiyatdagi resurslarnitejab ishlatishni oshirish yo'llarini asoslab berish hisoblanadi
- d) farovonlikni oshirish yo'llarini xisob kitob qiladi

203.«Yer» (tabiiy resurslar)- bu

- a) tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishda ishlatiladigan tabiat tomonidan berilgan resurslardir b) kishilarning ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan jismoniy va aqliy qobiliyatlari, sog'lig'ining ahvoli, ta'limi va kasbiy ko'nikmalarini o'z ichiga oladi
- c) inson tomonidan yaratilgan va tovar hamda xizmatlarni ishlab chiqarish jarayonida foydalanish uchun mo'ljallangan buyumlardir
- d) binolar va inshootlar, asboblari va uskunalar, aloqa vositalari, transport, shuningdek qayta ishlangan hom ashyo va yarim tayyor mahsulotlar

204.Mehnat (inson resurslari)-

- a) kishilarning ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan jismoniy va aqliy qobiliyatlari, sog'lig'ining ahvoli, ta'limi va kasbiy ko'nikmalarini o'z ichiga oladi
- b) tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishda ishlatiladigan tabiat tomonidan berilgan resurslardir

- c) binolar va inshootlar, asboblari va uskunalari, aloqa vositalari, transport, shuningdek qayta ishlangan hom ashyo va yarim tayyor mahsulotlar
- d) inson tomonidan yaratilgan va tovar hamda xizmatlarni ishlab chiqarish jarayonida foydalanish uchun mo'ljallangan buyumlardir

205.Kapital (kapital resurslari)-

- a) binolar va inshootlar, asboblari va uskunalari, aloqa vositalari, transport, shuningdek qayta ishlangan hom ashyo va yarim tayyor mahsulotlar
- b) tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishda ishlatiladigan tabiat tomonidan berilgan resurslardir
- c) tadbirkorlik qobiliyati deb ataluvchi noyob xususiyatlarning mavjudligi
- d) kishilarning ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan jismoniy va aqliy qobiliyatlari, sog'lig'ining ahvoli, ta'limi va kasbiy ko'nikmalarini o'z ichiga oladi

206. Ishlab chiqarish resurslarini cheklanganligi inson, oila, jamiyat oldiga kanday muammoni qo'yadi?

- a) tanlov
- b) o'zgaruvchanlik
- c) xarajatlar
- d) daromad

207.Muqobil qiymat – bu ...

- a) voz kechilgan boshqa iqtisodiy ne'mat qiymati bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat qiymatidir
- b) iqtisodiy ne'mat narxi bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat qimmatidir
- c) voz kechilgan boshqa iqtisodiy ne'mat bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat narxidir
- d) voz kechilgan tovarlarning narxlarini bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat qimmatidir

208.Oqilona ishlatish tamoyili bu...

- a) inson oqilona faoliyatga intilishi, ya'ni eng kam resurslarni sarflab, o'zining eng ko'p ehtiyojlarini qondirishi haqidagi fikrdir.
- b) o'zgaruvchanlik
- c) bu birkishining ehtiyojini qondiruvchi ne'matlardir.
- d) voz kechilgan tovarlarning narxlarini bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat qimmatidir

209.Noyob ne'matlar muammosi qanday ikkita tamoyillar asosida echiladi?

- a) optimallashtirish tamoyili va alternativ xarajatlar tamoyili
- b) optimallashtirish tamoyili va optimal xarajatlar tamoyili
- c) maksimallashtirish tamoyili va optimal xarajatlar tamoyili
- d) minimallashtirish va maksimallashtirish tamoyillari

210.Mikroiqtisodiyot iqtisodiy sub'ektlarni ikkiga bo'lib qaraydi, bular...

- a) iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar
- b) iste'molchilar va uy xo'jaliklari
- c) iste'molchilar va sotib oluvchilar
- d) firmalar va ishlab chiqaruvchilar

211. Iqtisodiy ehtiyoj - bu ...

- a) shaxsni, korxonani yoki jamiyatni faoliyat ko'rsatishini va rivojlanishini ta'minlab turish uchun zarur bo'lgan moddiy resurslar
- b) shaxsni, korxonani yoki jamiyatni faoliyat ko'rsatishi va yopilishi uchun zarur bo'lgan moddiy resurslar
- c) jamiyatni rivojlanishini ta'minlab turish uchun zarur bo'lgan kuch
- d) Eng yuqori o'rnatilgan narx

212.Iqtisodiy ehtiyojni ikki turga bo'lish mumkin: bular ...

- a) birlamchi ehtiyoj va ikkilamchi ehtiyoj
- b) oddiy ehtiyoj va murakkab ehtiyoj
- c) birlik ehtiyoj va ko'plik ehtiyoj
- d) boshlang'ich ehtiyoj va yakuniy ehtiyoj

213. Ishlab chiqarish imkoniyati – bu ...

- a) berilgan texnologik rivojlanishda barcha mavjud resurslardan to'liq va samarali foydalangan xolda jamiyatning iqtisodiy ne'matlar ishlab chiqarish qobiliyatidir.
- b) bu har xil ehtiyojni qondiruvchi ne'matlardir.
- c) boshlang'ich ehtiyoj va yakuniy ehtiyoj
- d) Eng yuqori o'rnatilgan narx

214. Chekli transformatsiya koeffitsienti deganda nimani tushunamiz?

- a) bir tovardan qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarish uchun ikkinchi tovardan qancha hajmda ishlab chiqarishdan voz kechish kerakligini bildiradi.
- b) Eng yuqori o'rnatilgan narx c) Voqealarga salbiy baxo berish d) real ehtiyoj

215. Oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joyga bulgan ehtiyoj turini ayting.

- a) birlamchi ehtiyoj
- b) ikkilamchi ehtiyoj
- c) boshlang'ich ehtiyoj va yakuniy ehtiyoj
- d) bu xar xil ehtiyojni qondiruvchi ne'matlardir.

216. Dam olish, sayohat qilish, sport bilan shug'ullanish, o'qish va hokazolarga bo'lgan ehtiyoj turini ayting

- a) ikkilamchi ehtiyoj
- b) birlamchi ehtiyoj
- c) bu xar xil ehtiyojni qondiruvchi ne'matlardir.
- d) boshlang'ich ehtiyoj va yakuniy ehtiyoj

217. Qachon narx maksimal deyiladi?

- a) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan kichik bo'lsa va narxni maksimal narxdan yuqori belgilash ta'qiqlansa
- b) Eng yuqori o'rnatilgan narx
- c) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan katta bo'lsa va narxni maksimal narxdan yuqori belgilash ta'qiqlansa
- d) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan katta bo'lsa va narxni maksimal narxdan yuqori belgilash ta'qiqlanmasa

218. Qachon narx minimal deyiladi?

- a) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan katta bo'lsa va narxni minimal narxdan past belgilash ta'qiqlansa
- b) agar o'rnatilgan narx judayam past belgilangan bo'lsa
- c) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan kichik bo'lsa va narxni minimal narxdan past belgilash ta'qiqlansa
- d) agar o'rnatilgan narx muvozanat narxdan katta bo'lsa va narxni maksimal narxdan past belgilash ta'qiqlansa

219. Minimal va maksimal narxlar kim tomonidan o'rnatiladi?

- a) Davlat tomonidan
- b) Bozor tomonidan
- c) Sotuvchilar tomonidan
- d) Xaridorlar tomonidan

220. Agar minimal narx o'rnatilgan bo'lsa narxni tushurish mumkinmi?

- a) mumkin emas
- b) mumkin
- c) agar maxsulot ko'payib ketgan bolsa
- d) maxsulotlar sotilmay qolib ketsa

221. Agar maksimal narx o'rnatilgan bo'lsa narxni tushurish mumkinmi?

- a) mumkin
- b) mumkin emas

- c) maxsulotlar sotilmay qolib ketsa
- d) agar maxsulot ko'payib ketgan bulsa

222. Agar maksimal narx o'rnatilgan bo'lsa narxni ko'tarish mumkinmi?

- a) mumkin emas
- b) mahsulotlar sotilmay qolib ketsa
- c) mumkin
- d) agar maxsulot ko'payib ketgan bulsa

223. Agar minimal narx o'rnatilgan bo'lsa narxni ko'tarish mumkinmi?

- a) mumkin
- b) agar mahsulot ko'payib ketgan bulsa
- c) mahsulotlar sotilmay qolib ketsa
- d) mumkin

224. To'g'ri bog'lanish mavjud...

- a) «Narx» bilan «taklif» o'rtasida:
- b) «Narx» bilan «daromad» o'rtasida
- c) «Narx» bilan «foyda» o'rtasida
- d) «Narx» bilan «talab» o'rtasida:

225. Teskari bog'lanish mavjud...

- a) «Narx» bilan «talab» o'rtasida:
- b) «Narx» bilan «taklif» o'rtasida:
- c) «Narx» bilan «daromad» o'rtasida
- d) «Narx» bilan «foyda» o'rtasida

226. «Elastiklik» termininig ma'nosi?

- a) egiluvchan
- b) kamayuvchi
- c) o'payuvchi
- d) o'zgarmas

227. «Elastiklik» termini nechinchi yilda ilk bor qo'llanildi?

- a) 1885
- b) 1991
- c) 2016
- d) 2010

228. Bu termini 1885 yilda ilk bor Alfred Marshall tomonidan qo'llanildi?

- a) «Elastiklik» termini
- b) «modernizatsiya» termini
- c) «globalizatsiya» termini
- d) «diversifikatsiya» termini

229. Talab elastiklik turlari...

- a) nuqtasimon, yo'simon, kesishgan
- b) tarqoq, uzluksiz
- c) doiraviy, uzlukli
- d) chiziqli, paralel

230. Sotuvchi ko'pchilikdan iborat, lekin xaridor bitta bo'lgan bozor qanday bozor deyiladi?

- a) Monopsoniya
- b) Monopolistik raqobat
- c) Monopoliya
- d) Oligopoliya