

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
ANDIJON MASHINASOZLIK INSTITUTI



“Iqtisodiyot” kafedrası
“Mikroiqtisodiyot” fanidan

KURS ISHI

Mavzu: Daromad va almashtirish samarasi

Bajardi: “Texnika” fakulteti “Iqtisodiyot” yo’nalishi

2 – kurs 2 – guruh talabasi Eraliyev Ahrorbek

Ilmiy rahbar: Ermatov I.

MUNDARIJA:

Kirish	2
Asosiy qism:	
1. Daromad – iste'mol chizig'i	4
Engel chiziqlari	6
2. Narx – iste'mol chizig'i.....	9
3. Normal, past sifatli va giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi.....	12
4. Korxonalar faoliyatida daromad va almashtirish samarasining qo'llanishi.....	19
Xulosa.....	21
Tayanch atamalar.....	22
Foydalanilgan adabiyotlar.....	23

Kirish

O'zbekiston mustaqillikka erishgach, bozor iqtisodiyotini tanladi va bu butun tizimning o'zgarishiga olib keldi. Ma'muriy – buyruqbozlik tizimidan farqli o'laroq, endi bozor, talab va taklif birinchi o'ringa chiqdi. Ishlab chiqaruvchilar tovarlarning doimiy tarzda realizatsiyasini ta'minlash uchun bozordagi talabni kuzatib borishlariga to'g'ri kelishini anglab yetdilar. Shunga ko'ra, iste'molchilarning qaysi vaqtda qanday tovar va xizmatlarga ehtiyoj sezishi endilikda muhim ahamiyat kasb eta boshladi.

Tovar yoki xizmatlarning narxi yoki sifati o'zgarganda bozordagi talabning qay tarzda o'zgarishini anglab olish tadbirkorlarga muvaffaqiyat olib kelishi iqtisodchilarga va ishlab chiqaruvchilarga ma'lum. Ulardan tashqari iste'molchilarning daromadlari o'zgarganda tovar va xizmatlarga bo'lgan talabning o'zgarishi ham daromadga ta'sir etuvchi muhim omillardan biri sifatida e'tirof etiladi. Chunki iste'mol uchun muhim tovarlar (un, guruch, yog', sabzavot mahsulotlari va shu kabilar) iste'molchilar qanday daromad olgan taqdirda ham sotib olinadi. Daromadning ortishi ularning miqdorini ko'paytirishi yoki sifatliroq mahsulot turlariga almashtirishi mumkin, lekin daromad kamaygani bilan talab yo'qolib qolmaydi. Zeb – ziynat buyumlari, oliy sifatli qimmatbaho tovarlarni sotib olish uchun daromadning ma'lum darajaga yetishi talab qilinadi.

Prezidentimiz Islom Karimov 2013 –yil yakunlari va 2014 – yilga belgilangan ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan ma'ruzasida aholi daromadlari va iste'mol xarajatlariga alohida to'xtalib o'tdi.

“2013 – yilda xalqimizning real daromadlari 16 % ga ortdi, o'rtacha oylik, ish haqi, pensiya va stipendiyalar 20,8 % ga ko'paydi.

2013 – yilda 2000 – yilga nisbatan aholimizning iste'mol xarajatlari 9,5 barobar ortganining o'zi ko'p narsadan dalolat beradi.

So'nggi paytlarda jon boshiga to'g'ri keladigan eng muhim oziq – ovqat tovarlari bo'yicha iste'mol hajmi muttasil ortib bormoqda, ayni vaqtda nooziq – ovqat mahsulotlarni xarid qilish va xizmatlar uchun to'lanadigan sarf – xarajatlar miqdori ham sezilarli ravishda ko'paymoqda.”

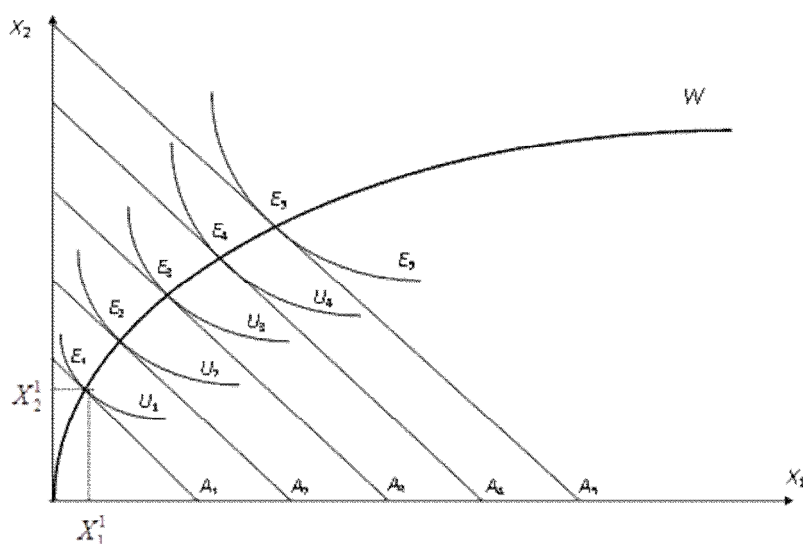
Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda men kurs ishim uchun “Daromad va almashtirish samarasi” mavzusini tanladim. Bu mavzuda quyidagi masalalarni tahlil qilishga harakat qildim:

- daromad – iste'mol chizig'i
- narx – iste'mol chizig'i
- Engel chiziqlari
- normal, pastsifatli va giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi

Bundan tashqari korxonalar faoliyatida daromad va almashtirish samarasining qay tarzda qo'llanishi ustida ham mulohazalar yuritib, bu orqali korxonaning kelgusi natijalariga qanday ta'sir ko'rsatishini o'rganishga harakat qildim.

DAROMAD – ISTE'MOL CHIZIG'I

Daromadning o'zgarishi byudjet chizig'ini o'ziga parallel ravishda siljishiga olib keladi, nima uchun deganda, narxlar nisbati o'zgarmaydi. Daromad oshganda, byudjet chizig'i o'ngga - yuqoriga siljiydi, kamayganda pastga – chapga siljiydi. Xuddi shunday siljishlar ne'matlar narxi bir xil o'zgarganda ham sodir bo'ladi. Narxlarning pasayishi real daromadni oshiradi, natijada byudjet chizig'i o'ngga - yuqoriga siljiydi. Xuddi shunday narxlarning o'sishi, real daromadni kamaytiradi - byudjet chizig'i pastga-chapga siljiydi. Real daromadning o'sishi natijasida byudjet chizig'i $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$ holatlarga ketma - ket siljiydi.



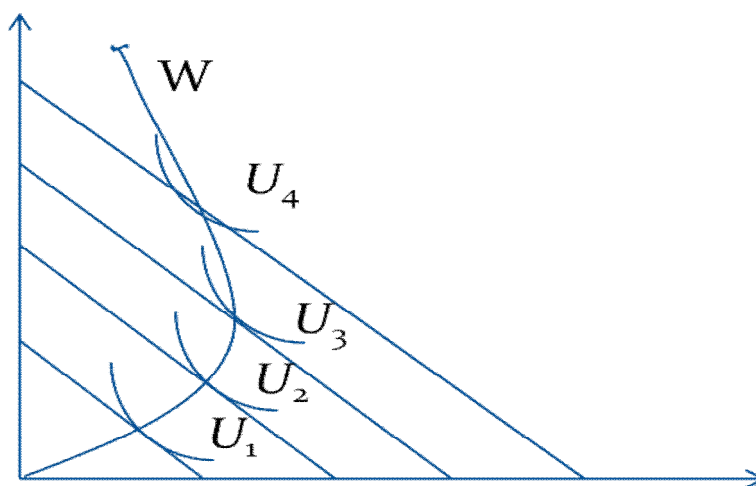
1 –chizma. Normal va past sifatli tovar uchun daromad – iste'mol chizig'i

Daromadlarning o'zgarishiga mos ravishda iste'molchining yangi holatdagi muvozanat $E_1, E_2, E_3, \dots, E_n$ nuqtalari o'rnatiladi. Ushbu muvozanat nuqtalarini tutashtiruvchi chiziqni amerikalik olim J.Xiks «daromad-iste'mol» chizig'i deb atadi va bu chiziq ilmiy adabiyotlarda «turush darajasi» chizig'i deb ham ataladi.

Chizmaning ordinata o'qiga past sifatli tovar, absissa o'qiga normal sifatli tovar joylashtirilgan. Ko'rinib turganidek, daromad minimal vaqtida past sifatli tovar ko'proq, normal tovar nisbatan kamroq miqdorda sotib

olinyapti. Daromad ortishi bilan normal tovarning miqdori ko'payib, past tovarning miqdori esa kamayib boraveradi.

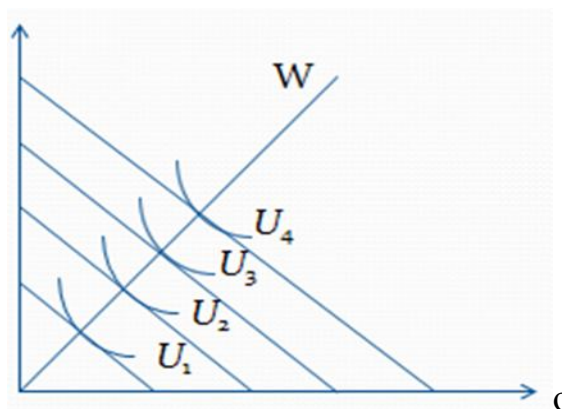
Endi absissa o'qiga past sifatli tovarni, ordinata o'qiga normal tovarni joylashtiraylik



2 – *chizma*. Past va normal sifatli tovarlar uchun daromad – iste'mol chizig'i

Ko'rinib turganidek, daromad ortib borishi bilan past sifatli tovar iste'moli avval ortib boradi, daromad ma'lum miqdorga yetgach kamayishni boshlaydi. Normal tovar iste'moli esa doim ortib boruvchanlik xususiyatini namoyon qiladi.

Endi absissa o'qiga ham, ordinata o'qiga ham normal sifatli tovar qo'yib tahlil qilamiz.



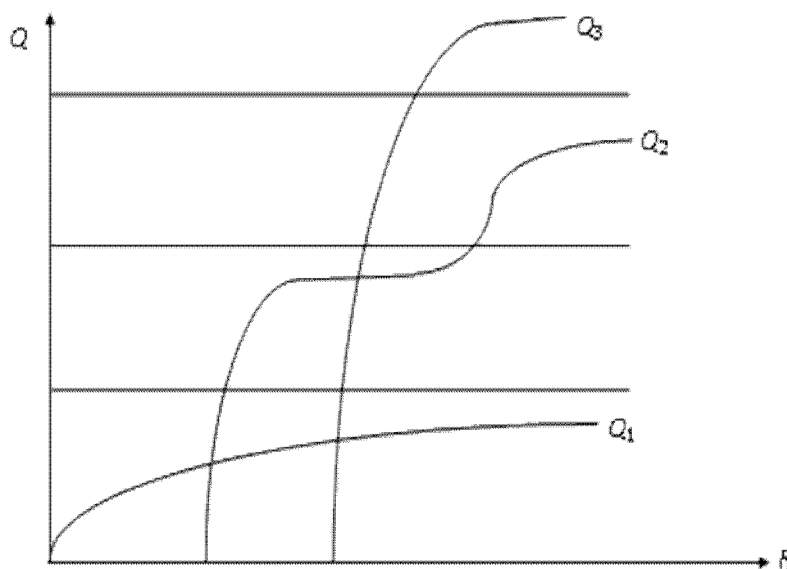
3 – *chizma*. Normal sifatli tovarlar uchun daromad – iste'mol chizig'i

Chizmadan ko'rinib turganidek, daromad ortib borishi bilan ikkala tovarning iste'moli ham bir xilda ortib boradi. Daromad – iste'mol chizig'i absissa o'qi bilan ham, ordinata o'qi bilan ham bir xil 45° li burchak tashkil qiladi.

Demak, daromad iste'mol chiziqlari tovarlarning narxi o'zgarmaganda, daromad o'zgarishi bilan iste'molchining tovar tanlovi holatining bir holatdan ikkinchisiga o'tishini aks ettiradi.

Engel chiziqlari

Nemis olimi Ernst Engel iste'molchi daromadi o'zgarishining iste'mol tarkibiga qanday ta'sir qilishini o'rganib chiqqan. Buning uchun u iste'molchi daromadi o'zgarganda oziq – ovqat mahsulotlariga, standard sifatli sanoat mahsulotlariga va oliy sifatli tovar va xizmatlarga bo'lgan talabining o'zgarishini tadqiq qilgan. Engel o'z tadqiqotlari yakunida izlanishlari natijalarini grafik shaklida tasvirlagan va bu grafik fanga “Engel chiziqlari” nomi bilan kirgan.



4 – *chizma.* Engel chiziqlari

Absissa o'qiga R – iste'molchi daromadi joylashtirilgan. Ordinata o'qida esa Q – sotib olinadigan tovarlar miqdori berilgan. Bu grafikda

Q_1 oziq – ovqat mahsulotlariga bo'lgan talab miqdorini, Q_2 standard sifatli sanoat mahsulotlariga bo'lgan talab miqdorini, Q_3 esa oliy sifatli tovar va xizmatlarga bo'lgan talab miqdorini bildiradi.

Grafikdan ko'rinib turibdiki, oziq – ovqat mahsulotlariga bo'lgan talab daromadning har qanday holatida mavjud. Chunki, inson yashashi uchun oziq – ovqat mahsulotlarini albatta iste'mol qilishi kerak. Iste'molchining daromadi ortib borishi bilan oziq – ovqat mahsulotlariga talab ortib boradi, lekin juda katta sur'at bilan emas. Bizning grafikda Q_1 R ortishi bilan asta – sekin ortib bormoqda, lekin iste'molchi daromadi 9 ga yetgandan so'ng iste'mol tovarlariga talab deyarli o'zgarishsiz holatga kelib qoladi. Chunki insonning oziq – ovqat mahsulotlariga bo'lgan talabi cheksiz o'suvchi emas, boshqacha qilib aytganda inson nochor bo'lsa ham, milliarder bo'lsa ham bir kosa ovqatga qorni to'yadi.

Iste'molchilarning standard sifatli sanoat mahsulotlariga talabi daromadi ma'lum darajaga bizning grafikda 3 ga yetgandan so'ng boshlanadi. Chunki, standard sifatli tovarlarga bo'lgan talab shakllanishi uchun iste'molchi avvalo oziq – ovqat mahsulotlari bilan ta'minlangan bo'lishi kerak. Negaki, hech kim qorni och holda televizor ko'rmaydi yoki yegani hech narsasi bo'lmasa, xolodilnik sotib olmaydi.

Iste'molchilarning daromadi oziq – ovqat mahsulotlaridan ortib qolishni boshlasa, ular jamg'arma tashkil qilishni boshlashadi, chunki standard sifatli tovarlarning narxi unchalik ham arzon emas va jamg'armasiz ham oziq – ovqat mahsulotlarini, ham normal sifatli tovarlarni sotib olish ancha mushkul hisoblanadi.

Grafikdan ko'rinib turganidek, iste'molchi daromadi 4 ga yetgandan so'ng, standard sifatli tovarlarga bo'lgan talab deyarli o'zgarishsiz qolib, bir xillikni namoyon qilyapti. Bu shuni anglatadiki, iste'molchi normal sifatli tovarlarga bo'lgan ehtiyojini qondirib bo'lmoqda va endi unda oliy

sifatli tovarlar – zeb-ziynat buyumlari, avtomashina, qo'shimcha uchastka kabi ko'p mablag' talab etuvchi tovarlarga talab paydo bo'la boshlaydi.

Iste'molchi daromadi 5 ga yetgach, u oliy sifatli tovarlarni sotib ola boshlaydi, uning oliy sifatli tovarlarga bo'lgan talabi o'suvchi bo'ladi, daromad 7 ga yetgach esa, talab miqdori birmuncha barqarorlashadi, chunki bu davrga kelib, oliy sifatli tovarlarga bo'lgan ehtiyoj ancha to'yingan bo'ladi va talab miqdorining ortishi emas bir miqdorda bo'lishi ham iste'molchini qanoatlantiradi.

Lekin, iste'molchining daromadi ortib boraveradi va u ortiqcha pulga standard sifatli tovarlardan ko'proq sotib oladi. 1ta televizorni ikkitaga aylantiradi yoki oddiy televizorni plazmalisiga almashtiradi.

Demak, daromad – iste'mol chiziqlari iste'molchining daromadi ortishi bilan normal yoki past sifatli tovarlarga bo'lgan talabning qay tarzda o'zgarishini ifodalaydi.

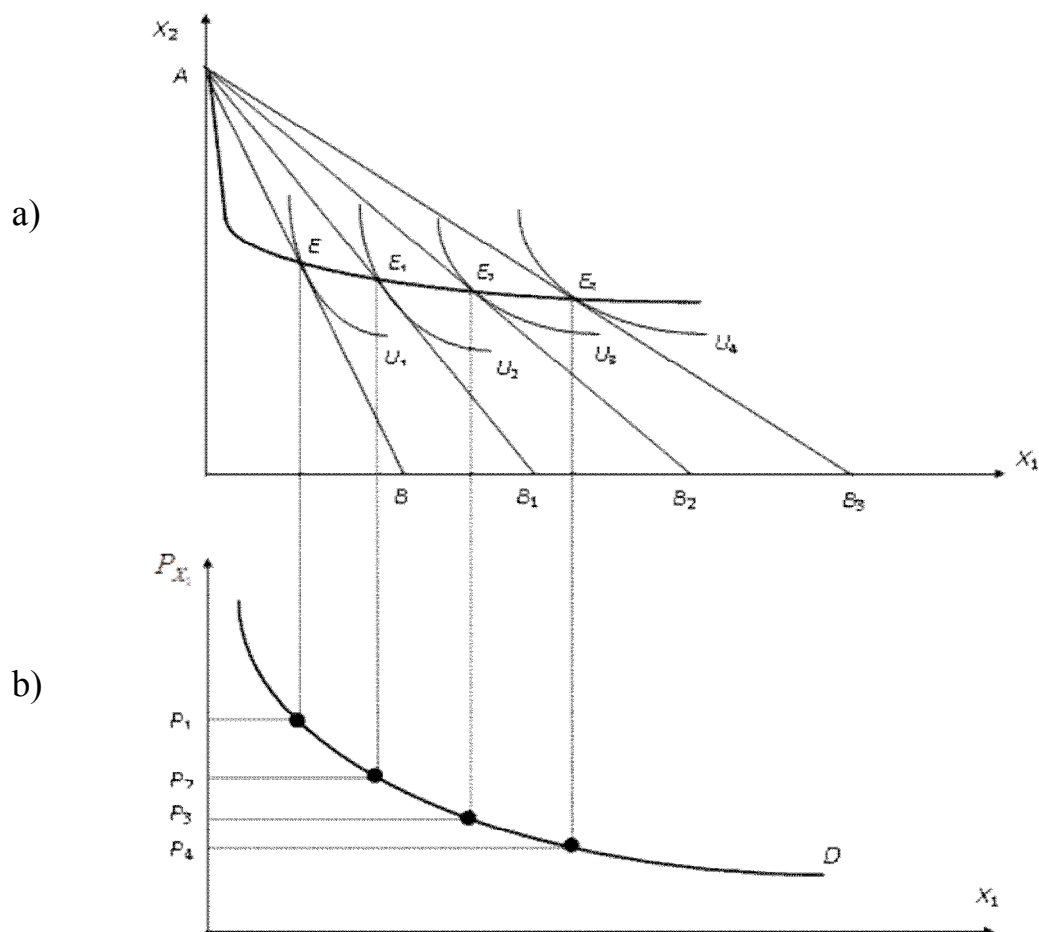
Engel chiziqlari bilan insonlarning oziq – ovqat mahsulotlari, standard sifatli sanoat mahsulotlari va oliy sifatli tovarlarga bo'lgan talabning qay tarzda o'zgarishini o'rganish mumkin.

Engel qonuni. Daromad bo'yicha talab elastikligi 1 dan katta bo'lgan har qanday tovar uchun elastikligi 1 dan kichik bo'lgan o'rinbosar tovar bo'lishi mumkin.

Demak, yuqorida keltirilgan Engel chiziqlari har doim ham qat'iy, o'zgarmas bo'ladi deyish noto'g'ri bo'ladi. Ular o'zaro o'rinbosar tovarlar bilan almashtirilishi mumkin.

NARX– ISTE’MOL CHIZIG’I

Narx – iste’mol chizig’i nafillik darajasi o’zgarmaganda tovarlarning narxi o’zgarishi bilan iste’molchining tanlov majmualari bir holatdan ikkinchi holatga o’tishini aks ettiradi. Bu holatda iste’molchining daromadi o’zgarmas deb qaraladi va tovarlarning birortasining narxi o’zgarganda iste’mol tarkibining o’zgarishi kuzatiladi.



5 – *chizma*. Narx – iste’mol chizig’i (a) va talab chizig’i (b)

Yuqoridagi chizmada x_1 – sharbat, x_2 - coca – cola deb olaylik. a) chizmada coca – cola narxi o’zgarmaydi, sharbat narxi esa pastlab boradi. Natijada byudjet chizig’i AB holatdan AB_1 , AB_2 , AB_3 holatlarga siljiydi, ya’ni byudjet chizig’ining x_2 chiziq bilan kesishgan nuqtasi o’zgarmaydi, x_1 chiziq bilan kesishgan nuqtasi esa B_1 , B_2 , B_3 holatlarga siljiydi.

Aytaylik, iste'molchining daromadi 20so'm bo'lib, 1 litr coca – colaning narxi 4so'm, 1 litr sharbatning narxi boshlang'ich holatda ya'ni B nuqtada 5so'mga teng bo'lsin. Iste'molchi quyidagi kombinatsiyalarni xarid qilishi mumkin: 5 litr coca – cola, 4 litr coca – cola va 0,8 litr sharbat, 3 litr coca – cola va 1,6 litr sharbat, 2 litr coca – cola va 2,4 litr sharbat, 1 litr coca – cola va 3,2 litr sharbat, 5 litr sharbat.

Endi sharbatning narxi 4so'mga B_1 nuqtaga tushsin, coca – colaning narxi o'zgarmay turibdi. Iste'molchi 5 litr coca – cola, 4 litr coca – cola va 1 litr sharbat, 3 litr coca – cola va 2 litr sharbat, 2 litr coca – cola va 3 litr sharbat, 1 litr coca – cola va 4 litr sharbat, 5 litr sharbat xarid qilishi mumkin.

Sharbatning narxi 3 so'mga B_2 nuqtaga tushsin. Kombinatsiya 5 litr coca – cola, 4 litr coca – cola va 1,3 litr sharbat, 3 litr coca – cola va 2,6 litr sharbat, 2 litr coca – cola va 4 litr sharbat, 1 litr coca – cola va 5,3 litr sharbat, 6,6 litr sharbatdan iborat.

Va nihoyat, sharbat narxi B_3 nuqtaga 2 so'mga tushsin. Iste'molchi 5 litr coca – cola, 4 litr coca – cola va 2 litr sharbat, 3 litr coca – cola va 4 litr sharbat, 2 litr coca – cola va 6 litr sharbat, 1 litr coca – cola va 8 litr sharbat, 10 litr sharbat xarid qilishi mumkin.

Shunday qilib, sharbatning narxi arzonlashishi bilan iste'molchi ko'proq miqdordagi sharbat yoki coca – colani xarid qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Demak, iste'molchining naflilik darajasi ortib, befarqlik egri chizig'i ham U egri chiziqdan U_1 , U_2 , U_3 egri chiziq'larga o'zgarimoqda. Byudjet chizig'ining befarqlik egri chizig'i bilan kesishgan nuqtasi E nuqtadan E_1 , E_2 , E_3 nuqtalarga siljishini kuzatish mumkin. E, E_1 , E_2 , E_3 nuqtalarni tutashtirib chiqsak, narx – iste'mol chizig'i hosil bo'ladi.

Narx – iste'mol egri chizig'iga asoslanib, x_1 tovarga, bizning misolda sharbatga bo'lgan talab egri chizig'ini chizish mumkin. Bunda absissa o'qi sharbat miqdorini, ordinata o'qi esa sharbat narxini belgilab beradi.

Masalan, P_1 nuqtada iste'molchi real daromadi eng kam miqdorda turibdi, ya'ni sharbatning narxi eng baland nuqtada joylashib turibdi. Aslini olganda, iste'molchining nominal daromadi o'zgarmaydi, 20 so'm holida turadi, lekin sharbat narxining arzonlashishi daromadning real qiymatining ortishiga olib keladi. Shuning uchun ham sharbatning narxi arzonlab borishi bilan, iste'molchining ko'proq sharbat xarid qilishga qurbi yetadi va talabi ham ortib boradi.

NORMAL, PAST SIFATLI VA GIFFEN TOVARLAR UCHUN DAROMAD VA ALMASHTIRISH SAMARASI

Yuqorida iste'molchi daromadining o'zgarishi va tovarlar narxi o'zgarishining tovarlarga bo'lgan talabga qay tarzda ta'sir ko'rsatishini ko'rib o'tdik. Endi biror tovarga bo'lgan talab o'zgarishining qancha qismi narx bilan, qanchasi iste'molchi daromadi bilan bog'liq ekanini ko'rib chiqamiz. Buning uchun bizga daromad samarasi va almashtirish samarasi tushunchalari kerak bo'ladi.

Daromad samarasi – bu iste'molchi daromadi o'zgarib, narxlar o'zgarishsiz qolganda iste'mol tarkibining o'zgarishidir. Bunda iste'molchining sotib olish imkoniyatlari ham o'zgaradi va uning tovarlar majmuasi bir chiziqdan ikkinchisiga siljiydi.

Buni yaqqolroq tushunish uchun quyidagi misolni keltiramiz: Faraz qilaylik, bozorga oziq – ovqat mahsulotlari va iste'mol buyumlari sotib olish uchun bordingiz. Cho'ntangingizda 100000 so'm pul bor. Bozorga kirishingiz bilan sizdan 40000 so'm qarz olgan do'stingizni uchratib qoldingiz. U qarzini sizga qaytarib berdi va endi sizning pulingiz 140000 so'm bo'lib qoldi. Endi siz avvalgi o'ylagangizdan ko'ra ko'proq va sifatliroq tovarlarni sotib olishingiz mumkin.

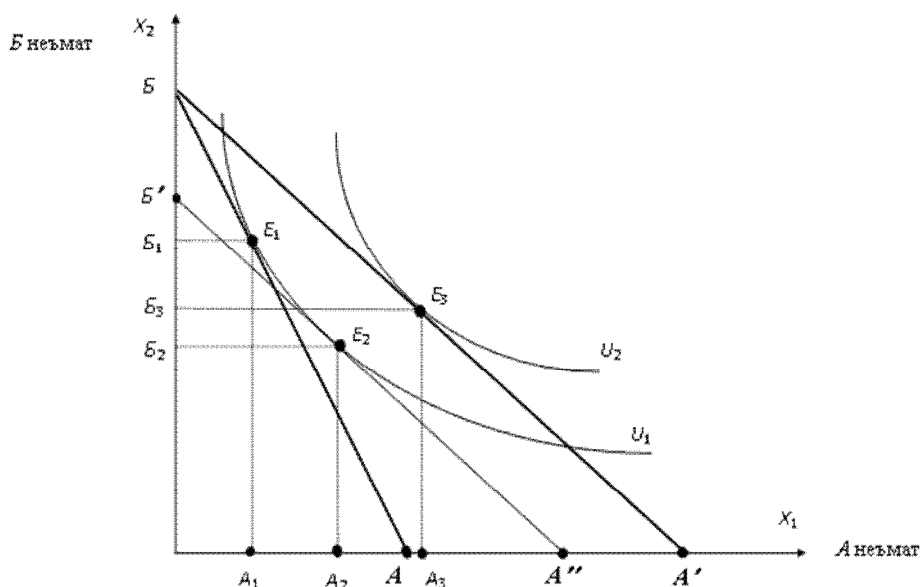
Jamiyatda, insonlar hayotida ham shunday holat kuzatiladi. Iste'molchilarning daromadi ortib borishi bilan ularning ma'lum tovarlarga bo'lgan talabi o'zgaradi, ba'zilari esa kamayadi, umumiy qilib aytganda, iste'mol tarkibi o'zgaradi.

Statistik ma'lumotlarga qaraganda butun jahon bo'yicha daromad o'rtacha 1%ga ortadi. Rivojlangan davlatlarda aholi daromadi ortishi bilan maishiy xizmatlarga bo'lgan talab kuchayadi. Bular qatoriga kir yuvish idorasi, uy tozalash xizmati va boshqalarni kiritishimiz mumkin.

Rivojlanayotgan davlatlarda aholining daromadi ortishi bilan uzoq muddat xizmat qiluvchi predmetlarga bo'lgan talab ortadi. Bularga misol qilib, televizor, xolodilnik, kompyuter, mashina, uchastka va boshqalarni olishimiz mumkin.

Almashtirish samarasi – tovarlarning naflilik darajasi o'zgarmaganda, biror tovarning narxi o'zgarishi bilan iste'mol talabi tarkibining o'zgarishidir. Masalan, piyozning narxi qimmatlab ketganda, uning o'rniga karam ishlatish, paxta yog'ining narxi oshib ketsa, pista yog'i yoki margarindan foydalanish va hokazo.

Ko'pincha, iqtisodiy adabiyotlarda daromad samarasi va almashtirish samarasi birgalikda, o'zaro qiyoslanib tahlil qilinadi. Chunki shunday yo'l bilan iste'molchi talabi o'zgarishining qanchasi daromadning o'zgarishi hisobiga, qanchasi narxlarning o'zgarishi hisobiga bo'layotganini bilish mumkin. Biz ham normal sifatli va giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samaralarini ko'rib chiqamiz.



6 – chizma. Normal sifatli tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi

Yuqoridagi chizmada iste'molchining ikki xil normal sifatli tovarga, aytaylik, guruch va televizorga bo'lgan talabi keltirilgan. A ne'mat – televizor, B ne'mat – guruch.

Byudjet chizig'i dastlab BA holatda bo'lgan. BA byudjet chizig'ining U_1 befarqlik egri chizig'i bilan kesishgan nuqtasi, ya'ni iste'molchining optimal tanlov majmuasi E_1 nuqta bilan belgilangan. Bu holatda iste'molchi televizordan A_1 birlik deylik 1 dona, guruchdan esa B_1 birlik, deylik 30kg sotib oladi.

Televizorning narxi arzonlagandan keyin, byudjet chizig'i BA' holatga siljigan. Endi yangi optimal majmua U_1 befarqlik egri chizig'i BA' byudjet chizig'i bilan kesishgan E_3 nuqtaga o'tadi. Endi iste'molchi televizordan A_3 birlik, ya'ni 3 dona va guruchdan B_3 birlik, ya'ni 20 kg xarid qiladi.

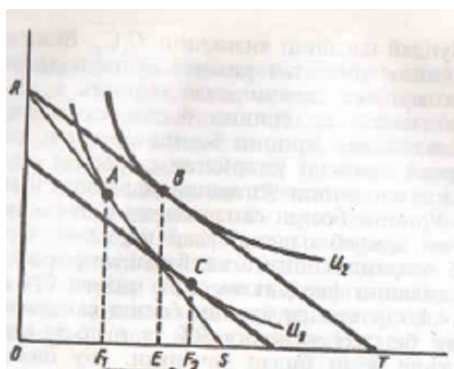
Demak, televizor narxining pasayishi iste'molchining real daromadini, sotib olish qobiliyatini oshirdi. Iste'molchining televizorga talabi 1 donadan 3 donaga, grafikda A_1 nuqtadan A_3 nuqtaga oshirdi, guruchga bo'lgan talabni esa 30 kgdan 20 kgga, grafikda B_1 nuqtadan B_3 nuqtaga tushirdi.

Televizorga bo'lgan talabning A_1 nuqtadan A_3 nuqtaga ko'chishi umumiy samara deyiladi. Bu umumiy samaraning daromad va almashtirish samarasiga qanday taqsimlanishini ko'rib chiqaylik.

Daromad samarasini aniqlash uchun U_1 befarqlik egri chizig'iga urinadigan, BA' byudjet chizig'iga parallel BA'' byudjet chizig'ini o'tkazamiz. BA'' byudjet chizig'i iste'molchi daromadining kamayganini ifodalaydi. Bu byudjet chizig'ining U_1 befarqlik egri chizig'iga uringan nuqtasini E_2 bilan belgilaymiz. E_2 nuqtaga mos keluvchi televizor hajmi A_2 ga, deylik 2 donaga teng. A_2 nuqta A_1A_3 siljishni ikki qismga A_1A_2 va A_2A_3 qismlarga ajratadi. A_1A_2 – almashtirish samarasi, A_2A_3 – daromad samarasi bo'ladi.

Demak, televizorga talabning 1 donadan 2 donaga o'tishi televizor narxi arzonlaganligi sababli, bu talab miqdorining 2 donadan 3 donaga ko'payishiga esa iste'molchi daromadining ortishi sabab bo'lgan.

Past sifatli tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi



7 – *chizma*. Past sifatli tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi

Grafikda absissa o'qiga past sifatli tovar, ordinata o'qiga normal sifatli tovar joylashtirilgan. U_1 befarqlik egri chizig'i RS byudjet chizig'iga uringan A nuqtada iste'molchi past sifatli tovardan F_1 miqdorda sotib oladi. Agar past sifatli tovar narxi arzonlasa, byudjet chizig'i RT holatga o'tadi. Bu holatda iste'molchi past sifatli tovardan ko'proq sotib oladi. Past sifatli tovar narxi arzonlagani sababli puli baribir ortib qoladi va normal tovardan ham ko'proq sotib oladi. Bu holatda U_2 befarqlik egri chizig'ining RT byudjet chizig'iga uringan B nuqtada optimal tanlov majmuasiga ega bo'ladi va past sifatli tovardan E miqdorda sotib oladi. Demak, almashtirish samarasi F_1E musbat ishorali.

Agar iste'molchi daromadi kamaysa, byudjet chizig'i pastga tushadi. Bu holatda iste'molchining tanlov majmuasi U_1 befarqlik egri chizig'ining yangi byudjet chizig'i bilan kesishgan C nuqtani tashkil qiladi. Bu holatda past sifatli tovardan F_2 miqdorda iste'mol qilinadi.

Daromad pasayganda past sifatli tovarning iste'mol miqdori ko'paymoqda, daromad ko'payganda iste'mol miqdori kamaymoqda. Demak, daromad samarasi manfiy ishorali, bundan kelib chiqadiki, umumiy samarani topish uchun almashtirish samarasidan daromad samarasini ayirish kerak.

Giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi

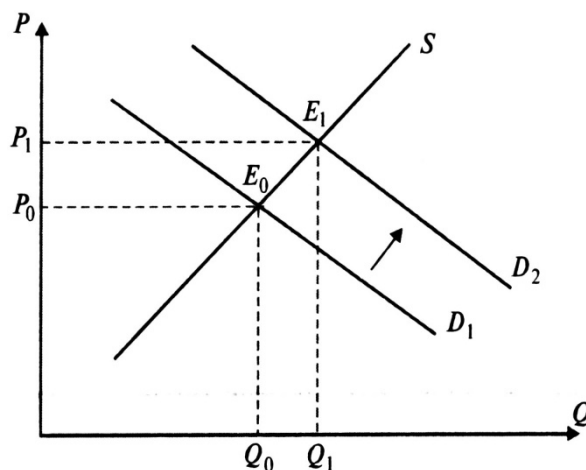
Talab qonuniga muvofiq, tovarlarning narxi oshsa, ularga bo'lgan talab miqdori kamayadi. Masalan, agar "Lasetti" avtomashinasining narxi 10 000 000 so'm bo'lib qolsa, unga bo'lgan talab miqdori keskin ortib ketadi, agar 100 000 000 ga ko'tarilsa, unga talabgorlar soni keskin kamayib ketadi.

Lekin, shunday tovarlar ham borki, agar ularning narxi ortsa, ularga bo'lgan talab miqdori kamaymaydi, balki ortadi. Bunday tovarlarga birinchi bo'lib, ingliz iqtisodchisi Robert Giffen e'tibor bergan.

Irlandiyada baholarni o'rganayotib, Giffen shunday hodisaga duch keladi. O'sha yili Irlandiyada kartoshka hosili yaxshi bo'lmaydi, va tabiiyki, kartoshkaning narxi ko'tarilib ketadi. Lekin aholi orasida kartoshkaga bo'lgan talab miqdori ortib ketgan. Bunga sabab, irlandiyada kam daromadli aholining asosiy qismi kartoshka iste'mol qilgan va ular kartoshka hosili yaxshi bo'lmaganini, narxning yana ham ko'tarilishi mumkinligini eshitgach, iloji boricha ko'proq kartoshka sotib olishga harakat qilishgan.

Kam daromadli aholi iste'mol qiladigan va talab miqdori narx ortganda ortib, kamayganda kamayadigan tovarlar giffen tovarlar deyiladi. Bunday tovarlarga, kartoshka, buxanka, makaron misol bo'lishi mumkin.

Bunday tovarlar uchun talab chizig'ining o'zgarishi "Giffen paradoksi" deb ataladi va quyidagicha bo'ladi.

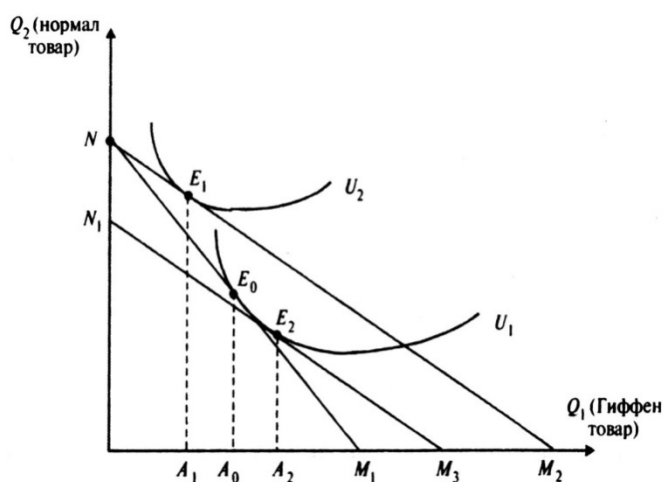


8 – chizma. Giffen paradoksi

Grafikdan ko'rinib turganidek, tovar narxi P_0 bo'lganda, unga bo'lgan talab miqdori Q_0 holatda edi. Keyinchalik, tovar narxi P_1 holatga o'tganda, ya'ni ortganda talab miqdori ham ortadi, Q_1 holatga o'tadi.

Endi giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasini ko'rib chiqaylik. Ma'lumki, iste'molchi daromadi ortishi bilan giffen tovarga bo'lgan talab kamayadi, chunki, iste'molchi daromadi ortgandan so'ng, go'sht, yog', sut mahsulotlarini sotib olishga qurbi yetadi va makarondan ko'ra go'shtni albatta afzal biladi.

Absissa o'qiga giffen tovar, ordinata o'qiga normal tovar qo'yib tahlil qilinsa, quyidagi grafik hosil bo'ladi.



9 – chizma. Giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi

Iste'molchi uchun byudjet chizig'i NM_1 holatda edi. Ya'ni iste'molchi M_1 miqdorda giffen tovar yoki N miqdorda normal tovar sotib olishi mumkin. Iste'molchining befarqlik egri chizig'i U_1 ning NM_1 byudjet chizig'iga uringan E_0 nuqtasi u uchun optimal tanlov majmuasi hisoblanadi. Bu nuqtada iste'molchi giffen tovardan A_0 birlik sotib oladi.

Agar giffen tovar narxi arzonlasa, iste'molchining byudjet chizig'i NM_2 holatga ko'chadi. Giffen paradoksiga ko'ra endi uning giffen tovarga bo'lgan talabi kamayadi va A_1 nuqtaga kelib qoladi. Normal tovarga bo'lgan talabi esa ortadi, chunki giffen tovarning arzonlashishi va unga bo'lgan talab miqdorining kamayishidan ortib qolgan pulni ham normal tovar uchun sarflash mumkin bo'ladi.

Agar iste'molchining daromadi kamaysa, byudjet chizig'i N_1M_3 holatga ko'chadi. Iste'molchining befarqlik egri chizig'i U_1 holatga qaytadi, tanlov majmuasi E_2 holatga ko'chadi. Chunki endi uning daromadi normal tovardan ko'p miqdorda sotib olishga yetmaydi va giffen tovardan A_2 miqdorda sotib oladi.

Daromad va almashtirishning umumiy samarasi normal sifatli tovarlar uchun qo'shilsa, giffen tovarlar uchun ayirib topiladi. Demak, yuqoridagi grafikda umumiy samara A_0A_2 ga teng.

KORXONALAR FAOLIYATIDA DAROMAD VA ALMASHTIRISH SAMARASINING QO'LLANISHI

Yuqorida biz daromad va iste'mol samarasining nazariy asoslarini o'rganib chiqdik. Endi daromad va almashtirish samarasini korxonalar faoliyatida tahlil qilishga urinib ko'ramiz.

“Alisher Baraka” xususiy kichik korxonasi eshik – rom ishlab chiqarish bilan shug'ullanadi. 2010 – yilgacha korxonadagi uskunalar ancha eskirib qolgan edi. Bu kamchilik sekin – asta ishlab chiqarilayotgan eshik – romlar sifatiga ham ta'sir ko'rsata boshladi. Korxonada rahbari Alisher Sobiraliyev uskunalarni yangilash kerakligini yaxshi tushunib turardi, lekin buning uchun ancha kata miqdordagi mablag' kerak bo'lganligi tufayli faqat joriy ta'mir bilan cheklanardi.

2010 – yilda korxonada mijozlarining bir nechtasi sotib olingan tovarlar uchun to'lovni biroz kechiktirib yubordi. Iyun oyiga kelib, 3 ta mijoz 12 million so'm mablag'ni besh kun ichida keltirib berishdi. Bundan tashqari, boshqa turdagi uskunalar ishlab chiqaruvchi “Zamin” korxonasi eski 10 ta uskunalarning har birini 100 000 so'mdan sotib olish taklifini bildirdi.

Shunday qilib, umumiy hisobda 13 000 000 so'm mablag' to'plandi. Alisher Sobiraliyev 10 ta yangi uskunaning har birini 1 300 000 so'mdan sotib oldi va korxonaga o'rnatdi. Endi bu korxonada ishlab chiqargan eshik – romlarning sifati yaxshilanib, bozorda ularga bo'lgan talab hajmi ham ancha ortdi.

Demak, daromadning ortishi va uning kapitallashtirilishi korxonada faoliyatiga ijobiy ta'sir qildi. Korxonadagi uskunalarning yangilanishi ishlab chiqarish samaradorligini va tovarlarning sifatini ancha oshirdi.

Yuqorida “Alisher Baraka” xususiy kichik korxonasi misolida daromad samarasining korxonada faoliyatiga ta’sirini ko’rib chiqdik, endi almashtirish samarasining korxonada faoliyatiga qanday ta’sir qilishini tahlil qilamiz.

Poyafzal ishlab chiqaruvchi “KFK Shoes” xususiy korxonasi butun Farg’ona vodiysida o’z o’rniga ega korxonalardan biri hisoblanadi. Korxonada ishlab chiqarilgan poyafzallar nafaqat yurtimizda, balki Rossiya, Turkiya, Gruziya kabi bir qancha xorij davlatlarida ancha yillardan beri o’zining sifati va chidamliligi bilan mashhur.

“KFK Shoes” xususiy korxonasi poyafzal ishlab chiqarish uchun xomashyoni, ya’ni terini Eron davlatidan sotib olardi. Bir juft poyafzal ishlab chiqarish uchun sarf bo’ladigan xomashyo korxonaga 45 000 so’mga tushardi. 2012 – yilda Erondan keladigan xomashyoning narxi ko’tarilib ketdi. Bunga sabab qilib, Eron davlatining o’zida ham bir qancha korxonalar ochilganini ko’rsatishdi. Endi bir juft poyafzal uchun sarf bo’ladigan xomashyo 60 000 so’mga to’g’ri kela boshladi.

Korxonada xodimlari tezlik bilan boshqa xomashyo yetkazib beruvchilarni izlab topishdi. Aniqlanishicha, Pokiston mamlakatida juda sifatli teri xomashyosi ishlab chiqarilarkan. Korxonada iqtisodchisining bergan ma’lumotiga ko’ra agar korxonada Pokistondan xomashyo sotib olsa, bir juft poyafzal uchun 55 000 so’mlik xomashyo ishlatar ekan. Korxonada rahbari tezlik bilan Pokistondagi tadbirkorlar bilan shartnoma imzoladi va teri xomashyosini Pokistondan olib kela boshladi.

“KFK Shoes” korxonasi mijozlari yanada sifatliroq xomashyodan ishlab chiqarilgan poyafzallarni biroz qimmatroq narxda sotib bo’lsa ham olishni ma’qul ko’rishdi. Mahsulotlar sifatiga sifat qo’shilgach, unga bo’lgan talab hajmi ham ancha ortdi. Demak, almashtirish korxonada faoliyatiga ijobiy tarzda ta’sir qildi.

XULOSA

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, iste'molchi talabining o'zgarishini tahlil qilishda daromad samarasi va almashtirish samarasi muhim ahamiyat kasb etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida daromad va almashtirish samarasini o'rganish tovarlarga narx belgilash qonuniyatlarini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Zero, har qanday korxonalar o'z foydasini maksimallashtirish uchun tovarlariga bo'lgan talabning doimiyligini ta'minlashi kerak. Chunki har qanday yirik korxonalar, monopoliyalar, konsernlar agar tovarlariga talab bo'lmasa, inqirozga yuz tutadi. Shuning uchun ham iste'molchi daromadining o'zgarishini yoki boshqa tovarlar narxi o'zgarishini yetarli darajada tahlil qilish firmaning barqaror rivojlanishiga olib keladi.

Normal, past sifatli va giffen tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasini e'tiborga olgan holda firma va korxonalar iqtisodchilari o'zlarining yillik ishlab chiqarish rejalarini tuzib chiqishlari mumkin. Agar reja tuzishda bu omillar inobatga olinmasa, kelgusida kutilmagan vaziyatlar sodir bo'lib, korxonalar xodimlarini mushkul ahvolga solib qo'yishi mumkin.

Bundan tashqari, korxonalarning o'zlari ham mahsulot ishlab chiqaruvchi sifatida ma'lum turdagi xomashyo materiallariga ehtiyoj sezadilar. Yuqorida "Alisher Baraka" va "KFK Shoes" korxonalari misolida daromad va almashtirish samarasining korxonalar faoliyatiga ta'sirini tahlil qilishga harakat qildik.

TAYANCH ATAMALAR:

Daromad - iste'mol chizig'i – tovarlarning narxi o'zgarishida daromad o'zgarishi bilan iste'molchining tovarlar tanlovi holatining bir holatdan ikkinchisiga o'tishini aks ettiruvchi egri chiziq.

Narx - iste'mol chizig'i – naflilik darajasi o'zgarishida tovarlarning narxi o'zgarishi bilan iste'molchining tanlov majmualarining bir holatdan ikkinchisiga o'tishini aks ettiruvchi egri chiziq.

Engel chiziqlari – iste'molchi daromadi o'zgarishida oziq – ovqat mahsulotlariga, standard sifatli sanoat mahsulotlariga va oliy sifatli tovar va xizmatlarga bo'lgan talabining o'zgarishini ifodalovchi egri chiziqlar majmuyi.

Daromad samarasi – iste'molchi daromadi o'zgarib, narxlar o'zgarishsiz qolganda iste'mol tarkibining o'zgarishi.

Almashtirish samarasi – tovarlarning naflilik darajasi o'zgarishida, biror tovarning narxi o'zgarishi bilan iste'mol talabi tarkibining o'zgarishi.

Giffen tovarlar – kam daromadli aholi iste'mol qiladigan va talab miqdori narx ortganda ortib, kamayganda kamayadigan tovarlar.

Giffen paradoksi – giffen tovarlar uchun talab chizig'ining teskari o'zgarishi.

Umumiy samara – normal sifatli tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi yig'indisi, giffen tovarlar uchun ayirmasiga teng samara.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti ma'ruzasi. 2014 yil yuqori o'sish sur'atlari bilan rivojlanish, barcha mavjud imkoniyatlarni safarbar etish, o'zini oqlagan islohotlar strategiyasini izchil davom ettirish yili bo'ladi. "Turkiston" gazetasi. 2014 – yil 18 – yanvar.
2. Karimov I. A. Iqtisodiyotni erkinlashtirish, resurslardan tejamkorlik bilan foydalanish – bosh yo'limiz. T.: "O'zbekiston" 2002
3. Egamberdiyev E. Mikroiqtisodiyot. T.: "G'afur G'ulom" 2012
4. Salimov B. T. Salimov B. B. Mikroiqtisodiyot. TDIU T.: 2013
5. G'ulomov S. Alimov R. Mikroiqtisodiyot. T.: "Sharq" 2012
6. R. Pindayk. D. Rubinfeld Mikroiqtisodiyot Inglizcha nashridan tarjima T.: 2012

INTERNET SAYTLARI:

1. www.google.com
2. www.ziyonet.uz
3. www.ecocomics.ru
4. www.stat.uz