

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Қ.С.ҲАМДАМОВ

МИКРОИҚТИСОД

ТОШКЕНТ –2001

Қ.С.Ҳамдамов Микроиқтисод.- Ўқув қўлланма. - Тошкент, ТДИУ
нашриёти, 2001. – 162 б.

Масъул муҳаррир и.ф.д., проф. Салимов Б.Т.

Тақризчилар: проф. Шодисв Т.Ш, и.ф.и., Абдуллаев Б. М.,
проф. Холмуминов Ш.

© – Тошкент давлат иқтисодийёт университети, 2001.

СЎЗ БОШИ

Иқтисодиётнинг бозор муносабатларига ўтиши билан жамиятда бозор иқтисодиётининг амал қилиш механизмини, турли мулкчиликка асосланган корхоналарнинг (фирмаларнинг) хўжалик юритиш фаолиятини, уларнинг бозор шароитидаги ҳаракатини, мавжуд ишлаб чиқариш ресурсларидан оқилона фойдаланиш йўллари ва шу асосда уларнинг самарали фаолият юритишларини ўргатувчи билимга бўлган эҳтиёж ортиб бормоқда.

Бунда таҳлил учун давлат, кооператив, хусусий ва шу каби бошқа бўлим (тармоқ) ларнинг айрим корхоналари (субъектлари) олиниб, талаб ва таклиф, улардаги даромадлар ва харажатлар, ишчилар сони ва уларнинг иш билан таъминланиши, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар миқдори, уларнинг баҳоси ва шу каби қатор бошқа иқтисодий кўрсаткичлар таҳлил этилади.

Бозор иқтисодиёти субъектлари фаолиятини таҳлил этишда уларнинг фаолиятига бевосита таъсир этувчи талаб ва таклиф, фойдалилик ва истеъмолчиларнинг бозордаги муносабати, ишлаб чиқариш ва унинг харажатлари, корхона фойдаси ва уни ошириш, маҳсулотлар баҳоси ва рақобат шакллари, ишлаб чиқариш омиллари бозори ва улардан оқилона фойдаланиш йўллари, умумий мувозанат ва давлатнинг бозорни бошқаришдаги роли, бозор шароитида нархни шакллантириш, рақобатли бозор, монополия ва олигополия, ишлаб чиқариш воситалари бозори капитал кўйилмалар, сармоя ва шу каби қатор бошқа масалалар ўрганилади.

Ўқув қўлланманинг асосий вазифаси талабаларга бозор муносабатлари даврида иқтисодиётда амал қиладиган қонуниятлар ҳаракатини, бозор механизмнинг назарий ва амалий асосларини, жамиятдаги ресурслар танқислиги ва одамлар эҳтиёжини қондириш зарурати тўғрисида кенг иқтисодий мушоҳада юритишни ва уни амалда тадбиқ этиш йўллари ўрганишдан иборат.

Муаллиф ўқув қўлланмаси тўғрисида билдирилган фикр ва мулоҳазаларни миннатдорчилик билан қабул қилади. Қўлланманинг 4, 6 бобларини доц. **Маҳмадиев У.** ёзган.

1-боб. ИҚТИСОДИЙ МУШОҲАДАЛАР ВА БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИГА ТАЪРИФ-ТАВСИФ

1.1. Инсон эҳтиёжининг чексизлиги ва бойлик манбаларининг чекланганлиги

Ҳар қандай жамиятда яшовчи инсоннинг энг асосий мақсади ўзининг турмуши, япаш шароитларини яхшилашдан иборат. Шу боисдан ҳам унинг меҳнат фаолияти биринчи навбатда ўзининг шахсий манфаатини қондиришга қаратилган бўлади. Қайси жамият ана шу манфаатни, яъни инсон манфаатини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқаришни ташкил этса, ўз иқтисодий сиёсатини шу манфаат билан боғлаб борса, шу жамият ҳар томонлама ривожланади ва шу жамият аъзоларининг турмуш шароити қониқарли бўлади.

Иқтисодиёт тўғрисида фикр юритар эканмиз, моддий бойликлар ишлаб чиқариш учун зарур бўлган бойлик манбаларининг чекланганлигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим. Маълумки, ҳар қандай маҳсулот ишлаб чиқариш учун икки турдаги бойлик манбаи бўлиши лозим. Ана шу манбаларнинг моддий қисми, яъни ер, ер ости бойликлари, хомашё, материаллар ва ҳоказолар жамиятда чеклангандир. Шу боисдан ҳам чекланган бойлик манбаларидан унумли фойдаланган жамиятгина талаб даражасида ривожланиши мумкин. Моддий бойликлар, ишлаб чиқариш учун бевосита қатнашадиган меҳнат манбалари имконияти ҳам чекланган. Ундан хоҳлаган миқдорда фойдаланишга имкон йўқ. Шу боисдан ҳар бир жамият ўз меҳнат манбаларининг имконият доирасини кенгайтириш чора-тадбирларини белгилаши зарур ва шу асосда улардан қори даражада фойдаланишга эришиши мумкин.

Дунёдаги барча давлатлар иқтисодиётининг ривожланиш тарихи мавжуд чекланган имкониятлардан унумли фойдаланишнинг муҳим йўли, иқтисодиётнинг бозор муносабатларига ўтиши зарурлигини кўрсатмоқда. Фақат бозор иқтисодиёти шароитида одамлар меҳнатига мувофиқ тарзда рағбатлантирилади.

1.2. Бозор, унинг таркиби, амал қилиш механизми

Бозор-сотувчи билан харидор ўртасида товарни пулга айирбошлаш муносабатидир. Бозорда товарлар билан олди-сотди муносабатлари, товар ишлаб чиқариш, товар айирбошлаш ва пул муомаласи қонунларига биноан амалга оширилади. Бозор иқтисодиёти товар-пул муносабатларига асосланган ва уларга хос иқтисодий қонунлар асосида бошқариладиган иқтисод. Бозор иқтисодиёти фаолияти асосан бозор

орқали амалга оширилади. Бунда алоҳида фаолият юритувчи хўжалик субъектлари ўзаро алоқада бўладилар.

Бозор тўғрисида фикр юритар эканмиз, такомиллашган (эркин) бозор ва рақобатли бозор фарқини билиш зарур.

Эркин бозор бир хилдаги маҳсулотга айна бир вақтда бир хилдаги баҳо белгиланиши билан характерланади. Бундай бозор бўлиши учун қуйидаги шартлар бўлиши лозим:

а) катта ҳажмдаги ва доимий талаб;

б) хўжалик фаолияти билан шугулланувчиларнинг чекланмаган миқдорда бўлиши;

в) ишлаб чиқариш омилларининг кўплиги;

г) сотувчилар ва харидорлар ўртасидаги эркин рақобат бўлиши;

д) рақобатчиларнинг барчаси учун керакли ахборотнинг бўлиши.

Лекин юқоридаги шартларнинг барчаси амалда бўлиши мураккаб.

Шу бондан ҳам эркин бозорнинг ўзи бўлиши ҳам амалда учрамайди. Фақатгина рақобатли бозор бўлади. Рақобатли бозор бўлиши учун турли мулкка асосланган корхоналар - хусусий, кооператив, ҳиссадорлик, давлат ва ҳоказо ҳамда бозор инфратузилмаси бўлиши лозим. Бозорларнинг қуйидаги турлари мавжуд:

1. Маҳсулотлар ва хизматлар бозори.

2. Ишлаб чиқариш омиллари (манбалари) бозори.

3. Молиявий бозор.

Маҳсулотлар ва хизматлар бозори ўз навбатида товар биржалари, улгуржи ва чакана савдони, маркетинг ташкилотларини ўз ичига олади. Ишлаб чиқариш омиллари (манбалари) бозори барча ишлаб чиқариш учун зарур бўлган манбаларнинг олди-сотдисини акс эттиради. Булар, ер, капитал, меҳнатдан иборат. Молиявий бозор корхона (фирма) ва бошқа бозор субъектларининг молиявий манбаларга бўлган талаб ва таклифини акс эттиради. Молиявий бозор, бу - пул, акция, облигация бозорларини ифода этади.

Юқорида зикр этилган барча бозор турлари бир-бири билан ўзаро боғланган ҳолда амал қилади. Бозорларни таркибий жиҳатдан қуйидаги йўналишлар бўйича табақалаштириш мумкин:

1. Иқтисодий йўналишига кўра:

а) истеъмол товарлари бозори;

б) саноат моллари бозори;

в) хомашё бозори;

г) меҳнат бозори;

д) қимматли қоғозлар бозори;

е) чайқовчилик бозори ва ҳоказо.

2. Географик жойланишига кўра:

а) маҳаллий бозор;

б) миллий бозор;

в) дунё бозори.

3. Рақобатнинг чекланганлиги даражасига кўра:

- а) монополистик бозор;
- б) олигополистик бозор;
- в) монопсоник бозор;
- г) эркин бозор;
- д) аралаш бозор.

4. Тармоқлар бўйича:

- а) автомобиль бозори;
- б) компьютер бозори;
- в) нефть маҳсулотлари бозори;
- г) қишлоқ хўжалик маҳсулотлари бозори.

5. Маҳсулотни сотиш хусусиятига кўра:

- а) улгуржи савдо бозори;
- б) чакана савдо бозорига бўлинади.

Ана шу бозор турларининг барчаси ўзаро боғлиқ бўлиб, товар-пул муносабатлари қонуниятлари асосида амал қилади. Иқтисодчилар Р.Липси, П.Стейнернинг образли айтиши бўйича, «бозор иқтисодиёт билан шугулланувчининг ўзаро алоқасини ифода этувчи саҳнадир».

Бозорда фаолият юритувчи барча шахсларнинг ҳаракати бутун иқтисодиётнинг мустаҳкамланишига эмас, балки ўз манфаатларига қаратилган. Ана шу барча якка тартибда қарор қабул қилувчиларнинг фаолиятини тартибга солиш бозор иқтисодиётининг юраги бўлган- бозор механизми асосида амалга оширилади.

Бозор иқтисодиётининг афзалликлари қуйидагилардан иборат:

1. Ишлаб чиқариш моддий манбалари тўғри тақсимланади. Бозорда моддий манбалар биринчи навбатда жамият учун зарур бўлган соҳаларга тақсимланади.

2. Қисқа ахборот асосида ишлаб чиқариш самарали ташкил этилади. Ишлаб чиқарувчилар фақат баҳо билан харажатни билган ҳолда самарали фаолият олиб боришлари мумкин. Масалан, сут етиштирувчи фермер учун болалар қанча сут истеъмол қилиши, бошқа фермерларнинг қанча сигири борлиги, уларнинг қанча маблағи борлигини билишининг ҳожати йўқ.

3. Талабга кўра ишлаб чиқаришни тезда ўзгартириш мумкинлиги. Ҳар йили қарийб 700 хил янги радиоаппаратура бозорга чиқарилиши.

4. Фан-техника тараққиётини ишлаб чиқаришга тез жорий қилиниши учун ҳаракат қилинади.

5. Истеъмолчи ва тадбиркорлар ишлаб чиқаришда эркин ҳаракат қилишлари.

6. Барча ишлаб чиқарувчилар маҳсулот сифатини оширишга ҳаракат қилишлари.

Бозор иқтисодиётининг бир мунча камчиликлари ҳам мавжудлиги. Буларнинг асосийлари куйидагилардан иборат:

1. Атроф-муҳитни ҳимоя қилишнинг иқтисодий механизми йўқ. Фақат қонунлар асосидагина корхоналарни мажбур қилиш мумкин.

2. Фан-техника янгилекларини ишлаб чиқаришга тадбиқ қилишда кўпинча унинг оқибатлари ҳисобга олинмайди. Масалан, 1948 йили шведиялик химик олим П.Мюллер (ДДТ-захарли кимёвий восита) кашф этганлиги учун Нобел мукофотига сазавор бўлди. Лекин 1960 йилда унинг инсон наслига зарари борлиги аниқланди. Шунга қарамасдан, бу захар АҚШда 1972 йилгача ишлаб чиқарилган.

Бизнинг республикамызда ҳам кўп йиллардан бери шундай кимёвий захарли моддалар ишлаб чиқилиб, ерга солинмоқда.

3. Жамоа фойдаланиши учун зарур иншоотларни, тадбирларни ривожлантиришга имкон бермайди (масалан, йўллар, жамоа транспорти, спорт, таълим, соғлиқни сақлаш ва ҳоказо).

4. Меҳнат қилишга, даромад олишга кафолат бермайди. Ҳар бир киши ўзи учун ўзи қайгуриши керак. П.Самуэлсон фикрига кўра, бозор тизими тенгсизликни қайта ишлаб чиқади.

5. Фанда асосли, чуқур тадқиқот қилишга имкон бермайди.

6. Бозор ижтимоий-зарурий маҳсулот ишлаб чиқаришга эмас, балки пули борларнинг талабини қондиришга ҳаракат қилади. Иқтисодчилар А.Бломквист, П.Воннаконтларнинг фикрича, бозор хўжалик фаолиятида қатнашувчиларга кенг эркинлик бериш билан бир қаторда иқтисодий жиҳатдан ҳимоясиз одамларнинг очликдан эркин ўлишига имконият беради.

7. Иқтисодиётнинг нотекис ривожланишига олиб келади. Бу вазибаларни ҳал этишни давлат ўз зиммасига олиши керак.

1.3. Бозор иқтисодиётининг субъектлари

Уй хўжалиги, фирмалар, давлат бозор иқтисодиётининг субъектлари ҳисобланади.

Уй хўжалиги - бир ёки бир неча кишидан иборат бўлган иқтисодий бирликдан иборат бўлиб, улар мустақил қарорлар қабул қилади, маълум ресурслар (омиллар) эгаси ҳисобланади, ўз талабини юқори даражада қондиришга ҳаракат қилади. Уй хўжалигига барча истеъмолчилар, ёлланган ишчилар, йирик ва майда капитал ишлаб чиқариш воситалари эгалари киради.

Фирмаларга: мустақил қарорлар қабул қилувчи корхоналар, фойда миқдорини юқори даражага етказиш учун ҳаракат қилувчилар, ишлаб чиқариш омилларидан фойдаланиб, маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни бошқа фирма, уй-хўжаликларига ва давлатга сотувчи корхоналар киради. Давлат деб, зарурат бўлганда хўжалик субъектлари ва бозор

устидан назорат қилиш учун юридик ва сиёсий ҳуқуққа эга бўлган барча ҳокимият идораларига айтилади.

Уй-хўжалиги ва фирмалар хусусий тармоқни, давлат - давлат тармоғини ташкил этади. Бу хўжалик субъектлари бозорда ўзаро алоқада бўлади ва ягона тузум шаклида амал қилади.

Хулоса

1. Табиат инсонни шундай яратганки, у ўзининг фаолиятида доимо маълум турдаги маҳсулотларни истеъмол қилиши лозим, яъни унинг турли хилдаги истеъмол буюмларига эҳтиёжи бўлади. Инсоннинг ана шу эҳтиёжини қондириш учун жуда кўп моддий бойликлар талаб этилади. Лекин ер юзида бу моддий бойликларнинг умумий ҳажми чекланган. Ана шундай шароитда иқтисодиётни ривожлантиришнинг шундай йўлларини танлаш лозимки, ана шу чекланган моддий бойликлардан оқилона фойдаланиб, юқори даражада маҳсулот ишлаб чиқаришга эришилсин. Кўпгина хорижий давлатлар тажрибаси иқтисодиётни ривожлантиришнинг энг мақсадга мувофиқ йўли "бозор иқтисоди" эканлигини кўрсатмоқда.

2. Бозор иқтисодини тартибга солишда бозор механизмининг аҳамияти катта. Бозор шароитида фаолият олиб борадиган барча субъектлар биринчи навбатда ўз манфаатларини кўзлайдилар ва айни пайтда улар бутун халқ хўжалиги самарадорлигини оширишга олиб келадилар.

3. Бозор иқтисодининг ҳам ижобий, ҳам салбий томонлари мавжуд. Унинг ижобий томонларига – ишлаб чиқариш моддий бойликларининг тўғри тақсимланиши, қисқа ахборотлар асосида ишлаб чиқаришни самарали ташкил этиш, талабга кўра ишлаб чиқаришни тезда ўзгартириш мумкинлиги, истеъмол ва тадбиркорлар ишлаб чиқаришда эркин ҳаракат қилишлари, барча ишлаб чиқарувчилар маҳсулот сифатини оширишга интилиши ва шу кабиларни киритсак, бозор иқтисодининг салбий томонларига – атроф муҳитни ҳимоя қилиш механизмининг йўқлиги, фан-техника янгиликларини ишлаб чиқаришга тадбиқ қилишда кўпинча унинг салбий оқибатларини ҳисобга олинмаслиги, меҳнат қилишга, даромад олишга кафолат бермаслигини, тенгсизликни чиқаришини ва шу кабиларни киритсак бўлади.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Нима сабабдан эҳтиёжлар чексиз бўлади ?
2. Моддий бойликларга нималар киради ва уларнинг чекланганлигини қандай тушунасиз?
3. "Бозор" ва "бозор иқтисоди", деганда нимани тушунасиз?
4. Бозорнинг қандай турларини биласиз ?
5. "Бозор механизми" нима?

6. Бозор иқтисодининг ижобий ва салбий томонлари, деганда нималар кўзда тутилади?

7. Бозор иқтисодининг субъектларига нималар киради?

2-боб. "МИКРОИҚТИСОД" ФАНИНИНГ МАВЗУ УСЛУБИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

2.1. Жамиятдаги иқтисодий муаммолар ва уларни ҳал этишда "Микроиқтисод" фанининг роли

Ҳар қандай жамиятдаги кишиларнинг асосий мақсади ўзининг турмуш шароитини яхшилаш, эркин ва бахтли ҳаёт кечиршидан иборат. Ана шу буюк мақсадга эришиш йўлида кишилар ҳар доим табиат ва жамият билан курашиб келганлар. Лекин уларнинг ҳаракати доимо чекланган доирада амал қилган, чунки инсониятнинг ўзи чекланган имкониятлар дунёсида яшаб келмоқда. Унинг жисмоний ва маънавий қобилияти, унинг у ёки бу вазифаларни бажаришга ажратилган вақти ўз мақсадини амалга ошириш учун бўлган воситалари чеклангандир. Албатта, инсоният тараққиёти билан мавжуд имкониятлар мислсиз даражада кенгайди. Бундан юз йиллар олдин кишилар учун афсона ҳисобланган орзулар эндиликда ҳақиқатга айланди ва бундан кейин ҳам чекланган имкониятлар доираси кенгайиб бориши муқаррар. Лекин шундай бўлса ҳам ҳозирда ва келгусида кишиларнинг бахтли турмуш даражасини белгиловчи маҳсулотлар ишлаб чиқариш учун зарур бўлган моддий манбаларнинг чекланганлиги асосий муаммо бўлиб қолаверади. Ресурслар чекланмаган бўлганда эди, уларнинг турли мақсадларини амалга ошириш учун мақсадга мувофиқ тарзда тақсимлаш, тежалга, улардан унумли фойдаланишга зарурат бўлмас эди.

Мавжуд манбаларнинг чекланганлиги улардан фойдаланишдаги рақобатга сабаб бўлади. Бу рақобат одамлар ўртасидаги рақобат бўлмасдан, балки моддий манбалардан фойдаланиш йўналишлари ўртасидаги рақобат ҳисобланади. Чунки айни бир хил манбалардан турли йўналишларда, турли мақсадларда фойдаланилади.

Жамият ва ундаги ҳар бир шахснинг асосий вазифаси чекланган ресурслардан мақсадга мувофиқ фойдаланишни таъминлайдиган йўналишларни танлаш ва юқори натижаларга эришишдан иборат. Одатда кишилар ўз манфаати йўлида, корхоналар - фойда миқдорини кўпайтириш йўлида ҳаракат қилади, давлат эса ана шу фаолиятни ягона мақсад йўлида жамият фаровонлиги, кишиларнинг турмуш шароитини юксалтиришга қаратиши лозим.

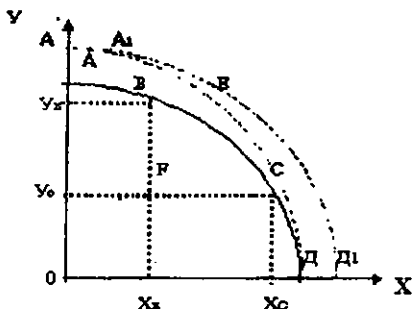
"Микроиқтисод" фани корхоналар, фирмалар ва шу каби мамлакат халқ хўжалигининг қуйи бўғинидаги объектлар фаолиятига тааллуқли фан бўлганлиги учун у шу корхона, фирмаларда чекланган манбалардан

мақсадга мувофиқ тарзда фойдаланилган ҳолда кишилар эҳтиёжи учун зарур бўлган моддий неъматларни кўпайтиришни ташкил этишда муҳим роль ўйнайди.

Корхона (фирма)лар мавжуд чекланган имкониятлар шароитида ўз фаолиятлари йўналишларини белгилашда 3 асосий вазифани ҳал қилишларига тўғри келади.

Биринчидан, қандай товарлар ишлаб чиқариш ёки хизматларни бажариш ва қанча миқдорда. Иккинчидан, қандай, яъни чекланган қанча моддий манбалар, технологик усуллар ёрдамида. Учинчидан, кимлар учун чекланган миқдордаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш. Мана шу каби вазифаларни ҳал этишда корхоналардаги иқтисодчилар турли хилдаги моделлардан фойдаланишлари лозим. Шундай содда моделлардан бирини қуйидаги графикда ифода этсак бўлади.

Ушбу графикда юқорида айtilган нима? қандай? ким учун? деган саволларга қисман жавоб берилган. Графикдаги ABCD эгри чизиги корхонанинг ишлаб чиқариш имкониятлари доирасини ифода этади ва шу имкониятлардан энг кўп фойдаланиш натижасида ишлаб чиқариш мумкин бўлган U ва X турлардаги товарларнинг ҳажмини акс эттиради. Графикдаги ҳар бир нуқта икки хилдаги товарлар ишлаб чиқариш комбинациясини ифода этади. Масалан, B нуқтаси U_0 ва X_0 комбинациясини, C нуқтаси U_0 ва X_0 комбинациясини акс эттиради. Бу графикда биз корхона ишлаб чиқариш имкониятларини кўрамыз.



1-график. Корхона ишлаб чиқариш имкониятлари

Масалан, F нуқтасини олиб кўрайлик. Бу нуқта имкониятлар доираси ичида жойлашган. Агар ишлаб чиқариш комбинацияларини шу нуқтага мослаштирадиган бўлсак, унда корхона кўпгина моддий манбалардан нотўғри фойдаланган, манбалар исрофгарчилигига йўл қўйган булар эди ва аксинча, E нуқтасига корхона ҳар қанча ҳаракат қилмасин, мавжуд имкониятлар унга эришишга имкон бермайди демак, ABCD эгри чизиги имкониятларимиз доирасини ифода этади. Биз ана шу

имконият доирасидагина турли хилдаги вариантларни танлай олишимиз мумкин. Жумладан, агар биз В нуқтасидаги комбинация танласак, унда У турдаги товарни кўмайтирган бўламиз, В нуқтасидан С нуқтасига ўтганда биз

$X=0X_c-0X_e$ ҳажмидаги қўшимча Х - товарига эга бўламиз ва шунга эришиш учун $Y = 0Y_e-0Y_c$ қўшимчасидан воз кечган бўламиз. Иқтисодчилар бундай усулни «муқобил (альтернатив) сарфлар» ёки «бой берилган имкониятлар сарфи» деб атайдилар.

Жамият ёки ундаги корхоналар мавжуд имкониятлар доирасидан чиқиши мумкинми, деган савол туғилиши муқаррар. Албатта, лекин бунинг шarti янги технология жорий қилиниб, янги моддий манбалар жалб этилган бўлиши мумкин. Бу 1-графикдаги пунктир чизиқларда ифода этилган. Бу тасвирда аввалги имкониятлар доирасида эришиш мумкин бўлмаган Е нуқтасига энди бемалол чиқиш мумкин бўлади (A_1, D_1). Агар янги техника ва технология, ёки янги моддий манбалар ҳамма соҳаларга эмас, балки соҳаларнинг бирортасига (масалан, У турдаги маҳсулот ишлаб чиқаришга) сарflanса, унда ишлаб чиқариш имкониятлари бир ёқлама кенгайди. Буни 1-графикдаги A_1, D_1 чизигида кўришимиз мумкин.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, «Микроиқтисод» фани мамлакат халқ хўжалигининг асосий бўғини бўлган, мамлакат миллий бойлигини кўпайтиришга бевосита таъсир этадиган, мамлакат халқ хўжалиги учун зарур бўлган турли-туман товарлар ишлаб чиқарадиган корхоналар, фирмалар, уюшмалар ва шу каби бошқа ижтимоий ишлаб чиқариш соҳасида фаолият юритаётган корхоналар иқтисодиётини чекланган имкониятлар доирасида, талаб ва тақлиф асосида ташкил этишнинг асосий қонуниятларини ўргатувчи фан бўлгани учун у жамиятдаги мавжуд иқтисодий муаммоларни ҳал этишда сўзсиз муҳим роль ўйнайди.

2.2. Фаннинг мавзуи, иқтисодий билимлар таркибидаги ўрни, бошқа фанлар билан боғлиқлиги

«Микроиқтисодиёт» барча иқтисодий фанлар билан узвий боғланган ҳолда амал қилувчи фан бўлиб, унинг халқ хўжалигини ривожлантиришга қўшадиган ҳиссасига, иқтисодчи кадрлар тайёрлашдаги ролига кўра «Экономикс» ва «Макроиқтисодиёт» фанларидан кейинги ўринларга қўйсақ, кўп хато қилмаган бўламиз.

«Экономикс» фани кишиларнинг моддий эҳтиёжини юқори даражада қондириш мақсадида чекланган ишлаб чиқариш моддий манбаларидан самарали фойдаланиш ва уни бошқариш муаммоларини, кишиларнинг моддий неъматлар ишлаб чиқариш, айирбошлаш, тақсимлаш ва уларни истеъмол этиш жараёнларидаги муносабатларини

ўргатади. Таркибий жиҳатдан бу фан «Микроиқтисодиёт» ва «Макроиқтисодиёт» қисмларига бўлинади.

«Макроиқтисодиёт» фан сифатида бутун халқ хўжалиги ёки унинг тармоқларидаги иқтисодий қонуниятларни, халқ хўжалигидаги давлат, кооператив, хусусий ва шу каби бошқа тармоқларнинг иқтисодий фаолиятини, мамлакат аҳамиятига молик бўлган миллий даромад, иқтисодий юксалиш, умумий баҳо тизими, инфляция, иш билан таъминлаш, умумий даромадлар, харажатлар ва шу каби қатор бошқа масалаларни ўрганиб, тегишли қарорлар қабул қилди. «Микроиқтисодиёт» эса фан сифатида алоҳида олинган корхона (фирма) фаолиятини кенг миқёсда таҳлил этиш асосида тегишли хулосаларга келиб, қарорлар қабул қилади. Бунда таҳлил учун давлат, кооператив, хусусий ва шу каби бошқа тармоқлар айрим корхоналари (субъектлари) олиниб, улардаги даромадлар ва харажатлар, ишчиларнинг сони ва уларнинг иш билан таъминланганлиги, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар миқдори, уларнинг баҳоси ва шу каби қатор бошқа иқтисодий кўрсаткичлари таҳлил этилиб, тегишли қарорлар қабул қилинади. Образли қилиб айтиш мумкинки, «Макроиқтисодиёт» фани бирорта шаҳарнинг бутун фаолиятини, ундаги воқеа ва ҳодисаларни юқоридан туриб ўрганса, «Микроиқтисодиёт» фани шу шаҳардаги ҳар бир хонадон, ҳар бир корхона ва ташкилот фаолиятини, улардаги воқеалар ва ҳодисаларни яқиндан туриб ўрганади.

«Микроиқтисод» фани бошқа иқтисодий фанлар билан айниқса, айрим тармоқлар иқтисодиётига тааллуқли бўлган фанлар билан ҳам доимий алоқада бўлади. Булар жумласига: «саноат иқтисодиёти», «қишлоқ хўжалик иқтисодиёти», «саноат ва қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолиятини ташкил этиш ва режалаштириш» ва шу каби қатор бошқа иқтисодий фанларни киритишимиз мумкин.

2.3. Фаннинг ахборот манбалари ва ўрганиш усуллари

Бозор иқтисодиётининг ўзига хос хусусиятларидан бири давлат корхоналари билан бирга турли-туман тадбиркорлик тамойили асосида ташкил этилган корхона (фирма)ларнинг фаолият юритишидир (буларнинг фаолияти тўғрисида кейинги мавзуларда сўз юритилади). «Микроиқтисодиёт» фанининг асоси! ахборот манбалари ана шу турли корхона (фирма)лар ҳамда шахсий (хусусий) хўжаликлар фаолияти маълумотлари ҳисобланади. «Микроиқтисодиёт» фани улар фаолиятини таҳлил этишда, хулосалар қилишда ва зарур бўлган қарорлар қабул қилишда турли усуллардан фойдаланади. Бу усулларнинг асосини диалектика усули ташкил этади.

Диалектика усули барча ҳодиса ва воқеаларни доимий тараққиётда ва ўзаро алоқадорликда ўрганиш зарурлигини тақозо этади. Бунда «анализ», «синтез», «индукция» ва «дедукция» усулларидан

фойдаланилади. «Анализ», яъни таҳлил усулидан фойдаланишда ҳодисаларни майда бўлақларга ажратиб, уларни тадқиқ этилса, «синтез» усулида ҳодисаларнинг майда элементларини бирлаштириш асосида ягона хулосага келинади. «Индукция» усулида айрим далиллар асосида умумий хулоса қилинса, «дедукция» усулида умумий қоидалар асосида айрим хулосалар қилинади.

Бозор иқтисодиёти шароитида фаолият юритадиган ҳар бир иқтисодчи, ҳар бир тадбиркор киши бу усуллардан фойдаланмасдан иложи йўқ, чунки улар ўз корхонасидан ёки шахсий хўжалигидан оладиган даромадини ошириш учун доимо изланишлар олиб бориши ва зарур бўлган далиллар тўплаши ва уларнинг таҳлили асосида ягона хулосага келиб, қарор қабул қилиши лозим бўлади. Қабул қилинган қарорни амалга ошириш учун улар бу қарорни қисмларга бўлиб, тадбирлар белгилаши ва уларни бажариш чораларини белгилашлари керак бўлади.

Юқорида айтилган усуллардан фақат корхона (фирма) иқтисодчилари, тадбиркорларигина эмас, балки давлат ҳам ўз иқтисодий сиёсатини белгилашда кенг фойдаланади. Бошқача қилиб айтганда, иқтисодий таҳлиллар асосида иқтисодий назариялар вужудга келади, улар ўз навбатида давлат иқтисодий сиёсатининг асосий йўналишларини белгилайди, «Микроиқтисодиёт» фани барча фанлар қатори бир қанча махсус иқтисодий усуллардан ҳам кенг фойдаланади. Булар: монографик, иқтисодий-статистик, тажрибавий (экспериментал), ҳисоб-конструктив, мавҳум мушоҳада, математик усуллардан иборат. Буларни чизма тарзида қуйидагича ифода этиш мумкин.

«Микроиқтисодиёт» фани айниқса, математика усулидан кенг фойдаланади. Бунда, иқтисодиётда содир бўладиган барча ўзгаришларга сабаб бўладиган омилларнинг таъсирини, уларнинг ўзаро боғлиқлигини аниқлашда математик функциялар тузилади. Функцияларнинг моҳияти - ўзгарувчи миқдорларнинг ўзаро боғлиқлигини ифода этишдан иборат.

Фараз қилайлик, иккита ўзгарувчан миқдор X ва Y берилган бўлсин. Агар уларнинг биттаси X ўзгариши, иккинчисининг Y нинг ўзгаришига олиб келса, унда X ва Y функционал жиҳатдан ўзаро боғланган дейилади, ёки Y X нинг функцияси деб аталади ва математик белгилар билан қуйидаги кўринишда ёзилади: $Y = f(X)$.

Агар биз маҳсулот баҳосини P ҳарфи билан, маҳсулотта бўлган талабни D таклифни S ишлаб чиқариладиган товарлар миқдорини Q ҳарфи билан белгиласак, унда Qd харидорларнинг талаб этадиган ва сотиб олиши мумкин бўлган маҳсулоти миқдорини ифода этади ва Qd талаб этилаётган товарлар баҳосининг функцияси сифатида амал қилади:

$$Qd = f(P)$$

Бунда: Qd функция, P -аргумент (баҳо) ҳисобланади. Бу ёзувни кўпгина ҳолларда $Qd = Qd(P)$ шаклида ҳам ёзилади.

Юқоридаги ёзувлардан икки ўзгарувчан миқдорнинг ўзаро боғлиқлигини кўрдик. Лекин тадқиқотчи учун бу деярли ҳеч нарсани билдирмайди, чунки бу ўзгарувчан миқдорлар бир-бири билан қандай боғланганлиги ҳақида, бошқача қилиб айтганда, X нинг ўзгариши Y -нинг қанчага ўзгартириши мумкинлиги тўғрисида маълумот бермайди. Шу боисдан ҳам иқтисодчилар функциянинг қуйидаги уч хил кўринишларининг бирортасидан фойдаланадилар.

1. Алгебраик кўриниш. Бунда функционал ўзаро боғлиқлик алгебраик ифода шаклида ёзилади. Масалан, турли хилдаги истеъмолчиларнинг маълум турдаги товарга бўлган талаби (Qd_1, Qd_2, Qd_3) аниқ бўлса, шу товарга бўлган жами талаб миқдорини аниқлаш мураккаб эмас.

$$\Sigma Qd = Qd_1 + Qd_2 + Qd_3$$

2. Жадвал шаклидаги функция. Функциянинг жадвал шаклидаги кўринишида жадвалнинг бир устунига аргумент (P), иккинчисига функция (Qd) ифода этилади ва у тадқиқ қилинаётган миқдорларнинг ўзаро боғлиқлигини нисбатан тўлароқ кўрсатади. Масалан, маълум товарга бўлган талаб (Qd) ва унинг баҳоси (P) миқдори аниқ бўлса, улар ўртасидаги функционал алоқани қуйидаги жадвалда ифода этиш мумкин.

1-жадвал

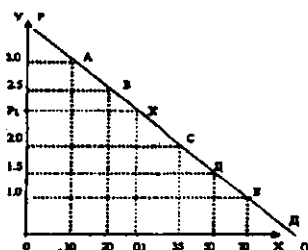
Бозорда картошкага қўйилган баҳо билан унга бўлган талабнинг ўзаро боғлиқлиги

Турли ҳолатлардаги олди-сотди	1кг (P)сўм	Харидорнинг хоҳиши (Qd),
A	3,0	10
B	2,5	20
C	2,0	35
D	1,5	50
E	1,0	70

Функциянинг жадвал шаклидан баҳонинг ўзгаришига қараб ўзгариб боришидан, баҳонини маълум миқдорда Qd нимага тенг эканлигини

яққол кўриш мумкин. Лекин функциянинг бу шаклида ҳам маълум камчилик мавжуд. Масалан, баҳо 2,2 сўм бўлганда Qd нимага тенг, деган саволга жадвалдан жавоб топиб бўлмайди. Шу боисдан ҳам иқтисодчилар тадқиқотнинг жадвал усулидан ҳам фойдаланишлари лозим.

3. Функциянинг график шаклидаги кўрниши. График икки ўзгарувчи миқдорнинг ўзаро алоқасини нисбатан тўлиқ ифода этади. Математика фанидан маълумки, чизма вертикал шаклида бўлган ордината Y ва горизантал шаклда жойлашган абсцисса X чизиқларидан иборат. Агар биз Y чизигида баҳони ва X чизигида сотиб олинadиган товар миқдоридан жойлаштирсак, бу нуқтадан Y ва X чизиқларига перпендикуляр бўлган чизиқлар тортсак, унда шу чизиқларнинг кесишган нуқтаси турли комбинациялардаги маҳсулот баҳосига мувофиқ келадиган талаб миқдори келиб чиқади.



2-график. Маҳсулотга бўлган талаб (Qd) ва унинг баҳоси (P)нинг ўзаро боғлиқлиги

Графикдан кўриниб турибдики, баҳонинг ўзгариши талаб ҳажмининг ўзгаришига таъсир кўрсатмоқда. Демак, графикдан фойдаланилган ҳолда биз эгри чизиқдаги хоҳлаган нуқтадаги баҳо ($P=2,2$ сўм) ва талаб ($Qe=28Kr$) миқдорини аниқлашимиз мумкин бўлади. "Микроиқтисодиёт" фани ана шу юқорида зикр этилган асосий усуллардан фойдаланилган ҳолда корхоналар (фирмалар), алоҳида ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар фаолиятини ўрганadi.

Хулоса

1. Микроиқтисод фани мамлакат халқ хўжалигининг асосий бўғини бўлган, мамлакат миллий бойлигини кўпайтиришга бевосита таъсир этадиган, мамлакат халқ хўжалиги учун зарур бўлган турли-туман товарлар ишлаб чиқарадиган корхоналар, фирмалар, бирлашмалар, уюшма ва шу каби бошқа ижтимоий ишлаб чиқариш соҳасида фаолият юритаётган корхоналар иқтисодиётини талаб ва тақлиф асосида ташкил этишнинг асосий қонуниятларини ўргатувчи фан бўлгани учун у жамиятдаги мавжуд иқтисодий муаммоларни ҳал этишда ёрдам беради.

2. Микроиқтисодиёт фанининг асосий усули диалектика ҳисобланади. Бундан ташқари бу фанда "статистик", "монографик", "ҳисоб-конструктив", экспериментал "мавҳум мушоҳада" ва "математик" усуллардан фойдаланилади.

3. Математик усулдан фойдаланилганда турли хилдаги функциялар қўшилади. Математик функциялар: "Алгебраик" кўринишда, "жадвал" шаклида ва график кўринишида бўлиши мумкин. Математик функцияларнинг моҳияти – ўзгарувчи миқдорнинг ўзаро боғлиқлигини ифода этишдан иборат.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Жамиятдаги муаммолар нималарда намоён бўлмоқда?
2. "Микроиқтисод" фанининг туггин ўрни қандай?
3. Бу фanning бошқа фанлар билан боғлиқлиги қандай?
4. "Микроиқтисод" фанининг ахборот манбаи қандай?
5. Фanning асосий усуллари қайсилар?
6. Математик функциянинг мазмуни нимада?
7. Математик функцияларнинг қандай кўринишлари мавжуд ва уларнинг моҳияти нимада?

3 - боб. КОРХОНАЛАРДА ТАЛАБ ВА ТАКЛИФ ТАҲЛИЛИ АСОСЛАРИ

3.1. Талаб ва унга таъсир этувчи асосий омиллар таҳлили

Ҳар қандай жамиятнинг ҳаракатлантирувчи кучларидан бири маҳсулотларга бўлган талаб ҳисобланади. Чунки инсониятнинг аксарияти ўзининг истеъмол буюмларига бўлган талабини қойдириш учун интилади ва у ўз талабини қондириш учун истеъмолчи сифатида, маҳсулотларни сотиб олувчи харидор сифатида ҳаракат қилади.

Инсоннинг, яъни харидорнинг у ёки бу товарга бўлган талаби унга шу товарнинг қанчалик кераклиги-фойдалилиги ва уни сотиб олиш учун унинг маблағи миқдorigа боғлиқ.

Масалан, харидорларнинг кўпчилиги кундалик эҳтиёжи учун турли хилдаги мевалар, сабзавотлар ва шу кабиларни сотиб олади. Олмани истеъмол қилганда унинг биринчисини жуда яхши иштаха билан, иккинчисини яхши иштаха билан, учинчисини лоқайдлик билан ва шу тариқа охирги олма меъдага тегиши мумкин, яъни унинг фойдалилиги минусли бўлиши мумкин.

Айрим бошқа харидорларда бўлса, биринчи олмадаёқ лоқайдлик сезилиши мумкин. Бошқача қилиб айтганда ейилган олмаларнинг

умумий фойдалилиги ошиб боради, лекин ҳар бир кейинги ейилган олманинг фойдалилиги олдингисига қараганда паст бўлади ва маълум миқдорга етганда фойдалилик 0 га тенг бўлади. Шу тариқа, биз алоҳида олинган бир киши учун (харидор учун) талаб қилинадиган олмани билишимиз мумкин. Лекин бу тўғри маълумот эмас, чунки олманинг фойдалилиги билан бирга шу фойдалилик миқдоридagi олмани сотиб олиш учун зарур бўлган маблағ-пул ҳам керак. Шунинг учун харидор ўзи учун фойдали ҳисобланган олма миқдори билан ўз ҳамёнини қиёслади ва ҳамёнига мувофиқ тарздаги олмани (товарни) харид қилади. Агар ҳамёни қурби даражасига нисбатан ортиқча олма (товар) сотиб олса, яъни олманинг (товарнинг) қўшимчаси фойдалилик даражаси унинг қийматидан паст бўлса, унда харидор ҳаракати унга зарар келтиради.

Масалан: 1 та олманинг нархи 1 сўм бўлса ва ейилган 3-чи олма 0,80 сўмлик фойда келтирса, унда харидор - 0,20 сўм зиён кўради. Бу мисолдан шундай хулоса қилиш мумкинки, бозорда нарх пасайса, харидорлар кўпроқ ва аксинча баланд бўлса, камроқ товарлар сотиб олади ва шу тариқа товарларга бўлган талаб ҳосил бўлади.

Маҳсулотларга (товарларга) бўлган талаб ҳажми - маълум шахс, бир гуруҳ одамлар ёки умуман аҳолининг маълум вақт бирлигида (кун, ой, йил), маълум миқдордаги товар сотиб олиш хоҳишидан иборат. Маҳсулотларга бўлган талаб ҳажми кўпгина омилларга боғлиқ. Буларнинг айримлари қуйидагилардан иборат:

а) товар нархи;

б) бошқа товарлар ва биринчи навбатда сотиб олинishi мўлжалланган товарларнинг ўрнини босадиган товарлар (масалан, олма ўрнига бошқа мевалар) нархи;

в) харидорларнинг пул даромадлари;

г) харидорларнинг сотиб олинishi мўлжалланган маҳсулотларга бўлган муносабати ва ҳ.к.

Талаб ҳажмининг унга таъсир этувчи омилларга боғлиқлигини ақс эттиришда «талаб функцияси»дан фойдаланилади ва у қуйидаги тартибда ифодаланади.

$$Q_d = f(P_a, P_b, \dots, P_z, I, T, \dots),$$

бунда: Q_d - маълум вақт бирлигида «А» товарга бўлган талаб ҳажми;

P_a - а товарнинг нархи;

P_b, P_z - бошқа ўринбосар товарлар нархлари;

I - харидорларнинг пул даромадлари;

T - харидорларнинг шу товарга бўлган муносабати;

- бошқа омиллар.

Агар товар баҳосидан ташқари бошқа омилларни ўзгармас деб фарз қилсак, унда "талаб функцияси"дан "баҳога нисбатан талаб функцияси"га ўтишимиз мумкин.

$$Q_a = f(P_a)$$

Ministry of Finance and DPU

17

9-5821/2

Баҳога нисбатан талаб функциясини қуйидаги уч хил усулдан бирида ифода этиш мумкин.

1) Жадвал шаклида

$F = P_a$ (баҳо, сўмла)	Q_{da} (маҳсулот миқдори, кг.)
10	15
15	12
18	10
20	8
22	7
25	6
28	4
30	2
35	1
40	0

2) Алгебранк усулда.

Масалан: $Q_{da} = a - b \times P_a$

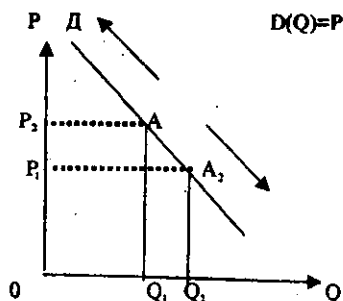
3) График усулида.

Масалан:

D - талаб чизиги,

P - товар баҳоси,

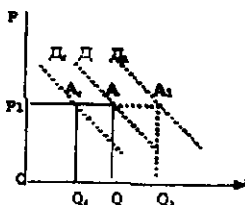
Q - талаб этилган товар миқдори



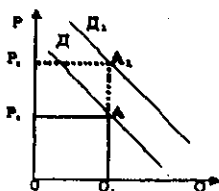
3- график

3-графикда айрим турдаги товарга бўлган талаб чизиги ифода этилган. Бу тасвирда талаб чизиги ўнг томонга ва пастга ҳаракат қилса, баҳо ошиб, талаб ҳажмининг камайганлиги кўринади.

Биз юқорида айтиб ўтдикки, товарларга бўлган талабга бошқа омиллар ҳам таъсир этади. Шулардан яна бир муҳим омил харидорларнинг пул даромади бўлиб ҳисобланади. Пул даромадининг ўзгариши талаб чизигининг ўзгаришига олиб келади. (4-график)



4 - график



5 - график

4-графикда харидорларнинг пул даромади кўпайиши талаб чизиги D ўнг томонига D_1 ва аксинча пул даромадининг камайиши талаб чизиги нинг чап томонига D_2 сурилиши ифодаланган, яъни талаб ҳажмининг ўзгариши ифодаланган. Пул даромадининг кўпайиши талаб

ҳажмини кўпайтирмасдан юқори баҳода сотиб олиш мумкинлигини ҳам ифода этиши мумкин (5- график)

5 - графикда талаб ҳажми Q ўзгаргани йўқ. Лекин товар баҳоси P_1 дан P_2 га кўтарилди. Харидорлар пул даромадларининг ошуви товарни P_2 баҳода ҳам сотиб олишга имкон беради.

Товар баҳоси-харидорнинг маълум миқдордаги товарни сотиб олиш учун рози бўладиган энг юқори баҳосидир.

3.2. Фойдалилик ва талаб

Талаб тўғрисида фикр юритар эканмиз, харидорларнинг бозордаги ҳаракатига ҳам беришимиз керак, яъни харидор бозорда у ёки бу турдаги маҳсулотни сотиб олиш учун қандай «қоидалар»га риоя қилиши, қандай мақсад қўйишини, қандай шароитда қанча маҳсулот сотиб олишини билишимиз керак.

Шуни назарда тутиш лозимки, биринчидан, харидор маҳсулот истеъмол қилувчи энг аввало ўзининг даромади доирасида энг кўп қониқиш ёки фойдалиликка эришиш учун ҳаракат қилади, иккинчидан, ҳар бир навбатдаги товар бирлигининг қўшимча фойдалилиги бундан олдинги товар бирлигининг фойдалилигига қараганда харидорга камроқ фойда келтиради.

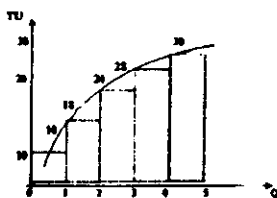
2-жадвал

Айрим харидорларга олманинг умумий ва қўшимча фойдалилиги шкаласи

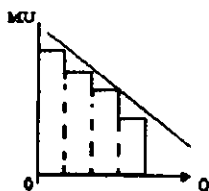
Олма дона	Умумий фойдалилик	Қўшимча фойдалилик (қўшимча олманинг фойдалилиги) бирликда
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2

Юқоридаги мисолда олмалар сонининг ошуви билан унинг қўшимча фойдалилиги пасайиб бормоқда. Ҳар бир кейинги олма харидорни тобора камроқ қониқтирмоқда, яъни умумий фойдалиликни камроқ оширмоқда.

Умумий фойдалиликни - TU , қўшимча фойдалиликни - MU , умумий миқдорни - Q ҳарфлар белгилаб, жадвал асосида қуйидаги графикни чизишимиз мумкин (6-график).



а) умуий фойдалилик



б) кўшимча фойдалилик

6-график

Фойдалилик қандай қилиб талаб билан боғланади. Фараз қилайлик, фойдалилик бирлиги сўмнинг фойдалилиги бирлиги билан тенг бўлсин. Мисол: бир сўмнинг фойдалилиги товар фойдалилиги бирлиги билан тенг. Унда юқоридаги жадвалимиз қуйидаги кўринишда бўлади.

3-жадвал

Пул бирлигида ифодаланган фойдалилик

Олма сони, дона	Умуий фойдалилик, сўм	Кўшимча, фойдали
1	0,5	0,5
2	0,9	0,4
3	1,2	0,3
4	1,4	0,2
5	1,5	0,1

Маҳсулотларнинг (олма) фойдалилик ҳолатига қараб, биз истеъмолчиларнинг олма нархлари турлича бўлганда, унга бўлган талабини аниқлашимиз мумкин. Бунда биз талабга таъсир этувчи бошқа омилларни ўзгармас деб фараз қиламиз. Фараз қилайлик, 1 дона олма баҳоси 0,5 сўм. Шундай бўлганда харидор неча дона олма сотиб олади. Бунда харидор 0,5 сўмлик пулнинг фойдалилигини сотиб олинadиган олманинг фойдалилиги билан қиёслайди. Бунда харидор 0,5 сўмлик фойда келтирадиган пулни йўқотиб, 0,5 сўмлик фойда келтирадиган олмани сотиб олади, яъни харидор зарар қилмайди. Харидор иккинчи олмани сотиб оладими? Бунда у яна қиёслайди. Яна 0,5 сўмлик фойда келтирадиган пулни йўқотади, Лекин 0,4 сўмлик фойда келтирадиган олма сотиб олади, яъни 0,1 сўмлик зиён кўради. (3-жадвал). Шунинг учун у иккинчи олмани сотиб олишдан воз кечади.

Агар олма нархи 0,4 сўм бўлса, унда харидор қанча олма сотиб олади. Бунда у 2-олмани сотиб олиши мумкин, чунки у 1-олмадан зиён кўрмайди, 2-олманинг фойдалилиги 0,4 сўм пулнинг фойдалилиги билан тенг бўлади. Шу тартибдаги ҳаракатни қуйидаги жадвалда кўришимиз мумкин.

Олмага бўлган талаб

Олма баҳоси, сўм	Талаб ҳажми, дон
0.5	1
0.4	2
0.3	3
0.2	4
0.1	5

Яъни товарнинг қўшимча фойдалилиги шу маҳсулотларга бўлган талабни ҳосил қилади.

Шундай қилиб, талаб тўғрисидаги фикрларни яқунлаб, шундай хулоса қилиш мумкин:

1. Талабни тадқиқ этишнинг бошланғич нуқтаси айрим истеъмолчиларнинг ҳаракатини ўрганишдан иборат.

2. Истеъмолчиларнинг харидор сифатидаги ҳаракати асосида товарларнинг фойдалилиги ётади.

3. Ҳар бир қўшимча маҳсулотнинг (товарнинг) қўшимча фойдалилик даражасининг пасайиб бориши талаб чизигини шахлантириш асоси бўлиб хизмат қилади.

3.3. Таклиф ва унга таъсир этувчи асосий омиллар таҳлили

Таклиф деганда бирорта субъектнинг маълум турдаги товарни сотишга бўлган хоҳишини тушуниш лозим.

Таклиф ҳажми деганда сотувчининг ёки бир гуруҳ сотувчиларнинг маълум вақт бирлигида, маълум шарт-шароитда сотиш хоҳишини билдирган товарлар миқдорига айтилади.

Таклиф ҳажми бир қанча омилларга боғлиқ, булар жумласига қуйидагиларни келтириш мумкин:

а) сотиладиган товар баҳоси;

б) бошқа товарлар ва биринчи навбатда сотишга қўйилган товарлар ўрнини босадиган товарлар нархи;

в) товарларни ишлаб чиқариш учун қўлланилаётган технологиянинг хусусияти (қўлда, механизацияда, автоматлаштирилган линияларда ишлаб чиқариш);

г) давлат солиқлари, дотациялари ҳажми;

д) табиий шарт-шароитлар ва ҳ.к.

Таклифлар ҳажмини ва унга таъсир этувчи омилларни акс эттиришда «таклиф функция»сидан фойдаланилади ва у қуйидагича ифодаланади.

$$Q_a = f(P_a, P_b, \dots, P_n, K, G, N)$$

Бунда: Q_a - маълум вақт бирлигида таклиф этилган "а" товар ҳажми;

P_a, P_b, P_z - товарларнинг баҳолари;

K- қабул қилинган технология хусусиятлари, характери;

G- солиқлар ва дотациялар;

N- табиий иқлим шароитлари.

Агар товар баҳосидан ташқари бошқа омилларни ўзгармас деб фараз қилсак, унда "таклиф функцияси" дан "баҳога нисбатан таклиф функцияси"га ўтиш мумкин.

$$Q_{sa} = f(P_a)$$

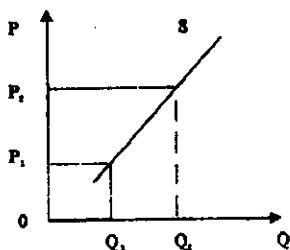
"Баҳога нисбатан таклиф функцияси" худди аввалги талаб функцияси сингари жадвал шаклида, алгебраик ва график шаклда ифода этилиши мумкин.

5-жадвал

P_a (баҳо, сўм)	Q_{sa} (таклиф этилган маҳсулот миқдори, кг)	
10 25	0	7
15 28	1	8
18 30	2	10
20 35	4	12
22 40	6	15

Алгебраик усулда $Q_{sa} = -a + b P_a$

График усулда:



7-график

Бу графикдаги таклиф чизиғининг ўнга-юқорига кўтарилиши баҳонинг ошуви ва таклиф миқдорининг кўпайганини билдиради. Бунда:

S - таклиф чизиғи;

P - товар баҳоси;

Q - таклиф этилган товар миқдори.

Таклиф этилаётган товарлар ҳажмига шу товарлар баҳосидан ташқари бир қанча бошқа омиллар таъсир этиши юқорида айтиб ўтилган эди. Шулардан бири, товарлар ишлаб чиқариш учун фойдаланилган манбалар баҳоси.

Бу омилнинг таклиф этиладиган товарлар ҳажмига сўзсиз таъсири катта. Лекин бунда ҳар бир иқтисодчи шуни билиши лозимки, иқтисодий моҳиятига кўра, манбаларга қилинган харажат ҳажми билан ишлаб чиқариш харажатлари суммаси бир хилда эмас, чунки бир хил манбалардан турли қийматдаги маҳсулот ишлаб чиқариб, уни бозорга таклиф этиши мумкин.

Масалан: 1 га ерни ижарага олиб, унга пахта ёки галла экиш мумкин (ер-ресурс, унга ижара ҳақи тўланади). Пахта экса, галлага нисбатан кўпроқ пул даромади келади. Лекин фермер ҳар қалай галла экишни лозим дсб топса, унда фермер пахта экишдан олинishi мумкин бўлган даромадни олиш учун ҳаракат қилиши лозим.

Ёки бошқа мисол, минерал ўғит сотиб олиш учун бир хилда харажат сарф этилади, лекин бу ўғитнинг пахтага солингани маъқулми ёки сабзавотга. Иқтисодчи ҳар иккала вариантда минерал ўғитга (манбага сарфланган маблағи қанча фойда келтириши мумкинлигини ҳисоб-китоб қилиши лозим).

Товарларни ишлаб чиқариш учун қўлланиладиган технология даражаси ҳам товарлар таклифига бевосита таъсир этади, чунки ҳар доим техника тараққиёти харажатлар ҳажмининг камайishi ва ишлаб чиқариладиган товарлар миқдорининг кўпайishiга олиб келади.

Бошқа товарлар ва биринчи навбатда сотишга қўйилган товарлар ўрнини босадиган товарларнинг нархи ҳам таклиф ҳажмига таъсир этувчи муҳим омил ҳисобланади. Чунки кўпчилик товарлар хусусиятига кўра, улар бир-бирини алмаштириши бирини-бири тўлдириши мумкин.

Масалан, иккита бир-бирининг ўрнини босадиган X ва Y товарларни олиб кўрайлик, бунда агар X товарнинг баҳоси ошса, сотувчи Y товарни кўпроқ таклиф этиши мумкин, чунки X товар ўрнига Y товарни пастроқ баҳода сотиб олиши мумкин.

Давлат солиқлари, дотациялар ҳажми ҳам товарлар ишлаб чиқаришга, яъни уларнинг таклифига бевосита таъсир этувчи омил ҳисобланади, солиқлар миқдорини кўп ёки оз белгилаш асосида давлат маълум тармоқнинг ривожланишига таъсир этади. Зарур бўлган тақдирда дотация ёрдамлари берилади.

Шу каби қатор бошқа омиллар ҳам товарлар таклифига бевосита таъсир этади.

3.4. Таклиф ва уқумдорликнинг пасайиш қонуният

Маълумки, ҳар қандай ишлаб чиқарувчи бирор хилдаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун ёки бирор хилдаги фаолият юритиш учун даставвал ўзининг шахсий манфаатини кўзлайди. Бошқача қилиб айтганда, ўз фойдасининг юқори даражада бўлишига, яъни товарни сотишдан келган пул даромади билан унга сарфланган харажат ўртасидаги фарқнинг

юқори нуқтасига етказишга интилади. Шундай экан, ишлаб чиқарувчи энг кўп фойда олиш учун қандай нархда, қанча маҳсулот ишлаб чиқариш кераклигини билиши лозим. Шуни кўзда тутиш керакки, ҳар сафар маҳсулот миқдорининг оширилиши умумий пул даромади оширилиши билан бирга умумий харажат миқдорини ҳам оширади. Бошқача қилиб айтганда, ҳар бир қўшимча ишлаб чиқарилган (таклиф этилган) маҳсулот маълум миқдорда пул даромадини оширади, бу иқтисодчилар тили билан айтганда, қўшимча пул даромади MR , деб ва шу билан бир қаторда ошадиган харажатни қўшимча харажат MC , деб аталади.

Агар қўшимча равишда ишлаб чиқарилган маҳсулот бирлигини сотиб олишдан келган пул тушуми шу маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш учун қилинган харажатлардан кўп пул бўлса (яъни $MR > MC$), ишлаб чиқарувчининг фойдаси ортиб боради, акс холда ($MR < MC$) фойда камайиб корхона зарар кўради.

Энди маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг қўшимча пул тушуми ва харажатга (MR ва MC га) таъсирини кўриб чиқамиз. Бунда баҳони доимий ўзгармас деб фараз қилсак, ишлаб чиқарувчи қанча қўшимча маҳсулот ишлаб чиқарса, унинг пул тушуми шунча кўпаяди, ҳар бир бирликда ишлаб чиқарилган қўшимча маҳсулот аввал ишлаб чиқарилган бирлик маҳсулот келтирган пул даромади ҳажмида кўпаяди, яъни қўшимча пул даромади (MR) маҳсулот нархига тенг бўлади.

Хўш, ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши қўшимча харажат MC ҳажмига қандай таъсир этади. Бу ерда ҳам биз барча манбалар баҳосини ўзгармас деб фараз қиламиз. Агар шундай бўлса, харажат ҳажмининг ўзгариши (камайиши) фақатгина ишлаб чиқариш манбаларидан фойдаланиш унумдорлигига боғлиқ. Агар бу унумдорлик доимий бир хил даражада бўлса, қўшимча харажат MC қанча маҳсулот ишлаб чиқарилишидан қатъий назар, доимий характерда бўлган бўлар эди. Лекин иқтисодчилар "меҳнат унумдорлигининг пасайиб бориши" қонуниятига асосан буни инкор этадилар.

Масалан, фермернинг 1 га ери мавжуд ва унда фермер сабзавот етиштиради. Шу майдондан олинadиган ҳар бир бирликдаги қўшимча маҳсулот қўшимча меҳнат сарфини талаб қилади. Хўш, ҳар бир кейинги маҳсулот бирлигини ишлаб чиқариш учун сарфланадиган меҳнат унумдорлиги қандай бўлади, яъни қўшимча унумдорлик MP қандай бўлади? Бунда дастлаб MP ортиб боради, яъни 2 киши 1 кишига нисбатан 2 баробардан зиёд сабзавот етиштириши мумкин, лекин эртами-кечми кейинчалик қўшимча унумдорлик MP пасайиб боради (1 киши 10 кишига қараганда кам ҳосил йиғиши муқаррар).

Ҳозирги мисолимизда ер доимий омил сифатида, меҳнат эса ўзгарувчи омил сифатида амал қилади. Доимий омилларни ҳар доим ҳам гезда кўпайтириш мумкин эмас. Шундай қилиб, ишлаб чиқариш омилларидан бири доимий бўлса, бошқаси ўзгарувчан бўлса, маълум

даврдан бошлаб, ўзгарувчан омилларнинг ҳар бир кейинги бирлигининг қўшимча унумдорлиги MP пасайиб боради. Бу унумдорликнинг пасайиб бориш қонуниятига ҳисобланади.

Бу қонунга кўра шундай хулосага келиш мумкинки, унумдорликнинг пасайиши ўз навбатида қўшимча харажатларнинг MC ортишига олиб келади, яъни ҳар бир кейинги ишлаб чиқариладиган маҳсулот учун тобора кўпроқ харажат қилишга тўғри келади. (Мисол: пахта ҳосилдорлиги 20 ц, бўлганда солинадиган минерал ўғит сарфига қараганда ҳосилдорлиги 30 ц, бўлганда ҳосилдорликни 1 ц га ошириш учун сарфланган минерал ўғит харажати бир мунча кўп бўлади. Лекин минерал ўғит нархи иккала ҳолда ҳам бир хилда қолади.)

Шундай экан, ишлаб чиқарувчи қандай ҳажмдаги маҳсулот ишлаб чиқарганида энг кўп фойда олиши мумкин? Ишлаб чиқарувчининг қўшимча харажати MC унинг қўшимча пул даромадидан MR кам бўлгунга қадар $MC < MR$ у фойда олади. Фақатгина қўшимча харажат MC қўшимча пул тушумидан кўп бўлгандагина $MC > MR$ ишлаб чиқарувчи фойдаси камайиб боради.

Шундай қилиб, ишлаб чиқарувчи учун энг кўп фойда олишни таъмин этадиган қўшимча маҳсулот ҳажми қўшимча харажатнинг (MC) қўшимча пул тушумига (MR) тенг бўлган, яъни товар қийматига тенг бўлган миқдорда эришилади.

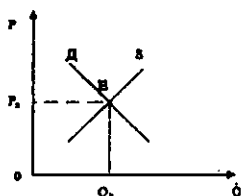
Юқорида биз товар баҳоси ва бошқа омиллар ўзгармас ҳолда бўлганда айрим ишлаб чиқарувчининг таклифи ҳажмини белгиладик. Агар баҳо кўтарилса, яна бир мунча фойда келтирадиган қўшимча миқдордаги товар ишлаб чиқарилади, агар баҳо пасайса, бир мунча миқдордаги қўшимча товардан воз кечилади. Лекин юқорида айтиб ўтилган умумий фойда сақланиб қолади. Бошқача қилиб айтганда, баҳо кўтарилганда таклиф этиладиган товар ҳажми ортади ва аксинча баҳо пасайса, унинг ҳажми камаяди.

3.5. Талаб ва таклиф мувозанати

Биз юқорида маҳсулотларга бўлган талаб ва уларнинг таклифи масалаларини кўриб чиқиб, улар тўғрисида маълум тасаввурга эга бўлдик. Шунини қайд этиш лозимки, талаб ва таклиф ҳар доим ўзаро алоқада, бир-бири билан боғлиқ ҳолда амал қилади. Уларнинг иккаласи ҳам баҳога бевосита боғлиқ. Баҳо қанча юқори бўлса, маҳсулотга бўлган талаб шунча паст ва аксинча маҳсулотлар таклифи шунчалик юқори бўлади. Лекин уларнинг ҳаракатида шундай нуқта мавжудки, бунда талаб ва таклиф бир-бирига тенг бўлади. Буни иқтисодий тил билан "талаб ва таклифнинг ўзаро мувозанати" деб айтилади. Бунинг таҳлилини қуйидаги 8-графикда кўришимиз мумкин.

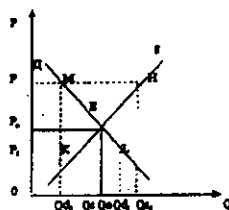
8 - графикда талаб ва таклиф чизиги битта жадвалда ифода этилган. Бунда Д чизиги "баҳога нисбатан талаб функциясини", "S" чизиги "баҳога нисбатан таклиф функцияси" ни ифода этган. "E" нуқтаси «мувозанат» нуқтаси, P_e -мувозанат баҳоси, Q_e -мувозанатли маҳсулот ҳажми ҳисобланади.

Бунда: МНЕ учбурчаги ортиқча маҳсулот ишлаб чиқарилганини



ифода қилади.

8-график. Бозордаги мувозанат



9-график. Маҳсулот танқислиги ва ортиқча ишлаб чиқариш

Бунда: $Q_E = Q_s = Q_d$,

бўлади: Q_s - таклиф ҳажми; Q_d - талаб ҳажми.

Демак, талаб ҳажми таклиф ҳажмига тенг бўлса, бозор мувозанатда бўлади. Бозор қонунига кўра ана шу мувозанат доимо амал қилади. Фараз қилайлик, бу мувозанат томонларининг бирортаси (харидор ёки сотувчи). ўзгартирмоқчи ва бозордаги баҳо мувозанатли баҳога қараганда баланд бўлсин ($P > P_e$) (9 -график). Шу баҳода талаб ҳажми Q_d -ни ташкил этади, лекин таклиф ҳажми Q_s -дан иборат бўлади.

Бундай ҳолатда маҳсулот ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) товар баҳосини қисман пасайтиради. Бошқача қилиб айтганда, ортиқча маҳсулот ҳажми баҳони P пасайтирувчи омил сифатида таъсир этади.

Бозорда Q_s , $-Q_d$ бошқа ҳолат, яъни бозор баҳоси мувозанатли баҳодан паст бўлиши мумкин, деб фараз қилсак, $P_1 < P_e$ бунда талаб ҳажми Q_d , таклиф ҳажмидан кўп бўлади ва товар танқислиги (дефицит) вужудга келади. Айрим харидорлар юқори баҳода сотиб олишни хоҳлайди. Бунинг натижасида талаб Q_d , ортиқчалиги ҳосил бўлади. Бу KLE учбурчагида ифодаланади.

$Q_d - Q_s$, ва у баҳони P оширувчи омил сифатида таъсир этади. Бу ҳол токи мувозанат баҳо P_e ҳосил бўлгунга қадар давом этади. Шунда талаб билан таклиф тенг бўлади.

Буни қуйидаги мисолда ҳам кўрсак бўлади (Австрия иқтисодчиси Бём-Баверк мисолига ўхшатма). Бозорга 8 та сотувчи 8 та қўй олиб чиқади. 10 та харидор бўлса, 10 та қўй сотиб олиш мақсадида бозорга чиқади. Фараз қиламиз, қўйларнинг ҳаммаси бир хил семизликда ва умуман бир биридан фарқ қилмайди. Лекин харидорлар уларни турлича

баҳолайдилар, чунки уларнинг ҳар бирига қўй турли хил зарурликда бўлган, ҳар бир харидор қўйни ўзига қанчалик кераклилигига қараб баҳолайди. Шунга кўра бозорда қанча одам бўлса, шунча баҳо вужудга келди.

Харидорлар	Сотувчилар
A1-300	B1 -100
A2-280	B2-110
A3-260	B3 -150
A4-240	B4-170
A5 220	B5-200
A6 210	B6-215
A7 200	B7-250
A8 180	B8-260
A9 170	
A10 150	

Харидорларнинг қўйган баҳолари энг кўп миқдордаги баҳо бўлиб, улар шу баҳода қўйларни сотиб олиш учун бозорга келган. Сотувчилар томонидан қўйилган баҳо минимал баҳо бўлиб, улар шу баҳода қўйларни сотишга рози. Лекин бозордаги олди-сотди иккала томонга ҳам фойдали бўлиши керак. Шунинг учун харидорлар ҳам, сотувчилар ҳам ўзи ўйлаган баҳода қўйларни сотмайди (сотиб олмайди), чунки ўзи ўйлаган баҳода сотса (сотиб олса), у ҳеч қандай фойда кўрмайди. Шундай шароитда қўйларга қандай баҳо белгиланади?

Фараз қиламиз, қўйларга харидорлар дастлаб 130 сўм нарх қўйишди. Бу нарх ҳамма харидорларга маъқул, лекин шу нархда фақат икки сотувчи *B1* ва *B2* ўз қўйларини сотишга рози. Сотувчилар бу таклифни қандай қабул қилади. Бунда *B1* ва *B2* сотувчилари қўйларни ушлаб туришлари мумкин ёки озгина фойда билан сотишлари мумкин. Лекин сотувчилар кўпроқ фойда олиш мақсадида қўйларни харидорлар сўраган 130 сўмга бермайдилар. Харидорларнинг бир қисми қўйлар арзонга кетиб қолиши мумкин, деб юқорида баҳони таклиф қилади. Бунда қўйларнинг нархи 150 сўм бўлгунга қадар ҳамма харидорлар талабгор сифатида қатнашадилар. Лекин 150 сўмдан ошиши билан *A10* харидор, 170 сўм бўлганда *A9*, 180сўм-*A8*, 200сўм-*A7*, харидорлар қўй сотиб олишдан воз кечадилар ва аксинча шу баҳоларда *B3*, *B4*, *B5*, сотувчилар ҳаракатга тушиб қоладилар.

Шундай қилиб, баҳонинг бир хил ҳаракати икки ёқлама таъсир этади. Харидорлар сони (10-6) гача камаяди, сотишга розилик берувчилар (2-5)гача кўпаяди. Шу билан бирга харидорлар билан сотувчилар ўртасидаги фарқ камаё боради (бу фарқ 130 сўм бўлганда 8 та бўлса, 200 сўм бўлганда бир кишидан иборат бўлиб қолади). Бир сўз билан айтганда, рақобатга бардош бера оладиган тадбиркорлар давраси қисқариб боради ва олди-сотди ишини бажариш учун зарур бўлган

баҳони топиш ишлари яқинлашиб қолади. Лекин шунда ҳам талаб таклифга нисбатан баланд (сотувчи 5 киши, харидор 6 киши). Шунинг учун рақобат пасайиши ўрнига чуқурлашади. Сотувчилар баҳонинг баланд бўлишини билган ҳолда ўз молларини ушлаб турадилар. Бу харидорлар ўртасидаги тортишув ва нархнинг янада ошишига олиб келади. Мана шу савдонинг авжи пайтида А6 харидор, яъни навбатдаги рақобат натижасида майдондан чиқиб кетиши мумкин бўлган харидор, бошқа 5 та харидор ҳам қараб турадиганлардан эмас, чунки агар А6 харидор 210 сўмга битта қўйни сотиб олса, қолган харидорлардан бири 215 сўмга Б6 сотувчидан қўйни сотиб олишга туғри келар эди. Яъни у 5,0 сўмга зиён кўриши мумкин. Бундай бўлиши мумкин эмас, чунки қолган 5 та-рақобатта бардош бера оладиган харидорлар А6 харидорни четлатиш учун нархни яна оширади ва уни 210 сўмга етказишади. Шунда А6 харидор сифатида майдондан чиқади. Шунда 5 та харидор ва 5 та сотувчи қолади, яъни А1-А5 харидорлар ва Б1-Б5 сотувчилар бошқача қилиб айтганда, талаб ва таклиф бир бирига мувофиқлашади. Харидорларнинг талабларини қондириш учун ҳеч қандай тўсиқ бўлмайди.

Лекин харидорлар энди нархни пасайтириб, қўй сотиб олиш учун ҳаракат қиладилар. Сотувчилар бўлса, нархни янада ошириш мумкин, деб қўйларни сотмайдилар. Шунда баҳо 220 сўмга кўтарилади. Бу баҳода В6 сотувчи 215 сўмга қўйни сотиб юбориши мумкин эди. Лекин бозор бўлганлиги учун у шошиб қолиб, сота олмади деб фараз қиламиз. Қўй нархи 220 сўм бўлганда А5 харидор ҳам майдондан чиқади. Энди тўрт харидорга беш сотувчи қолади. Демак сотилиши мумкин бўлган битта қўй қайтиши мумкин. Энди сотувчилар қандай бўлмасин ўз қўйларини сотишга ҳаракат қиладилар. Бунинг йўли битта у ҳам бўлса, нархни пасайтириш. Нарх 220 сўмдан пасайгандан кейин В6 сотувчи яъна ўзига келади ва олди-сотди жараёнига қўшилади. Шунда сотувчилар яна харидордан кўпаяди ва бозорда ўзларини тутиб туришлари учун сотувчилар яна баҳони пасайтирадилар. Улар ўртасидаги рақобат оқибатида баҳо 215 сўмга тушгандан кейин В6 сотувчи яна сотувчи сифатида бозордан чиқади.

Шундай қилиб, баҳо аниқланди: у 210 сўмдан 215 сўмгача. Шу баҳода талаб ва таклиф бир-бирига мувофиқлашади, бошқача қилиб айтганда, харидорлар сони билан сотувчилар сони бир-бирига тенглашади ва олди-сотди ишлари амалга ошади. Қолган харидорлар (А6-А10) ва сотувчилар (В6-В8) қайтиб кетадилар, чунки уларнинг ҳаммасини бозорда бўлган баҳо қониқтирмайди.

Мисолдаги бундай ҳолат албатта назарий томондан, бекаму-қўст бўлган бозор ҳолатини ифода этган. Амалда бошқача бўлиши ҳам мумкин. Лекин умумий бозор қонун-қоидалари шулардан иборат.

Хулоса

1. Талаб ва таклиф жамиятнинг асосий иқтисодий қонуни ҳисобланади. Унга турли омиллар таъсир этади. Талабга истеъмол маҳсулотлар нархи, истеъмолчиларнинг даромади, ўринбосувчи товарлар нархи, харидорларнинг сотиб оладиган товарга бўлган муносабати ва бошқа омиллар таъсир этади. Талаб ҳажмига ана шу омилларнинг боғлиқлигини акс эттиришда "талаб функциясида" фойдаланилади.

2. Таклиф ҳажмига ҳам турли омиллар таъсир этади. Буларнинг энг муҳимлари: таклиф этилаётган товар баҳоси, ресурслар баҳоси, ўринбосувчи товарлар баҳоси, ишлаб чиқаришда қўлланаётган технология, давлат дотациялари, солиқлари, табиий иқлим шароитлари ва ҳ.к

3. Талаб ва таклиф ўзаро, чамбарчас боғлиқ ҳолда амал қилади. Лекин уларнинг ҳаракати бир-бирига тескари. Масалан, товар баҳоси арзон бўлса, талаб ортади, таклиф бўлса камаяди ва аксинча. Шу билан бир қаторда улар ҳаракатида шундай нуқта мавжудки, унда талаб ва таклиф бир-бирига мувофиқ келади. Бундай ҳолат "талаб ва таклиф мувозанати" деб аталади.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. *Эҳтиёж билан талабнинг фарқи нимада?*
2. *Талаб қонуни нимани билдиради?*
3. *Таклиф нима дегани?*
4. *Таклиф қонуни нимани тақозо этади?*
5. *Бозор мувозанати қандай таъкил топади?*

4-боб. БОЗОРДА ИСТЕЪМОЛЧИЛАР МУНОСАБАТИ

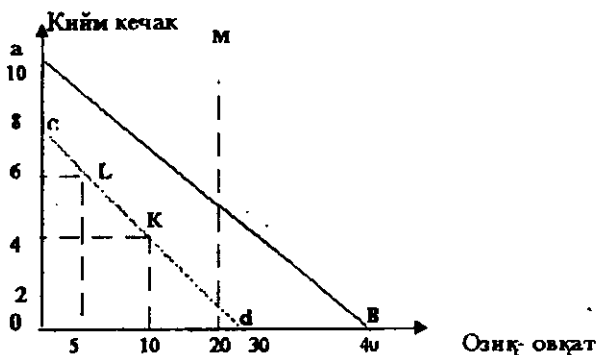
4.1. Оиланинг молиявий имконияти ва унга таъсир этувчи омиллар

Истеъмолчининг маълум турдаги маҳсулотга бўлган талабини аниқлашда оиланинг молиявий имконияти (бюджети) га эътибор бериш лозим бўлади.

Оиланинг молиявий имконияти тўғрисида фикр юритар эканмиз, оиланинг бюджет чизиги тўғрисидаги тушунчани билишимиз лозим. Бунинг учун қуйидаги мисолдан фойдаланамиз. Масалан, Тошматовлар оиласи (уй хўжалиги)нинг оилавий бюджети 6000 сўм ва бу маблағни улар турли хилдаги озиқ-овқатлар, кийим-кечаклар, мебелларга тақсимлашлари лозим. Фараз қиламиз Тошматовлар оиласи фақат икки хил товарлар танлайди, озиқ-овқат ва кийим-кечак. Яна бир чекиниш

оziқ-овқат, кийим-кечак баҳоси ва Тошматовлар даромадини ўзгармас деб ҳисоблаймиз.

Шартли равишда кийим бирлиги баҳоси 600 сўм, озиқ-овқат бирлигини баҳоси 150 сўм деб фараз қиламиз. Шу маълумотларни графикда ифода этамиз.



10- график. Оиланинг бюджет чизиғи

Бу графикдаги ab чизиғи Тошматовлар оиласи «бюджет чизиғи» деб аталади. Бюджет чизиғидан пастга жойлашган барча нуқталарда масалан, L ва K да Тошматовлар хоҳлаган комбинациядаги товар турларини олиши мумкин. a , B чизиғидан юқори бўлган нуқталарда масалан, M га тўғри келадиган маҳсулотни сотиб олиш учун Тошматовлар даромади 6000 сўмдан кўпроқ бўлиши керак.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтиш мумкинки, даромаднинг пасайиши «баҳо ўзгармаган» тақдирда бюджет чизиғининг параллел равишда пасайишига, даромаднинг ошиши бюджет чизиғининг кўтарилишига олиб келади.

Агар икки хил товар баҳоси баробар ошса (масалан: инфляция 10% бўлса, баҳо 1,1 мартаба ошади), бюджет чизиғи пасаяди. Баҳо пасайса, бюджет чизиғи кўтарилади. Агар даромад ва баҳо баробар ўзгарса, бюджет чизиғи ўзгармайди.

Лекин амалда ҳар доим ҳам юқорида айтилганидек, баҳо ҳам даромад баробар ўзгармайди.

Одатда айрим товарлар баҳоси ошади, бошқаси ўзгармайди. Масалан, кийимларда баҳо ўзгармай қолса-ю, озиқ-овқат арзонроқ бўлиши мумкин. Бунини қуйидаги жадвалда кўриб чиқамиз.



11-график. Озиқ-овқат баҳоси ўзгаришининг бюджет чизиғига таъсири

Графикдан кўриниб турганидек, озиқ-овқат арзон бўлса, кийим-кечакнинг ҳар-бир бирлигининг ҳисобига кўпроқ озиқ-овқат сотиб олиш мумкин ва бюджет чизиғи («QC») кўринишида бўлади. Демак, маҳсулотлардан бирортасининг баҳоси ўзгарганда бюджет эгри чизиғи бир томонлама ўзгаради, Юқоридаги фикрларга асосан айтиш лозимки, ҳар бир тадбиркор, ҳар бир фирма ўз ишлаб чиқаришини ташкил этишда унинг маҳсулотини сотиб олувчилар, яъни истемолчилар бюджетини ҳисобга олиши керак. Маҳсулотлар кимга мўлжалланган нафаҳахўрлар ёки тадбиркорларга, ишчилар ёки зиёлиларга, шуларни ҳисобга олишлари лозим.

4.2. Бефарқлик эгри чизиғи. Маҳсулот ўрин алмаштириш нормаси

Юқорида ифода этилган фикрлардан маълум бўлдики, бюджет чизиғи амал қилаётган баҳо шароитида Тошматовлар уй хўжалиги ўз даромади ҳисобига нима олишга қодирлигини кўрсатади. Лекин иқтисодчи, яъни биз, ҳар бир уй хўжалиги нима олиш имкониятини эмас, балки у нима олишга хоҳиши борлигини ҳам ўрганишимиз, билишимиз керак. Ҳар бир истеъмолчи ўзининг даромади доирасида маҳсулотларнинг қайси бирини олиши ёки олмаслигини ўзи ҳал қилади. Уларнинг ана шу хоҳиши бефарқлик эгри чизиғи орқали аниқланади.

Мисол тарзида яна Тошматовлар хўжалигини оламиз ва уларга шундай савол берамиз. Агар 10 бирликдаги кийим ва 5 бирликдаги озиқ-овқат сотиб олинса, сизнинг талабингиз қондириладими-йўқми? Фараз қилайлик, жавоб ижобий бўлди. Яна қандай мутаносибликдаги товарлар талабга жавоб беради. Фараз қилдик, 7 бирликдаги кийим ва 10 бирликдаги озиқ-овқат ҳам Тошматовлар оиласи талабини қондиради.

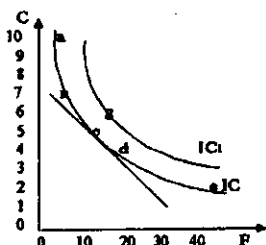
Агар оиланинг талабини хоҳлаган мутаносибликдаги товарлар қондирса, унда (Тошматовлар) оиланинг шундай товарга бўлган талаби бефарқлик ҳисобланади.

Оиланинг талабини кўп марта сўраб қуйдаги мутаносибликдаги товарларни жадвалда ифода этсак бўлади.

6-жадвал

Тошматовлар оиласи бир хилда қониқиш хосил қиладиган товарлар мутаносиблиги

Турли	Кийим-кечаклар	Озиқ-овқатлар бирликда
A	10	5
B	7	10
C	5	20
D	4	30
E	3	45



12-график. Бефарқлик эгри чизиги

Бу маълумотларни графикда акс эттирамиз.

Графикдаги *a, b, c, d, e* нуқталарини ўзаро боғлаб, *IC* эгри чизигини ҳосил қиламиз. Ҳар бир нуқта Тошматовлар оиласининг қониқиши учун зарур бўлган товарлар комбинациясини билдиради.

g-нуқтаси *IC* чизигидан юқорида турибди. Бу Тошматовлар талабини қондириш учун *IC* чизигига қараганда бир мунча қулай, чунки *g* нуқтасида кўпроқ, кийим-кечак ва озиқ-овқат олиш мумкин. Шунга кўра *IC* бе-фарқлик эгри чизиги Тошматовлар учун қулай.

Бефарқлик эгри чизиги орқали харидорнинг бозордаги ҳаракатини ўрганишда шундай савол туғилади. Уй ҳўжалиги маҳсулот сотиб олиши учун бошқа турдаги қанча маҳсулотдан воз кечиши керак. Бу саволга жавоб беришда маҳсулот ўрнини алмаштириш меъёри (MPS) тушунчасидан фойдаланиш лозим.

Бунда юқоридаги графикдан фойдаланамиз. Қўшимча битта кийим сотиб олиш учун (4 ўрнига 5 та) *d* нуқтасидан *c* нуқтасига, Тошматов 10 бирликдаги озиқадан воз кечиши лозим. (30 ўрнига 20) бунда:

$$MPS = \frac{\Delta Q_{\text{кийим}}}{\Delta Q_{\text{озиқ-овқат}}} = \frac{+1}{-10} = -0,1$$

Маҳсулотнинг ўрин алмаштиришига бир неча омил таъсир қилади.

1. Маҳсулотлар баҳоси.

2. Қайси мутаносибликда ўлчанаётганлиги.

Масалан, "а" нуқтаси ва "с" нуқтасида ўрин алмаштириш нормаси турлича бўлади.

1. Маҳсулотлар зарурияти.

2. Истеъмолчи даромади ва ҳ.к.

4.3. Талаб ва таклифнинг эластиклиги (мойиллиги)

Биз олдинги мавзуларда айтиб ўтдикки, товарлар баҳоси ошган пайтда истеъмолчи олишни истаган товар миқдори камаяди. Ва аксинча, баҳо пасайса товарларнинг керак бўлган миқдори кўпаяди. Талаб ва таклиф қонунига биноан товарларнинг баҳоси ошса, талаб миқдори камаяди, таклиф эса ошади ва аксинча, баҳо пасайса, талаб миқдори ортади, таклиф миқдори эса камаяди. Шунинг учун кўп ҳолларда харидор, ҳам сотувчи талаб ва таклиф миқдорининг ўзгаришини билишни хоҳлайди. Товарлар баҳосини ёки аҳоли даромадларининг ўзгаришини талаб ва таклиф миқдорини қанчага ўзгартириши мумкин. Бундай саволларга жавоб беришда эластиклик (мойиллик) тушунчасидан фойдаланилади.

Эластиклик - бир ўзгарувчининг бошқа ўзгарувчига ўзгариш миқдорига жавобан ўзгариш меъеридир. Буни янада аниқроқ ифода қилсак бир ўзгарувчини бир фоизга ўзгариши ва бошқа ўзгарувчи неча фоизга ўзгаришини кўрсатишидир. Эластиклик (мойиллик) - E ҳарфи билан ифодаланилади. Агар талабни баҳога нисбатан эластиклигини (мойиллиги) аниқлаш керак бўлса уни шундай ифодалаймиз:

$$E_d = \frac{(\% \Delta Q)}{(\% \Delta P)},$$

бунда: $\% \Delta Q$ - талаб миқдорининг фоизда ўзгариши,

$\% \Delta P$ - баҳонинг фоизда ўзгариши,

ёки буни қуйидагича ёзиш мумкин

$$E_d = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q \times P}{\Delta P \times Q},$$

бунда: ΔQ - ўзгарган талаб миқдори,

Q - дастлабки талаб миқдори,

ΔP - ўзгарган баҳо,

P - дастлабки баҳо,

Масалан: бир донна музқаймоқнинг дастлабки баҳоси - 50 сўм бўлганда, талаб миқдори 200 донани, баҳо - 60 сўм бўлганда талаб миқдори - 140 донани ёки баҳо 40 сўмга тушганда талаб миқдори 250 донани ташкил этганда, эластиклик коэффициенти қуйдагича бўлади:

$$E_d = \frac{6 \times 50}{200 \times 10} = \frac{3000}{2000} = -1,5$$

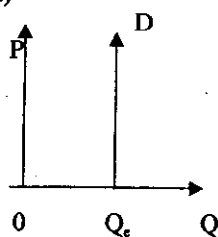
$$E_d = \frac{50 \times 50}{200 \times 10} = \frac{2500}{2000} = -1,25$$

Бу аниқланган коэффициентлар талабнинг баҳога нисбатан эластиклигини кўрсатади.

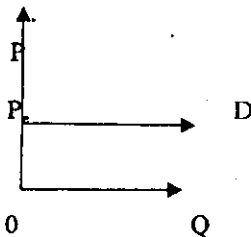
Талабнинг баҳога нисбатан эластиклиги умуман манфий миқдорда бўлади.

Чунки товарларга баҳо пасайганда талаб миқдори ортиб, товарлар баҳоси ошганда талаб миқдори камаяди. Баҳо пасайганда формуланинг суратидаги миқдори мусбат булиб, маҳраждагиси манфий бўлади, ақсинча баҳо ошганда суратдаги миқдор манфий бўлиб маҳраждагиси мусбат бўлади. Ҳар иккаласида ҳам натижа манфий бўлиб яқунланади. Талабнинг баҳога нисбатан эластикликни ўрганишда шунга эътибор бериш керакки, агар эластиклик коэффициенти 0 ва 1 дан қанча кичик бўлса шунча эластиклик юқор бўлади, 1 тенг ёки ундан катта бўлса ноэластик бўлади, талаб баҳога унчалик боғлиқ бўлмайди. Масалан: ҳаётий энг зарур товар моллари (нон маҳсулотлари, дори-дармон, коммунал, сув, газ, электр, шаҳар транспорти) ноэластик товар ва хизматларидир. Зеби-зинат моллари ёки хизматлар жуда эластик товарлар ва хизматлар турига киради. Эластик ва ноэластик товарлар талаб ва таклиф чизиғи қуйдагича акс этади.

а)



в)



13-график. Эластик ва ноэластик товарлар талаб ва таклиф чизиғи

Талаб ҳажмига баҳодан ташқари аҳоли даромади ҳам қатта таъсир этаётганлиги учун талабнинг даромадга нисбатан эластиклиги қуйдагича аниқланади.

$$E_t = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} \text{ ёки } \frac{\Delta Q \times I}{Q \times \Delta I}$$

Масалан: Даромад 10% кўпайганда нон харид қилиш 5 % га кўпайди. Бунда талабнинг даромадга нисбатан эластиклик коэффициенти

$E_t = \frac{5\%}{10\%} = 0,5$ га тенг бўлади, ёки даромад 10% га ошганда яхна ичимликларга бўлган талаб 50% га ошса эластиклик коэффициенти $E_{I_2} = 5$ тенг бўлади.

Бу мисолда яхна ичимликларга бўлган талаб, даромадга нисбатдан нонга караганда анча юқори эластиклигини кўрсатади.

Таклифни баҳога нисбатдан ҳар доим мусбат бўлади. Чунки баҳо ошганда таклиф ҳажми ҳам ошиб боради. Таклифнинг баҳога нисбатан эластиклиги қуйдагича аниқланади.

$$E_t = \frac{\Delta Q \times P}{\Delta P \times Q}$$

Масалан: 1 литр бензиннинг баҳоси 100 сўмда 150 сўмга кўтарилганда таклиф ҳажми 2000 тоннадан 3000 тоннага ошган деб фараз килсак, бензин баҳоси 50% га таклиф ҳажми ҳам 50% га ошганини билдиради бунда таклифни баҳога нисбатан эластиклик коэффициенти бирга тенг бўлади.

$$E_t = \frac{50\%}{50\%} = 1 \text{ га тенг}$$

Эластиклик назарияси бўйича бир ўзгарувчини 1 % га ўзгариши бошқа ўзгарувчини ҳам 1 %га ўзгаришига олиб келиши талаб ва таклифнинг яккаҳонлик ўзгариши деб айтилади. Эластиклик назарияси ва амалиётини чуқур ўрганиш фирмалар, корхоналар ишини ташкил этишда, фирмаларни бирор бир соҳага кириб бориши ёки чиқиб кетишини ҳал қилишда жуда катта аҳамиятга эга.

Хулоса

1. Маҳсулотларга бўлган талаб ҳажмининг кўп ёки оз бўлиши оиланинг молиявий имкониятига, яъни оила бюджетига боғлиқ. Оила бюджети ёки оила имконияти деб жуда кўп маҳсулотлар сотиб олиши мумкин бўлган маблағларга айтилади. Агар оила даромади пасайса, унда бюджет эгри чизиғи пасаяди, агар оила даромади ўзгармасдан товарлар баҳоси кўтарилса ҳам бюджет эгри чизиғи пасаяди ва аксинча. Агар маҳсулотлар нархи ва истеъмолчилар даромади бир хилда ошса, ёки пасайса, бюджет эгри чизиғи ўзгармайди.

2. "Бюджет" эгри чизиғи ҳар бир оиланинг нима олишга қодирлигини кўрсатса, "бефарқлик эгри чизиғи" ҳар бир оиланинг ёки истеъмолчи оиланинг нима олишга хоҳиши борлигини кўрсатади. Агар оиланинг талабини хоҳлаган мутаносибликдаги товарлар қондирса, унда оиланинг шундай товарга бўлган талаби бефарқлик ҳисобланади.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Опиланинг молиявий имконияти нима?
2. Бюджет эгри чизиги нимани билдиради?
3. "Бефарқлик" деганда нимани тушунасиз?
4. "Бефарқлик эгри чизиги" нимани кўрсатади ?
5. Маҳсулот ўрин алмаштириш нормаси қандай аниқланади?

5 - боб. ХУСУСИЙ ВА БОЗОР ТАЛАБИ ВА ТАКЛИФИ

5.1. Хусусий ва бозор талаби

Маълумки, ҳар бир шахс турмуш тарзининг ўзига хос хусусиятлари мавжуд ва бу хусусиятлар энг аввало унинг у ёки бу маҳсулотга бўлган талабда, у ёки бу ҳодисага бўлган муносабатида намоён бўлади.

Кишиларнинг товарларга бўлган талаби турли омилларга боғлиқ. Бу омилларнинг асосийлари қуйидагилардан иборат:

1. Маҳсулотлар баҳоси.

2. Кишиларнинг даромади.

3. Товарга бўлган муносабати ва бошқалар. Учинчи омил ўз навбатида бир неча бошқа омилларга боғлиқ. Масалан:

- миллий урф-одатларга;

- истеъмолчиларнинг ёшига, жинсига;

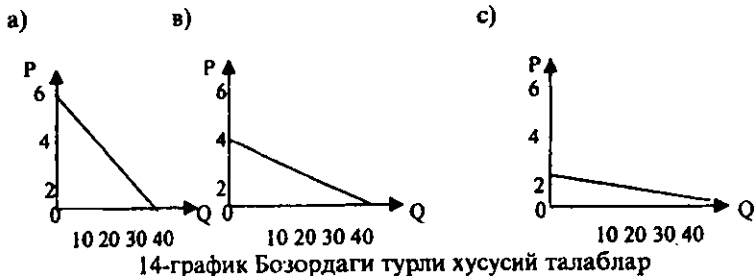
- уларнинг маълумотларига ва ҳоказо.

Юқоридаги омилларга кўра, турли харидорларнинг талаби турлича бўлади. Хусусий талабга таъсир этувчи муҳим омиллардан бири унинг бюджети таркибида аниқ товар учун ажратилган маблағларнинг салмоғи ҳисобланади. Масалан, кўпчилик кишиларни балиқ икрасига қўйилган баҳо қизиқтирмайди ва шу боисдан унинг баҳоси ўзгариши талабнинг ўзгаришига катта таъсир этмайди. Ёки баъзида кинога санъат асарларини кўриш учун борувчиларга билет баҳосининг 2 баробарга ошиш, кинога вақтни ўтказиш учун борадиган кишига қараганда, камроқ таъсир этади.

Шундай қилиб, бозорга ҳар бир истеъмолчи ўзининг шахсий талаби билан келади. Шундай экан, умумий бозор талаби қандай вужудга келади.

Умумий бозор талаби маълум баҳо бирлигида вужудга келган хусусий талаблар йиғиндисидан иборат.

Буни қуйидаги графиклардан кўрсак бўлади.

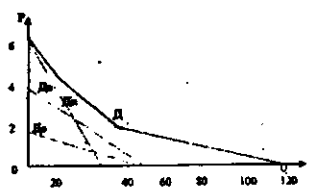


Юқоридаги графикда 3 харидорнинг хусусий талаби ифодаланган. *a/* харидор баҳо 6 сўм белгиланганда умуман товар харид қилишдан воз кечади *b/* харидор бўлса, баҳо 4 сўм қилиб белгиланса ҳам товар сотиб олмайди, лекин *A* харидор шунда 10 бирликдаги товар олиши мумкин, *c/* харидорга 2 сўм ҳам баланд баҳо ҳисобланади ва у товар сотиб олишдан воз кечади. Бу ерда масала тушунарли ва соддароқ бўлиши учун баҳо 6 сўмдан пасайганда баҳога кўра талаб ҳажмининг ўсиши тўғри чизиқли деб фараз қиламиз. Буни қуйидагича тушиниш керак. *a/* харидор товар 6 сўмдан бўлганда 30 бирликдаги товарни сотиб олмайди. Ҳар бир сўмга пасайиши 5 бирликдаги товарни сотиб олишига олиб келади ($30:6=5$). *b/* харидор бўлса, ҳар 10 сўм товар баҳосининг пасайишига 10 бирликдаги товарни сотиб олиши мумкин ($40:4=10$). *c/* харидор бўлса, 1 сўм пасайтирганда 20 бирликдаги товарни сотиб олади ($40:2=20$). Шунда умумий бозор талаби қуйидаги кўринишда бўлади.

7-жадвал
Хусусий ва бозор талаби

Баҳо (P) сўм	Шахсий талаб			Бозор талаби Q
	Da	Db	Dc	
6 ва ундан юқори	0	0	0	0
4	10	0	0	10
2	20	20	0	40
0	30	40	40	110

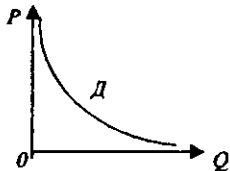
Юқоридаги 14 - график ва 7-жадвални график шаклида қуйидагича ифода этиш мумкин.



15-график.
Хусусий ва бозор талаби

Бу ерда D чизиғи умумий бозор талабини, яъни 3 харидорнинг бирликдаги талабини ифода этади. Бунда 6 сўмдан юқори бўлган баҳо учала харидор учун ҳам талаб доирасидан ташқарида бўлган баҳо ҳисобланади. Баҳо 4 дан 6 сўмгача бўлса, фақат 1 харидор, 2 дан 4 сўмгача бўлса, a ва e харидор, 2 сўмгача бўлса, учала харидор ҳам товарни сотиб олишга қодир.

Лекин бозорда аниқ харидорлар сони ва баҳо миқдорини олдиндан билиб бўлмайди. Шу боисдан ҳам умумий бозор талабини қуйидаги жадвалда (силлиқ-яъни синиқ бўлмаган чизиқ билан) ифода этиш мумкин.



16- график. Умумий бозор талаби

5.2. Истеъмолчининг тайловдаги мустақиллиги

Шахсий талаб тўғрисида фикр юритар эканмиз, истеъмолчиларнинг у ёки бу товарни танлашдаги мустақиллигини ҳисобга оламиз. Масалан, дўкандан бирорга кийим (костюм) сотиб олмоқчи бўлсак, биз нималарга эътибор берамиз: ўлчови(размер)ига, рангига, тикилишига, ҳозирги модага тўғри келиши келмаслигига ва ҳоказо. Бошқача қилиб айтганда, сизнинг шахсий талабингизга тўғри келиш-келмаслигига қаралади. Лекин аслини олганда сиз бошқа харидорлар талабини ҳисобга оласиз. Бу муаммони америкалик иқтисодчи Х. Лейбенштейн кенг таҳлил этган ва ўзаро таъсир этишнинг 3 турини ажратган:

1. Кўпчилик ҳаракатига қўшилиш.
2. Ажралиб туриш.
3. Веблен таъсири.

Биринчи турдаги ўзаро таъсир шундан иборатки, унда истеъмолчи (харидор) кўпчиликдан ажралиб қолмасликка ҳаракат қилади ва кўпчилик олган товарни сотиб олади.

Ажралиб туриш эффекти шундан иборатки, бунга мансуб бўлган харидор ҳамма харид қиладиган товарни олмасдан ўзи ажралиб турадиган товарларни харид қилади.

Веблен эффекти таъсири (америкалик иқтисодчи-социолог)га мансуб кишилар обрў учун, кўргазмали юриш-туриш учун товар сотиб оладилар. Бундай кишиларни товарнинг ҳақиқий истеъмол (реал) қиймати, зарурлиги, қулайлиги қизиқтирмайди, балки бу харидорнинг товарни одамлар қандай «баҳолаши», одамларни шу товарга бўлган эътибори қизиқтиради.

Демак, юқоридаги фикрлар асосида айтишимиз мумкинки, бозорда харидорларнинг ҳаммаси ҳам товарлар ганловида мустақил ҳаракат қилмас экан. Бунда бошқа харидорлар ҳам таъсир этар экан.

5.3. Хусусий ва бозор таклифи

Хусусий ва бозор таклифи аввалги саволда кўрилган қоидадан келиб чиқади, яъни айрим ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) таклифининг йиғиндиси умумий бозор таклифини ташкил этади.

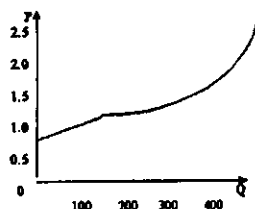
Хусусий таклифдан бозор таклифининг вужудга келишини қуйидаги жадвалдан кўришимиз мумкин.

8-жадвал

Товар сотишда шахсий ва бозор таклифи

1 дона баҳоси, сўм	Таклиф ҳажми дона / кунда		
	-сотувчи	В-сотувчи	Бозор таклифи
0,5	0	0	0
1,0	0	100	100
1,5	120	150	220
2,0	140	180	320
2,5	150	200	350

Шу жадвал маълумотларига кўра қуйидаги графикни тузамиз.



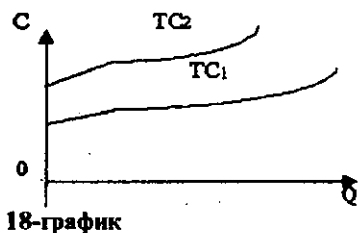
17-график. Бозор таклифи

Графикга эътибор берсак, бозор таклифи эгри чизиги сотувчилар эгри чизигига қараганда ётиқроқ кўринишда намоён бўлмоқда. Бунинг сабаби бозор таклифида нархлар ўзгармаган ҳолда маҳсулот ҳажми кўп бўлмоқда.

Бозор таклифлари ҳажмига таъсир қилувчи омиллардан бири товар ишлаб чиқариш учун зарур бўлган манбалар баҳоси ҳисобланади. Одатда, манбалар баҳоси таклиф билан чамбарчас боғлиқ бўлган ҳолда амал қилади. Масалан, корхона ишлаб чиқариш ҳажмини кенгайтирса, қўшимча ресурсларга бўлган талаб ортади. Натижаси ресурслар баҳоси орт, ёки аксинча, ресурсларга бўлган талабнинг ортиши манбалар ишлаб

чиқаришни кўпайтиришга ва унинг нархи арзонлашига ҳам сабаб бўлиши мумкин. Шунга кўра, корхона маҳсулотларини кўпайтириш натижасида харажатлар чизиги кўтарилса, буни «ташқи самарасизлик фаолияти» ва аксинча харажатлар эгри чизиги пасайса «ташқи самарали фаолият», деб аталади (18-график).

Ташқи самарасизлик, албатта корхонага таклиф ҳажмини камайтиришга ва аксинча, ташқи самарали фаолият таклиф ҳажмининг ошишига олиб келади.



5.4. Турли даврлардаги тақлифлар

Бозор тақлифи тўғрисида фикр юритар эканмиз, унинг уч даври фарқини билиш керак:

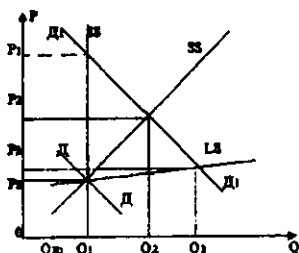
а) Жуда қисқа муддатдаги тақлиф. Бунда корхоналар мавжуд ишлаб чиқариш имкониятини кенгайтирмасдан, яъни қўшимча ресурслар жалб қилмасдан, мавжуд ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланилган ҳолда маҳсулот ишлаб чиқарадилар. Бундай корхоналарда ҳамма ишлаб чиқариш омиллари (факторлари) доимий, яъни ўзгармас бўлади. Бу даврда корхона ишлаб чиқариш мустақиллиги энг кам даражада чекланган бўлади ва ўз йўналишини ўзгартира олмайди.

б) Қисқа муддатдаги тақлиф. Бу даврда фаолият юритадиган корхона мавжуд ишлаб чиқариш қувватларини ўзгартирмаган ҳолда четдан жалб қилинадиган ресурсларни ўзгартириб ишлаб чиқарадиган маҳсулот ҳажмини ўзгартириши мумкин. Демак, бу корхоналарда ишлаб чиқариш қувватлари доимий, четдан жалб қилинадиган моддий манбалар ўзгарувчан ҳисобланади.

в) Узоқ муддатдаги тақлиф. Бу даврда фаолият юритадиган корхоналарда ишлаб чиқариш қувватлари ва бошқа моддий манбалар, барча омиллар ўзгарувчан характерда бўлади. Бу даврда корхона ўз фаолиятининг барча томонларини кўриб чиқиши, йўналишларини ўзгартириши мумкин.

Савол туғилиши мумкин: Нима мақсадда тақлиф турли даврларга бўлинади? Бунинг зарурияти шундаки, маҳсулот ишлаб чиқарувчи ўз фаолиятини ташкил этиши, ишлаб чиқариш йўналишларини белгилаши учун бозор муҳитини (конъюктурасини) билиши, маълум вақтдан кейин

унинг маҳсулотига бўладиган талаб қандай бўлишини билиши керак. Чунки таклиф этиладиган товар фақат битта корхона маҳсулоти эмас. Бундан ташқари корхона ишлаб чиқарадиган товар баҳосини олдиндан билиши учун ҳам шу даврни билиши керак бўлади. Чунки турли даврларда баҳо турлича ҳосил бўлади. Масалан, жуда қисқа вақтда баҳога фақат талаб таъсир этса, қолган икки даврда баҳога ишлаб чиқариш харажатлари таъсир этади. Турли даврлардаги таклифларни қуйида кўриб чиқамиз.



19-график. Жуда қисқа, қисқа ва узоқ муддатдаги мувозанат

Графикни қуйидаги тартибда шархлаш мумкин. Фараз қилайлик, дастлабки талаб D чизигидан иборат. Шунда мувозанатли баҳо P_E ва маҳсулот ҳажми Q_E кўринишида бўлади. Турли сабабларга кўра, шу маҳсулотга бўлган талаб ошиш мумкин ва талаб чизиги D дан D_1 га ўтади. Шунда жуда қисқа вақтдаги таклиф чизиги IS вертикал ҳолатда бўлади, чунки бунда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ўзгармайди, лекин шу маҳсулот баҳоси P_1 га кўтарилади.

Қисқа муддатда таклиф чизиги ўзгаради ва SS ҳолатида бўлади, чунки маълум вақт ўтиши билан маҳсулот ҳажми Q_2 гача ошади ва бу товар баҳосининг тушишига сабаб бўлади. Баҳо P_1 ҳолатига келиб, таклиф чизиги ўзгаради.

Узоқ муддатда таклиф ва талаблар, баҳолар бирмунча реал ҳолатга келиб қолади, чунки корхона керакли манбаларни жалб этади ва маҳсулот ҳажмини Q_3 га оширади. Маҳсулотларнинг кўпайиши баҳони тушириб, P_3 ҳолатига келтиради. Шунда таклиф чизиги LS ҳолатига келади.

Шу графикдан тақчиллик ҳолатини ҳам кўриш мумкин. Масалан, жуда қисқа муддатда талаб кескин ошади ва ишлаб чиқарувчилар талабни қондира олмайдилар ва тақчиллик ҳосил бўлади, нарх кескин ошади. Шақланган бозор иқтисодиётида бу ҳолат вақтинча бўлиб, кейинги даврларда ўтиб кетади ва мувозанатли баҳо ҳосил бўлади.

Хулоса

1. Ҳар бир истеъмолчи бозорда ўзининг хусусий талаби билан келади. Хусусий талаб бўлса, аввалги бобларда айтганимиздек, бир қанча омилларга боғлиқ. Ана шу хусусий талаблар йиғиндиси бозор талабини вужудга келтиради. Худди шундай тартибда бозор таклифи ҳам ҳосил бўлади, яъни хусусий таклифлар йиғиндиси бозор таклифини вужудга келтиради.

2. Бозор таклифини 3 даврга бўлиш мумкин. Жуда қисқа даврдаги таклиф. Бу даврда фаолият юритаётган корхоналардаги барча ишлаб чиқариш омиллари ўзгармас ҳолатда бўлади. 2- қисқа муддатдаги давр. Бу даврда фаолият юритаётган корхоналарда ишлаб чиқариш қувватлари доимий, моддий манбалар эса ўзгарувчан характерда бўлади. Узоқ даврда ишлаб чиқаришни ҳамма томонлари тўла ўзгартирилади.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Хусусий талаб нима?
2. Бозор талабини қандай тушунасиз?
3. Хусусий таклиф нима?
4. Бозор таклифи қандай вужудга келади?
5. Бозор таклифи қандай даврларга бўлинади?

6 - боб. БОЗОР ВА ТАВАККАЛЧИЛИК

6.1. Таваккалчилик тўғрисида тушунча, унинг ўлчови

Бозор иқтисодиёти даврида тадбиркор киши билан ҳар доим ёнма-ён турадиган ҳаракат таваккалчилик ҳисобланади. Тадбиркор киши кўпгина ҳолларда сўнги натижани билмаган ҳолда ўз маблағини сарфлайди, яъни маълум таваккалчиликка асосланади, масалан, сизнинг маблағингиз бор. Сиз уни жамғарма банкига қўясизми ёки бирорта компания акциясини сотиб оласизми. Биринчи ҳолатда пулингиз сақланади, лекин ундан келадиган даромад (%) кам. Иккинчи ҳолатда даромади кўп, лекин бу компания банкрот бўлиши ҳам мумкин. Шу боисдан ҳам энг аввало таваккалчиликни миқдори жиҳатидан аниқлашимиз лозим.

Таваккалчиликни миқдор жиҳатдан аниқлаш учун қилинаётган тадбир, унинг барча оқибатлари тўғрисида ахборотга эга бўлишимиз лозим. Масалан, маблағимизни бирор корхона қурилишига сарфлашдан олдин биз агар бўлажак корхона яхши ишласа, корхона қурилишига сарфланган битта акция баҳоси 30 сўмдан 40 сўмгача кўтарилиши ёки корхона ёмон ишласа, 30 сўмдан 20 сўмга тушиши мумкинлигини

билишимиз керак. Демак, келажакда икки хил натижа бўлиши мумкин: 20 ёки 30 сўм. Қайси натижага эришиш мумкинлиги эҳтимоли шу соҳада аввалги йилларда қилинган ишларга ҳам боғлиқ. Масалан, сиз маблағингизни сарфлашни кўзда тутган фирмаларнинг ҳар 100 тасидан 5 таси фойдали корхонага айланган. Бунда сиз сарфланган маблағнинг фойда келтириши имконияти $\frac{3}{4}$ қисмга тенг ҳисобланади. Агар бундай йўналишдаги корхона авваллари ташкил қилинмаган бўлса, унда маблағингизнинг фойда келтириши субъектив омилларга, яъни сизнинг шахсий фикрингиз, ҳисоб-китобингизга асосланади.

Биринчи ҳолат объектив эҳтимоллар, иккинчи ҳолат субъектив эҳтимоллар деб аталади ва улар таваккалчилик даражасини ифода этади. Объектив эҳтимоллар бўлажак ўртacha натижалар тўғрисида, субъектив эҳтимоллар шу натижаларнинг ўзгариши тўғрисида маълумот беради. Фараз қилайлик, 2 та иш жойидан бирини танлаш керак бўлсин. Иккала жойда ҳам кутиладиган даромад 150,0 сўм. Биринчи жойда иш ҳақи бажарилган ишингизга қараб, иккинчи жойда белгиланган миқдор асосида тўланади. Биринчи жойда яхши ишласа, 200,0 сўм, ўртacha ишласа 100,0 сўм даромад қилиш мумкин. Иккинчи жойда 151,0 сўм ва агар корхона тугатилса, 51,0 сўм ёрдам пули олиш мумкин. Бу маълумотлар, куйидаги жадвалда ифода этилган.

Иккала иш жойдан кутиладиган даромад 150,0 сўмдан иборат:

$$0,5 \cdot 200,0 + 0,5 \cdot 100,0 = 150,0;$$

$$0,99 \cdot 151,0 + 0,01 \cdot 51,0 = 150,0$$

Лекин кутилаётган даромад ўртасида катта фарқ мавжуд. Буни куйидаги 9-жадвалда кўрамыз.

9 - жадвал

Ишга кириш учун вариантларни қиёслаш

Иш жойи	1-натижа		2-натижа	
	эҳтимол аراجаси	даромад, сўм	эҳтимол даражаси	даромад, сўм
1	0,5	200	0,5	100
2	0,99	151,0	0,01	51,0

10- жадвал

Кутилаётган натижалар ўртасидаги фарқ

Жойи	1-натижа	Фарқ	2-натижа	Фарқ
1	200,0	50,0	100,0	50,0
2	151,0	1,0	51,0	99,0

1-иш жойда ўртacha фарқ: эҳтимоллар даражасига биноан $50,0$ сўмни ташкил этади, яъни $0,5 \cdot 50,0 + 0,5 \cdot 50,0 = 50,0$ сўм.

2-иш жойда ўртача фарқ 1,98 сўмни ташкил этади:
 $0,99 \cdot 1,0 + 0,01 \cdot 99,0 = 1,98$ сўм.

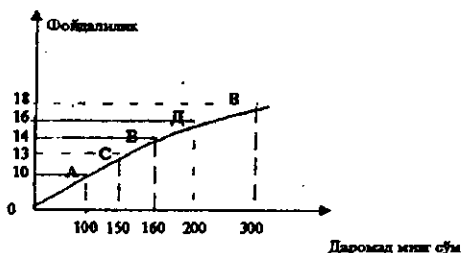
Бу маълумотлар асосида биз биринчи иш жойини иккинчига нисбатан таваккалчилиги билан иш жойи, деб айтишимиз мумкин.

Ҳар бир иш жойини танлаш кишининг ўзига боғлиқ. Тадбиркор кишилар 1-ишни танлайди, консерваторлар 2-ишни танлайди.

6.2. Таваккалчиликка бўлган муносабат

Биз 1 саволда кишиларнинг иш жойини танлашда таваккалчиликка қандай баҳо беришини кўриб чиқдик. Бундай таваккалчилик бошқа ҳолатларга ҳам жуда мос келади. Ушбу саволда истеъмолчиларнинг таваккалчилик асосида ишни ташкил қиладиган корхонага бўлган муносабатини кўриб чиқамиз.

Бунда қуйидаги графикдан фойдаланамиз.



20-график. Даромад ва маҳсулотлар истеъмолидан ҳосил бўладиган қониқиш

Графикдан кўриниб турибдики, даромаднинг ўсиши маҳсулотлардан ҳосил бўладиган қониқиш даражасини ҳам оширади лекин қўшимча қониқиш даражасини ҳам оширади. Лекин қўшимча қониқиш доимо баланд бўлган. 10 бирликдан қониқиш ташкил этган бўлса, 200,0 сўмдаги даромад қўшимча равишда 6-бирликдаги қониқишни ҳосил қилган. 300,0 сўмдаги даромад бўлса, фақат 2-бирликдаги қониқишни берган. Фараз қилдик фирма маълум таваккалчилик асосида янги ишни ўзлаштираётгани ва ишчига янги иш таклиф этади. Бунда ишчига иш ҳақи қандай бўлиши тушунтирилади. Албатта, ишчи ўйлайди, янги жойга ўтиш керакми ёки эски жойда ишлаган маъқулми?

Бунда энг аввало кутилаётган натижани ҳисоблаш лозим. Бунинг учун қуйидаги ифодадан фойдаланамиз.

$$E(u) = \{1/2\}(100,0 \text{ сўм}) + \{1/2\}(300,0 \text{ сўм}) = 0,5 \cdot 10 + 0,5 \cdot 18 = 14,0$$

Рақамлар юқоридаги тасвирдан олинди. Яъни 100,0 сўм бўлганда фойдалилик (қониқиш) Юзга тенг бўлган. 300,0 сўм бўлганда 18 га тенг бўлган 100,0 ёки 300,0 сўм бўлиши эҳтимоли 0,5 га тенг.

Шундай қилиб, кутилаётган фойдалилик (қониқиш) 14 бирликни ташкил этди. Тасвирда 150,0 сўмдаги фойдалилик 13 бирликдан иборат бўлган эди. Яъни кутилаётган қониқиш (фойдалилик) баланд. Шунинг учун янги ишга ўтиш мумкин.

Юқоридагиларга асосланиб айтиш мумкинки, кишиларнинг маълум таваккалчиликка ундайдиган асосий восита шу ишлардан келадиган фойда, қониқишдир.

6.3. Таваккалчиликни пасайтириш йўллари

Таваккалчиликни пасайтиришнинг асосан уч хил йўналиши мавжуд: диверсификация, суғурта қилиш, фаолият натижасидан кўпроқ ахборот олиш.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ

Фараз қилайлик, таваккалчи одамсиз, лекин таваккалчиликни иложи борича камайтиришга ҳаракат қиласиз. Сиз ишга киргансиз ва олдингизда 2 йўл турибди.

Сиз кондиционер ва электр иситтич сотишингиз мумкин.

1-чиси Сиз ўзингизнинг ҳамма вақтингизни кондиционер сотишга ёки электр иситтич сотишга, 2-чиси вақтингизнинг ярмини кондиционер сотишга, ярмини электр иситтич сотишга сарфлашингиз мумкин. Бундан ташқари сиз кейинги йил об-ҳаво қандай бўлишини билмайсиз. Шундай шароитда сиз қандай қилиб вақтни тўғри тақсимлаб, таваккалчиликни камайтиришингиз мумкин.

Вақтни тўғри тақсимлаб, таваккалчиликни камайтириш диверсификация (иккита ҳар хил товарни сотиш учун вақтни тўғри тақсимлаш) асосида амалга оширилади.

Фараз қиламиз, шу йили ҳаво нисбатан иссиқ бўлиши эҳтимоли 50 % га тенг. Худди шундай ҳавонинг салқин бўлиши ҳам 50 %га тенг. Қуйидаги жадвалда кондиционер ва электр иситтични сотишдан келадиган пул тушуми берилган.

11 - жадвал

Ускуналарни сотишдан келадиган пул даромади

Товарлар	Иссиқ, сўм	Салқин ҳавода, сўм
Кондиционерлар	10 000	4 000
Иситтичлар	4 000	10 000

Агар бу товарнинг фақат биттасини сотиш вазифа қилиб белгиланса, унда сизнинг даромадингиз 4 000 сўм ёки 10 000 сўм бўлади. Лекин сизнинг кутган даромадингиз 7 000 сўм бўлади. Яъни $(10\ 000 \times 0,5) + (4\ 000 \times 0,5)$. Фараз қилайлик, сиз диверсификация ўтказиб вақтингизни баробар 2 та товарга бўлдингиз. Унда ҳам сизнинг кутган даромадингиз 7000 сўм бўлади. $(10\ 000 + 4\ 000) \times 0,5$. Лекин бунда шуни эсда тутиш лозимки, ҳаво қандай бўлишдан қатъий назар, сизнинг даромадингиз 7000 сўм бўлади. Демак, диверсификация орқали таваккалчиликни камайтирган бўламиз.

СУҒУРТА ҚИЛИШ

Таваккалчиликни хоҳламайдиган кишилар айрим ҳолларда таваккалчиликдан келиши мумкин бўлган зарарни қоплайдиган ҳажмда суғурта қилишади. Масалан, кишининг мол-мулки 50 000 сўмлик бўлса ва ўғирлик содир бўлганда у 10 000 сўмдан айрилса ва ўғирлик содир бўлишнинг эҳтимоли 0,1 (10%) бўлса, 1 000 сўм суғурта тўловини тўлаши мумкин. Бунда унинг қолган мол-мулки 49 000 сўмлик бўлади.

12 -жадвал

Мол-мулкни суғурта қилиш натижаси

Суғурта	Ўғирлик (эҳтимоли=0,1)	Ўғирлик йўқ (эҳтимоли=0,9)	Қолган мол-мулк
Қилинм	40000	50000	$49000(400 \times 0,1) + (500 \times 0,9)$
Қилинг	49000	49000	$49000((490 \times 0,1) + (490 \times 0,9))$

Бу жадвалда иккала ҳолатда ҳам қолган мол-мулк 49000 сўмни ташкил қилади. Лекин суғурта қилинмаганда у 50000 сўмни сақлайди ёки 10000 сўм ютқзади. Суғурта қилинган бўлса, 1000 сўм кетади, лекин 49000 сўми қолиши кафолатланган. Шу асосда таваккалчилик пасаяди.

ФАОЛИЯТ НАТИЖАСИДА КўПРОҚ АХБОРОТ ОЛИШ

Ҳар бир тадбиркор ўз ишлаб чиқариш фаолиятини ташкил этишида ахборотнинг аҳамияти катта. Ахборотлар етарли бўлганда истеъмолчи ёки тадбиркор нисбатан тўғри фикр юритиб, таваккалчиликни пасайтиради. Шу боисдан ҳам тадбиркорлар ахборот учун ҳақ тўлашга ҳам рози бўладилар. Шундай экан, ахборот қиймати тўғрисида маълум тасаввурга эга бўлиш лозим.

Ахборот қиймати - шу ахборот асосида эришилган қийматдан ахборот бўлмаганда эришилган қийматнинг айрим натижасида ҳосил бўладиган суммалдан иборат.

Ахборот қийматини қуйидаги мисолда кўриб чиқамиз. Фариз қилайлик, сиз дўкон бошқарувчиси вазифасида ишлаяпсиз. Сизнинг олдингизда кузги мавсумда дўконга қанча костюм олиш вазифаси турибди. Агар сиз 100 дона костюм буюртмасини берсангиз, сизнинг харажатингиз ҳар бир костюм учун 180 сўм, агар сиз 50 дона костюм буюртмасини берсангиз, ҳар бир костюм сизга 200 сўмга тушади. Сиз биласизки, ҳар бир костюмни 300 сўмдан сотасиз, лекин қанча костюмни сота олишингизни билмайсиз. Бундан ташқари, 300 сўмдан сотилмайдиган костюмни тўлаган пулингизнинг ярим баҳосида қайтариб беришингизга тўғри келади. Агар сизда ахборот бўлмаса, унда 100 дона костюм сотиш эҳтимоли 0,5 га 50 донасини сотиш эҳтимоли 0,5 га тенг. Қуйидаги жадвалда иккала ҳолатда олинадиган фойданинг миқдори кўрсатилган.

13-жадвал

Қостюмларни сотишдан олиннадиган фойда

Сотилган Костюмларнинг Миқдори, дона	0 дона костюмнинг отилиши	100 дона костюмнинг сотилиши	Кутилаётган фойда
50	5000	5000	5000
100	1500	12000	6750

Жадвалга қараб айтишимиз мумкинки, агар маълумот кам бўлса, сиз таваккалчи бўлсангиз 100 дона костюм олишингиз мумкин. Агар сиз таваккалчи бўлмасангиз, унда 50 дона костюм оласиз, чунки 5000 сўм фойда келиши аниқ. Шундай қилиб, агар ахборот тўлиқ бўлса, 50 дона костюм сотилса 5000 сўм ва 100 дона костюм сотилса 12000 сўм фойда олиш мумкин. Шунда сизнинг кутадиган фойдангиз 8 500 сўм бўлади (5 000 +12000): 2= 8500 сўм. Шунга кўра, ахборот баҳосини аниқлашда тўлиқ ахборот бўлганда кутадиган фойдадан (8500) ахборот кам бўлгандаги фойда (6750 сўм) айрилади. 8500-6750=1750 сўм. Бу тўла ахборот баҳоси бўлади. Ахборот учун 1750 сўм тўлаш мумкин бўлади.

Хулоса

1. Таваккалчилик ҳар бир тадбиркор билан ёнма-ён турадиган ҳаракатдир. Тадбиркор таваккалчиликка боришдан олдин қиладиган ишини ҳар томонлама ҳисоб-китоб қилиши керак, токи қилинган ҳаракат имкони борича самара берсин. Бунинг учун тадбиркор кенг миқёсдаги ахборотга эга бўлиши керак.

2. Тадбиркорнинг ҳаракати ҳар доим таваккалчиликни пасайтириш йўллари қидиришга қаратилиши лозим. Таваккалчиликни пасайтиришнинг муҳим йўллари қуйидагилар бўлиши мумкин:

1. Диверсификация. Бу икки ҳар хил товарни сотиш учун вақтни тўғри тақсимлашни билдиради
2. Суғурта таваккалчиликдан келиши мумкин бўлган зарарни қоплаш учун керак бўлган суғурта суммасидан иборат.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Таваккалчилик деганда нимани тушунасиз?
2. Таваккалчиликка муносабатингиз қандай?
3. Таваккалчиликни қандай пасайтириш мумкин?
4. Диверсификация деганда нимани тушунасиз?
5. Таваккалчиликни пасайтиришда суғурталашнинг роли борми?

7- боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ

7.1. Ишлаб чиқариш технологияси

Ишлаб чиқариш-корхона (фирма) фаолиятининг асосини ташкил этади. Корхона ишлаб чиқариш фаолиятида бир қанча ишлаб чиқариш омилларидан фойдаланади (нонвойхона эгаси хомошё ундан, ишчилар меҳнатидан, нонвойхона биносини қуришдан, тандир, печларини қуриш учун капиталдан пул маблағидан фойдаланади). Шунга кўра, биз ишлаб чиқариш омилларини учта йирик гуруҳларга-меҳнат, моддий ва капитал сарфларга ажратишимиз мумкин. Буларнинг ҳар биттаси бир қанча бошқа кичик омиллардан иборат бўлиши мумкин. Масалан, малакали меҳнат, малакасиз меҳнат, тadbиркорлик меҳнати ва ҳ.к. Худди шу тартибда биз моддий ва капитал сарфларни ҳам кичик гуруҳларга ажратишимиз мумкин. Ана шу омилларнинг ишлаб чиқариш жараёни ва охиригى натижа билан ўзаро боғланиши ишлаб чиқариш функциясида намоён бўлади. Ишлаб чиқариш функцияси ишлаб чиқариш омилларининг турли боғланишида энг кўп маҳсулот (Q) ишлаб чиқаришни кўрсатади. Фараз қилайлик, ишлаб чиқаришга икки омил-меҳнат (L) ва капитал (K) сарфланади. Шунда биз ишлаб чиқариш функциясини

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

шаклида ёзишимиз мумкин. Бу функция Q шаклидаги маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми, меҳнат ва капитал миқдорига боғлиқ. Масалан, ишлаб чиқаришда фирма маълум миқдордаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун бу иккала омилни мақсадга мувофиқ тарзда боғлаши лозим. Худди шундай тартиб саноат корхоналарида ҳам амал қилади.

Шу билан бир қаторда айтишимиз лозимки, бу омилларнинг ўзаро боғлиқлиги ишлаб чиқариш технологияси билан ҳам бевосита боғлиқ, чунки шундай ишлар мавжудки, уларнинг айримларида меҳнат, бошқаларида капитал сарфлар кўп талаб қилинади ёки шундай ишлар

мавжудки, уларни қўл меҳнати билан бажариш мумкин. Масалан, вино ишлаб чиқариш. Бу маҳсулотни қўлда ҳам юқори технология билан ҳам ишлаб чиқариш мумкин. Лекин ҳар бир тадбиркор ишлаб чиқаришни шундай ташкил этиши керакки, яъни қўл меҳнати билан юқори технологияга асосланган ишлаб чиқаришни шундай ташкил этиши керакки, унда ишлаб чиқариладиган маҳсулот ҳажми ва унинг самараси юқори бўлсин.

Шунга асосан айтишимиз мумкинки, юқоридаги тенглама тадбиркор, фирма, корхона раҳбарининг билим доирасига боғлиқ.

Биз юқорида айтдикки, маълум миқдордаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун икки омилдан бирини кўпайтирамиз ва иккинчисини камайтирамиз. Яъни икки омил-капитал ва меҳнат ресурси бўлса, уларнинг биттасини камайтириш ва иккинчисини ошириш (ёки аксинча) асосида улар ўртасидаги энг маъқул мутаносибликни аниқлашимиз мумкин. Мана шу мутаносибликни аниқлашда изокванта усулидан фойдаланилади. Масалан, 5 бирликдаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун капитал ва меҳнат ресурси ўртасидаги мутаносиблик қандай аниқланади. Фараз қилайлик, капитал билан меҳнат комбинацияси қуйидагича:

14-жадвал

5 бирликдаги товар ишлаб чиқариш учун бўлиши мумкин бўлган меҳнат ва капитал комбинацияси

Комбинация	Капитал бирлиги сони K	Меҳнат бирлиги сони L
A	15	3
B	9	4
C	6	5
D	4	9
E	3	15
F	2	25

Шу жадвал раҳамларини қуйидаги графикда акс эттирамиз. Графикдаги I Q1, 5 бирликдаги маҳсулот ишлаб чиқариш изоквантаси деб аталади. Бошқача айтганда, 5 бирликда маҳсулот ишлаб чиқариш учун энг маъқул вариант K нуқтаси бўлиб ҳисобланади. Бу нуқтада фирмага 7 та бирликдаги капитал ва 4 меҳнат бирлиги керак. Графикдаги «ав», mz", eF"-а чизиқлари «изокоста» деб аталади. «ав»-изокост чизиғи фирманинг 1500 сўм маблағи борлиги ва унинг ҳаммасини 15 та капиталга (агар 1-бирлик капитал 100 сўм бўлса) ёки ҳаммасини 6 та меҳнат манбаига (агар 1 та меҳнат манбаи учун 250 сўм бўлса) сарфлаши мумкинлигини кўрсатади. Бунда 15 капитал ва 6 меҳнат бирлаштирилса, "ав"- чизиғи яъни изокост чизиғи ҳосил бўлади. "eF" чизиғи фирманинг 2000 сўми борлигини билдиради. Бу икки чизиқ ўртасидаги изокост изокванта билан туташиб ўтадиган чизиқ бўлиб, унинг туташган «K» нуқтаси, айтганимиздек маъқул мутаносиблик ҳисобланади ва 5 та маҳсулот учун 1800 сўм пул керак бўлиб, 7 та

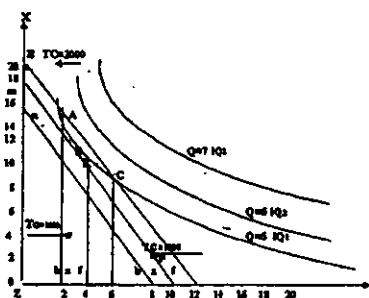
капитал ва 4 меҳнат бирлиги лозим бўлади. Худди шу тартибда 5,7 ва ҳоказо маҳсулоти учун изокванта чизигини аниқлашимиз мумкин.

7.2. Ишлаб чиқаришни бир ўзгарувчи омил.(меҳнат) ҳисобида ташкил этиш.

Юқоридаги саволда ишлаб чиқаришга бир неча омил таъсир этиб, улар ҳисобида ишлаб чиқаришни ривожлантириш тўғрисида фикр юритган эдик. Энди битта омил-меҳнат ресурслари ўзгариши ҳисобига ишлаб чиқаришни ташкил этишни кўриб чиқамиз. Бунда капитал ўзгармас ҳолатида бўлади.

Агар фирма фаолиятини ривожлантириш ва бунинг учун қўшимча меҳнат ресурсларини жалб этиш зарур бўлса, меҳнат ресурсларининг (L) қанчага кўпайиши маҳсулот миқдорини (Q) қанчага кўпайтиришини билишимиз лозим.

Куйидаги графикда ҳар хил меҳнат сарфларида ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори берилган.



21- график. Изокванта ва изокоста чизиқлари

15-жадвал.

Бир ўзгарувчи омилнинг ишлаб чиқариш якунига таъсири

сҳнат сарфи (L)	Капит. сарфи (K)	Мах.и/ч ҳажми (Q)	та ма ҳ. (Q:L)	Кўшимча (ΔQ : ΔL)
0	10	0	-	-
1	10	10	10	10
2	10	30	15	20
3	10	60	20	30
4	10	80	20	20
5	10	95	19	15
6	10	108	18	13
7	10	112	16	4
8	10	112	14	0
9	10	108	12	-4
10	10	100	10	-8

Жадвалдан кўриниб турибдики, меҳнат сарфини 8 бирликкача кўпайтирганда маҳсулот ҳажми ўсган. Шу нуқтагача кўшимча меҳнат ресурси ускуналарининг унумдорлигини оширган. 8 - нуқтадан кейин

самаардорлик пасайган (масалан, 5 киши 2 кишига қараганда унумлироқ меҳнат қилади. Лекин 10 киши бўлса, бир-бирига ҳалақит беради).

Ўртача ва қўшимча маҳсулот.

Ўртача маҳсулот деб (AR) фойдаланилаётган омиллар бирлиги ҳисобига тўғри келган маҳсулотга айтилади, $Q:L$. Бизнинг юқоридаги мисолимизда ўртача маҳсулот дастлаб, яъни 4 -бирликдаги меҳнат сарфига ўсиб борган ва ундап кейин камайган.

Қўшимча маҳсулот (MR) бу ўзгарган маҳсулотнинг ўзгарган омиллар бирлиги ҳисобига тўғри келган маҳсулотдан иборат, яъни

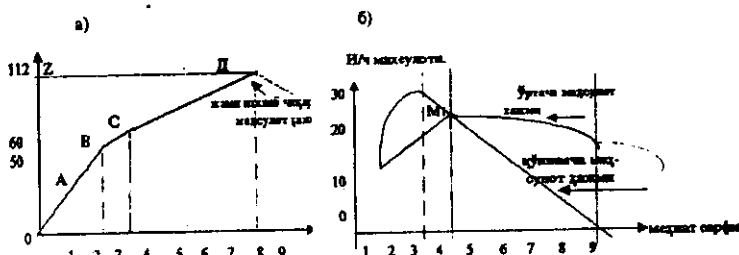
$$\nabla Q : \nabla L.$$

Бизнинг мисолимизда қўшимча маҳсулот ҳам олдин ўсиб кейин пасайган, ўртача маҳсулот 4 бирликдаги меҳнат сарфидан бошлаб пасайган бўлса, қўшимча маҳсулот 3 бирликдаги меҳнатдан кейин пасайган.

Энди юқоридаги жадвални 22-графикда кўрсатамиз.

Тасвирдан шундай хулоса қилиш мумкинки, қўшимча маҳсулотнинг ўсиши ўртача маҳсулот ҳажмининг ўсишига олиб келади. Масалан, 1 меҳнат сарфида қўшимча маҳсулот ўртача маҳсулотга тенг, 2-меҳнат сарфида қўшимча маҳсулот 20 ўртача маҳсулот бўлса, 15, яъни қўшимча маҳсулот чизиги юқори бўлади, 3-меҳнат сарфида қўшимча маҳсулот 30 ўртача шахсий 20, яъни қўшимча маҳсулот чизиги юқори, 4-меҳнат сарфида қўшимча маҳсулот пасаяди ва 20 га келади. Лекин ўртача маҳсулот ҳам 20. Шунинг учун қўшимча маҳсулот пасайса ҳам ўртача маҳсулот пасаймайди, 5 меҳнат сарфида $MR=15$, яъни ўртачадан (20 дан) паст. Шунинг учун ўртача маҳсулот 19 га тушади, қўшимча маҳсулот билан ўртача маҳсулот M -нуқтасига тенглашади ва шундан кейин пасаяди.

Д нуқтасида яъни 8 - меҳнат ресурсида қўшимча маҳсулот 0 га тенг. Шунинг учун умумий маҳсулот ҳам камайиб боради.



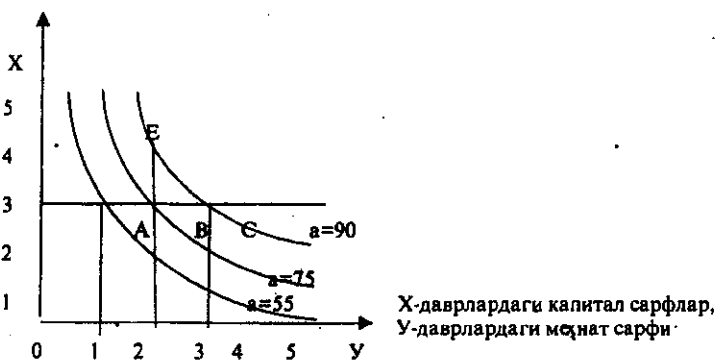
22- график. Бир ишлаб чиқариш омилнинг ўзгаришини ифода этувчи маҳсулот ишлаб чиқариш графиги

Жадвалдан шундай хулосага келиш мумкин, қўшимча ресурс жалб қилиш чексиз равишда маҳсулотни кўпайтиришига олиб келмас экан.

Шундай нуқта борки, «Самара» минусли бўлиб қолади. Меҳнат унумдорлиги пасаяди.

7.3. Ишлаб чиқаришни иккита ўзгарувчи омил, ҳисобида ташкил этиш

Корхона ишлаб чиқариш фаолиятига меҳнат билан бир қаторда капитал ҳам бевосита таъсир этади. Бу ишлаб чиқариш омилларининг кўпроқ қўлланиши маҳсулот ҳажмининг ошишига олиб келади. Агар маҳсулот ҳажмини бир хил миқдорда бўлишини таъминлаш зарур бўлса, ишлаб чиқариш омилларининг бирдан қанча кўпроқ фойдаланилса, иккинчисидан шунча кам фойдаланиш мумкин. Шу боисдан ҳам бу иккала омилга ҳам қайтимнинг камайиши қонуни таъсир этади. Буни қуйидаги тасвир асосида шарҳлаш мумкин. Тасвирда меҳнат сарфи ишлаб чиқариш самарасининг пасайиб боришини аниқлаш учун маълум миқдордаги капитал сарфидан (графикда 3 бирлик) горизонтал чизиқ тортамыз.



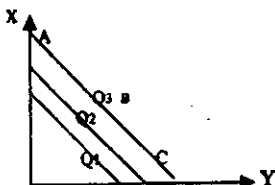
23 - график. Изокванта шакллари

Натижада маълум бўладики, капитал сарфлар ўзгармаган ҳолда меҳнат сарфининг ҳар бир кейинги қўшимча сарфи ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулот камайиб бсради. Чунончи, меҳнат сарфи 1 дан 2 бирликда ошганда (А дан В гача) маҳсулот ҳажми 20 бирликда ошган (55 дан 75 гача), учинчидан 3 бирликка ошганда эса (В дан С гача), маҳсулот ҳажми 15 бирликка ошган (75 дан 90 гача). Демак, омиллардан бири ўзгармаган тақдирда ўзгарувчи омил самараси тобора пасайиб боради. Худди шундай қонуният, яъни самарадорликнинг пасайиши, капиталга ҳам тааллуқли, чунончи, меҳнат сарфи 3 бирликда ўзгармас деб фараз қилсак, капитал 1 бирликдан 2 бирликкача ўсганда маҳсулот миқдори 20 бирликка (75-55) ошганлигини, 2 бирликдан 3 бирликка

ўсганда маҳсулот миқдорининг 15 бирликка (90-75) ошганлигини кўраемиз.

Маҳсулотлар ишлаб чиқариш учун бевосита таъсир этадиган омиллар (ресурслар) тўғрисида фикр юритар эканмиз, уларнинг ўрин алмаштириш нормаси тўғрисида ҳам фикр юритишимиз лозим. Маълумки, корхоналарда ишлаб чиқариладиган маҳсулотни кўпайтириш учун иккала омилни (капитал, меҳнат) бир меъёردа кўпайтириш, кейин уларнинг биттасини ошириш лозим бўлади.

График шаклида буни куйидагича ифода этиш мумкин.

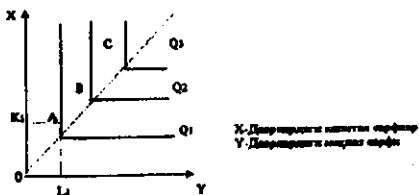


X- Даврлардаги капитал сарфлари.

Y- Даврлардаги меҳнат сарфи.

24-график. Бевосита алмаштириш мумкин бўлган омиллар ҳисобига ишлаб чиқаришни ташкил этиш.

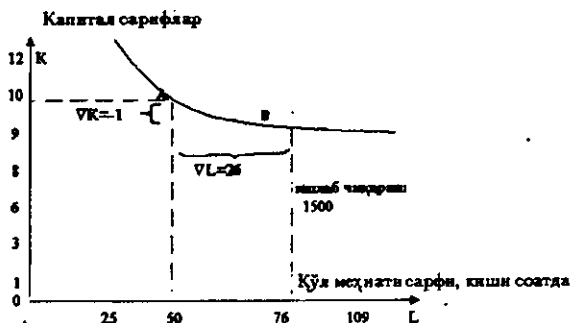
Бу график маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун омилларни хоҳлаган мутаносибликда ўзгартириш мумкинлиги ифода этилган. Чунончи, Q₁ миқдордаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун фақат капиталдан (A нуқта) фақат меҳнатдан (C нуқта) ёки иккала омилдан (B нуқта) фойдаланиш мумкин. Масалан, пахтани фақат машинада ёки қўлда иккаласидан фойдаланилган ҳолда ҳам териш мумкин. Заводларда айрим маҳсулотларни автомат линияларда ёки фақат қўл меҳнати ёрдамида (музиқа асбоблари) ишлаб чиқариш мумкин. Лекин ишлаб чиқаришда шундай соҳалар ҳам мавжудки, уларда албатта иккала омил бир хилда ривожланиши керак. Масалан, таксиларни ёки уларни ҳайдовчиларнинг ҳар бирини алоҳида кўпайтириш асосида умумий иш ҳажминини кўпайтириб бўлмайди. Бундай ҳолда графикдаги изокванта чизиғи тўғри бурчак шаклида намоён бўлади.



25-график. Бевосита ўрин алмаштириш мумкин бўлмаган омиллар ҳисобига ишлаб чиқаришни ташкил этиш

Графикдаги *A, B, C*, нуқталари икки омилнинг энг самарали мутаносиблигини ифода этади. Бунда *Q* ҳажмида маҳсулот ишлаб чиқариш учун *L* ҳажмидаги меҳнат ва *K* ҳажмидаги капитал лозим. Агар бу икки омилдан биттасини ўзгартирмасдан, иккинчиси кўпайтирилса ҳам маҳсулот миқдорини оширишнинг имкони бўлмайди. Маҳсулот миқдорини ошириш учун иккала омилни баробар кўпайтириш лозим бўлади.

Юқорида биз ишлаб чиқаришни ташкил этиш учун омиллар (ресурслар) ўрнини алмаштириш нормаси тўғрисида фикр юритган эдик. Қуйида ана шу фикрни ғалла етиштириш мисолида кўриб чиқамиз. Маълумки, ғалла етиштиришда ҳам меҳнат, ҳам капитал сарфлар (техника воситалари) бўлиши тақозо этилади. Фақат буларнинг мутаносиблиги турлича бўлиши мумкин. Қайси хўжаликда ишлаб чиқариш кўпроқ, механизациялаштирилган бўлса, бу ерда капитал сарфи кўпроқ ва аксинча бўлганда қўл меҳнати кўпроқ бўлади. Бундай ҳолда хўжалик раҳбари фермер учун омилларнинг ўрин алмаштириш нормасини билиш зарурати вужудга келади. Буни қуйидаги график асосида кўрсатиш мумкин.



26 -график. Ғалла ишлаб чиқаришни ташкил этувчи изокванта

Графикда кўриниб турибдики, фермер капитал сарфларни яъни машина вақтини 1 соатга камайтирмоқчи бўлса, унда қўшимча тарзда 26 соат қўл меҳнатини жалб қилишига тўғри келади. Шундагина у аввалги ҳажмдаги ишлаб чиқаришни сақлаб қолиши мумкин. Бунда ишлаб чиқаришда қўл меҳнатини техника воситалари билан алмаштириш нормаси 0,04га тенг бўлади.

$$MRTS = (- K / \Delta L) = -(-1) / 26 = 0,04$$

Демак, $MRTS = 0,04$ га, яъни бу коэффициент 1 дан жуда кўп маротаба паст. Бошқача қилиб айтганда, 1 бирлик капитал сарфини камайтириш учун кўп миқдорда қўл меҳнати керак. Бунда фермер қўл меҳнати билан шуғулланувчилар иш ҳақи билан капитал сарфлар

харажатини таққослаш ва шу асосда самарали мутаносибликни танлашни керак бўлади.

7.4. Корхона ҳажми самараси

Корхонанинг фаолиятини истиқбол йиллар учун режалаштирилганда унинг ҳажми қандай бўлишини ҳал қилиш лозим. Малумки, айрим ҳолларда корхона ҳажмини кенгайтириш, унинг самарадорлигини оширса, бошқа ҳолатларда корхона ҳажми унинг самарадорлигига таъсир этмайди. Масалан, ишлаб чиқариш билан шуғулланувчи корхоналарда (автомобиль фирмалари, радио электроника ва ҳ.к.) корхона ҳажми уларнинг самарадорлигини оширса, хизмат кўрсатувчи корхоналарда (турли хилдаги сервис хизматлари) корхона ҳажми самарадорликнинг ошишига олиб келмайди.

Корхона ҳажми ва унинг самарадорликка таъсири тўғрисида фикр юритар эканмиз, унинг уч хилдаги натижасини билишимиз лозим.

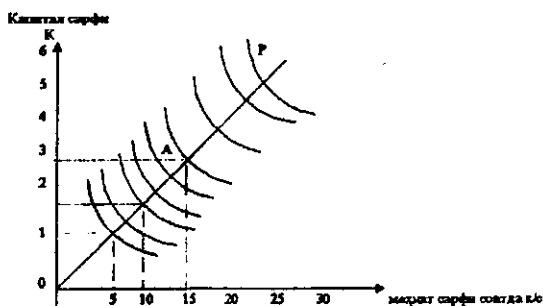
1. Корхона ҳажмининг самарадорликка ижобий таъсири. Бундай корхоналарда корхона ҳажмини ошириш билан боғлиқ бўлган сарф-харажатлар 2. баравардан зиёд маҳсулот ишлаб чиқаришни таъмин этиши лозим. Бу ўсиш ишлаб чиқаришнинг ихтисослашуви асосида амалга ошади. Ишлаб чиқариш ҳажми самара берадиган бўлса, унда йирик ишлаб чиқаришни ривожлантириш мақсадга мувофиқ.

2. Иккинчи кўринишдаги корхона ҳажмининг самарадорликка таъсири шу билан ҳарактерланадики, унда ишлаб чиқариш омиллар неча марта ошса, ишлаб чиқариш ҳам шунча ошади, лекин самарадорлик ўзгармаган ҳолда қолади. Бошқача қилиб айтганда, корхона ҳажми ишлаб чиқариш омилларидан самарали фойдаланиш билан боғлиқ эмас. Масалан, йирик сайёҳлик (туристик) ташкилотларида ҳам, майда ташкилотларда ҳам ўртача бир кишига тўғри келадиган харажатлар деярли бир хилда бўлади.

3. Корхоналар ҳажми самарадорликка таъсирининг учинчи кўринишида фойдаланилган ишлаб чиқариш омилларининг ўсишига қараганда унинг самарадорлиги паст даражада бўлади. Масалан, ишлаб чиқариш омиллари икки баробар ошса, маҳсулот ҳажми икки баробардан кам ўсади. Бундай ҳолатни салбий самара деб юритилади.

Ишлаб чиқариш ҳажмининг ижобий ва салбий самарасини жадвал шаклида қуйидагича ифода этиш мумкин.

Ушбу тасвирда ишлаб чиқариш жараёни ифода этилган бўлиб, унда капитал (механизмларнинг сарфланадиган вақти) билан меҳнат (қўл меҳнат сарфи) 1:5 мутаносибликда ифода этилган. Ор чизиғидаги нуқталар шу мутаносибликдаги омилларнинг турли комбинацияларда ишлаб чиқаришнинг ташкил этилаётганлигини ифода этади.



27-график. Ишлаб чиқариш ҳажми самараси

Графикдан кўришиб турганидек, ишлаб чиқарадиган маҳсулот ҳажми нисбатан паст бўлган "ОА" қисмидаги нуқталардан ишлаб чиқариш ҳажмининг самарадорликка таъсири ижобий бўлган. Чунончи, қўл меҳнати 5 соат, машина вақти 1 соат бўлганда ишлаб чиқарилган маҳсулот 10 биргаликдан иборат бўлган (тасвирдаги қуйи изокванта). Кейинчалик бу иккала омил икки баробар ошганда (қўл меҳнати 10 машина вақти 2 соат) маҳсулот ҳажми 3 баробарга (10 дан 30 гача) кўпайган. Ишлаб чиқариш омиллари яна 50% га ошганда (кўп меҳнати 10 дан 15 га ва машина вақти 2 дан 3 га) маҳсулот ҳажми яна 2 баробарга ошади (30 дан 60 гача).

Корхонада ишлаб чиқариладиган маҳсулот ҳажми, нисбатан юқори бўлган "АР" қисмидаги нуқталарда ишлаб чиқариш ҳажмининг самарадорликка таъсири салбий ҳисобланади. Чунончи, ишлаб чиқариш омиллари 1/3 қисмга ошганда (қўл меҳнати 15 дан 20 гача, машина вақти 3 дан, 4 га) ишлаб чиқарадиган маҳсулот ҳажми ҳаммаси бўлиб, 1/6 қисмга ошган (60дан 70гача). Ишлаб чиқариш оширилган яна 50% га ошганда (қўл меҳнати 20дан 30га, машина вақти 4дан6га) ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми 1/7 қисмга ошган (70дан 80гача). Графикга қараб айтиш мумкинки, ишлаб чиқариш ҳажмининг самараси ижобий бўлганда, изокванталар бир-бирига яқин жойланади, салбий бўлганда улар бир-биридан узоқлашади, яъни тобора кўпроқ ишлаб чиқариш омилларини жалб қилишни талаб этади. Агар ишлаб чиқариш ҳажми самарага таъсир этмаса, унда изокванталар бир-биридан бир хил узоқликда жойлашади. Ишлаб чиқариш ҳажмининг самарадорликка таъсири қонуниятига мувофиқ кўпгина мамлакатлардаги фирмалар ўз ишлаб чиқаришини ташкил этган. Ишлаб чиқариш ҳажми ижобий бўлган тармоқларда йирик корхоналар ташкил этилган. Одатда маҳсулот ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган корхоналарда йирик ишлаб чиқариш самарали ҳисобланади, хизмат кўрсатувчи соҳаларда бўлса, майда корхоналар ташкил этилади.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтиш мумкинки, корхона ҳажмининг белгилаганда ҳар бир тармоқнинг ўзига хос хусусиятларини, ишлаб чиқариш ҳажмининг самарадорликка таъсир этиши қонуниятларини ҳисобга олиш лозим.

Хулоса

1. Ишлаб чиқаришда турли омиллар таъсир этади. Булар моддий омиллар, меҳнат ресурслари ва капиталдан иборат. Ишлаб чиқаришнинг ана шу омилларга боғлиқлигини акс эттиришда ишлаб чиқариш функциясидан фойдаланиш мумкин. Ишлаб чиқаришни тўғри тақсимлашда изокванта усулидан фойдаланилади.

2. Агар корхонада ишлаб чиқаришни битта омил ҳисобида ривожлантириш лозим бўлса, унда бошқа омил ўзгармас ҳолда қолади. Ана шу битта омилни кўпайтира бориб, ишлаб чиқаришда зарур бўлган ва мақсадга мувофиқ ҳажмдаги ресурс миқдори аниқланади.

3. Ишлаб чиқаришни самарали ташкил этиш учун корхонанинг мақсадга мувофиқ ҳажмини белгилаш лозим бўлади. Корхона ҳажмининг самарадорликка таъсирини уч хилдаги кўриниши мавжуд. Биринчи кўринишдаги таъсир шундан иборатки, унда қилинган сарф-харажатлар икки баробар фойда келтиради. Иккинчи кўринишда бўлса, қанча харажат қилинса, шунча даромад олинади. Учинчи кўринишда олинган даромадга кўра, харажатлар кўп бўлади, яъни корхона ҳажмини кенгайтиришга қилинган харажат зарар билан якунланади.

Назорат ва мулоҳаза саволлари

1. Ишлаб чиқариш функцияси нима?
2. Изокванта нима учун керак?
3. Изокоста нимани билдиради?
4. Ишлаб чиқаришни битта омил ҳисобида қандай ташкил этилади?
5. Ишлаб чиқаришни иккита омил ҳисобида қандай ташкил этилади?
6. Корхона ҳажми деганда нимани тушунасиз?
7. Корхона ҳажмининг самарадорликка таъсирининг қандай кўринишлари бор?

8- боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ

8.1. Харажатлар тўғрисида тушунча. Корхона (фирма) иқтисодий фойдаси

Ҳар бир корхона, фирма ва қолаверса ҳар бир шахс ўз ишлаб чиқариш фаолиятида юқори даражада фойда олишга интилади. Бунга қандай эришиш мумкин. Бунга умумий жавоб шундай: корхона, фирма

ва ўз фойдаси миқдорини кўлайтиришни мақсад қилиб қўйган ҳар бир шахс ишлаб чиқариш жараёнини шундай ташкил этиши лозимки, бир хил ҳажмдаги ишлаб чиқарадиган тайёр маҳсулотга имкони борича кам ишлаб чиқариш омиллари сарф этсин, яъни ишлаб чиқаришни энг кам харажат билан амалга оширсин, ўз-ўзидан маълумки, фирма, ишлаб чиқариш ҳажми доимо ўзгаришда бўлади. Айрим ҳолда у кенгайтирилади, баъзида бўлса қисқаради. Шунинг учун юқоридаги фикрни бошқача талқин қилиб айтиш мумкинки, корхона, фирма ишлаб чиқаришни шундай ташкил этиши лозимки, унга ишлаб чиқарадиган маҳсулоти бирлигига имкони борича кам омиллар жалб этилсин.

Ишлаб чиқариш омилларига ёки ресурсларига қилинадиган сарф харажатлар ишлаб чиқариш харажатлари деб аталади. Шундай экан, ишлаб чиқаришнинг энг юқори самарадорлиги ишлаб чиқариш харажатларини энг кам даражага келтиришдан иборат.

Харажатлар тўғрисида фикр юритар эканмиз «бой берилган имкониятлар харажати» деган тушунчани билишимиз керак. «Бой берилган имкониятлар харажати» деб бирор хил ресурсдан фойда олиш мақсадида фойдаланиб, лекин мақбул йўл танланмагани учун бой берилган даромадга айтилади.

Масалан, бирорта тадбиркор ишлаб чиқариш фаолиятини амалга ошириш учун 100 минг сўм харажат қилди. Йил охирида шу фаолият натижасида 110 сўм даромад қилади, яъни фойда 10 минг сўм бўлди. Лекин бу тадбиркор киши 100 минг сўм пулини жамғарма банкига қўйганда 15% йилгига қўшимча берилса, унда 115 минг сўм даромад олиши мумкин эди, яъни фойда 15 минг сўмни ташкил этиб, бой берилган имконият харажати 5 минг сўмни ташкил этади.

Мана шу каби бой берилган имкониятлар харажати ҳар бир фирма, корхона, тадбиркор шахс билан ҳар доим ёнма-ён туради. Ҳар бир фирма, тадбиркор шахс бирор хилдаги ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш фаолиятини олиб боришни кўзда тутганида унинг олдида мавжуд ресурслардан қайси бирини танлаш имконияти туради, чунки бозорда турли хилдаги ресурслар бўлади, уларнинг баҳоси турлича.

Масалан, бирорта ҳовли қурмоқчисиз. Уйни ғиштдан(пишиқ ғишт, хом ғишт, шлакобетон ғишт ва ҳ.к.) ёғочдан, цементдан, тошдан қуриш мумкин. Қайси бирини танлаш керак. Сиз сотиб олган ресурс баҳоси «бой берилган имкониятга» тенг бўлиши мумкин. Чунки сиз бошқа ресурслар ўрнига шуни танладингиз. Худди шунга ўхшаш мисол корхона, фирмага ҳам тааллуқли. Чунончи, дераза, эшик ва умуман мебел фабрикаси қайси ёғочни танлаши керак. Қизил ёғоч, қайин, эман ва ҳ.к. Ёғоч олиб кесиш керакми ёки тайёр тахтами, қайси бири афзал?

Бунга ўхшаш мисолни ишчиларни ёллашга ҳам қўллаш мумкин. Сиз айнан танлаган ишчингиз бошқа сиз танламаган ишчига нисбатан ёмон ишлади ва ҳ.к.

Юқорида келтирган мисоллар ташиқаридан сотиб олинадиган ресурсларга тааллуқли. Корхонанинг ички ресурслардан фойдаланишга тааллуқли бўлган «бой берилган имкониятлар харажати» ҳам мавжуд.

Масалан, корхонада бино иншоотлар, турли машина ускуналар, дастгоҳ, ҳамда унинг ҳисобида пул маблағлари мавжуд. Айрим ҳолларда корхона йил давомида фаолият юритади. Йил охирида даромади учма-уч хаттоки зиён кўради. Бунинг ўрнига бу корхона иморатини, турли ускуналарини ижарага берганда, банк ҳисобларидаги пуллари қарзга берганда улардан кўпроқ даромад қилиш мумкин эди. Демак, бу ерда ҳам бой берилган имкониятлар мавжуд.

Шундай қилиб, «бой берилган имкониятлар харажати» қонунияти корхона, фирма ва тадбиркорларнинг фойдаси миқдорини оширишда муҳим аҳамиятга эга. Ҳар бир иқтисодчи, тадбиркор тўғри йўлни танлай билиши ва корхона фойдасини ошириш тадбирларини белгилаши лозим.

Биз аввалги мавзуларда «фойда» тушунчасининг икки кўриниши тўғрисида гапирган эдик. Булар:

- а) Бухгалтерия ҳисобидаги фойда;
- б) иқтисодий фойда.

Бухгалтерия ҳисоб-китобидаги фойдани аниқлашда маҳсулотни сотишдан келган пул тушумидан бевосита харажатлар ҳамда устама харажатлар айириб ташланади.

Иқтисодий фойдани аниқлашда бухгалтерлик ҳисоб-китобидаги фойдадан «бой берилган имкониятлар харажати» ҳам айириб ташланади. Буни қуйидаги мисолда кўришимиз мумкин.

Корхонанинг жами пул тушуми = 10 минг сўм.

- бевосита харажатлар (хомашё материаллар, иш ҳақи, ёнилғи, мойлаш материаллари ва ҳ.к.) = 6 минг сўм.

- устама харажатлар (ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш харажатлари ва ҳ.к.) = 1 минг сўм.

Бухгалтерлик ҳисоби бўйича фойда = 3 минг сўм.

«Бой берилган имкониятлар харажати» = 1 минг сўм.

Иқтисодий фойда = 2 минг сўм.

Албатта, бу ерда «бой берилган имкониятлар харажати» ни аниқлаш бир мунча мураккаб, бунинг учун қўшимча ҳисоб-китоблар қилишга, норматив маълумотлардан фойдаланишга тўғри келади. Уни аниқлашининг умумий тартибини юқорида кўриб ўтдик.

8.2. Корхона фаолияти ва унинг қисқа муддатдаги харажати

Ҳар бир корхона, фирма, тадбиркор шахс ўз ишлаб чиқариш фаолиятини ташкил этишда бир қанча масалаларни ҳал қилишига тўғри келади. Жумладан, қанча хомашё сотиб олиш керак, қанча ишчи ёллаш

лозим, қанча ишлаб чиқариш воситалари лозим ва ҳ.к. Мана шунга ўхшаш масалаларни 3 гуруҳга тақсим этиш мумкин.

1. Мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари асосида қандай қилиб ишлаб чиқаришни ташкил этиш мумкин?

2. Фан, техника тараққиётининг эришилган ютуқларига кўра қандай янги қувватларни жалб этиш мумкин?

3. Техника тараққиётида бурилиш бўладиган янгиликларига қандай тартибда мослашиш мумкин?

Биринчи гуруҳда кўрсатилган тадбирларни амалга ошириш учун зарур бўлган вақтни иқтисодий фанларда қисқа муддатдаги давр деб, иккинчи гуруҳдаги - узоқ муддатдаги давр деб ва учинчи гуруҳдагини жуда узоқ муддатдаги (башорат) давр деб аталади. Бунда даврларга маълум йиллар сонини белгилашнинг хожати йўқ, чунки ҳар бир тармоқнинг ўзига хос хусусиятлари мавжуд.

Шу даврларга мос ҳолатда корхона, фирмаларнинг фаолият ҳаракати турлича бўлади. Жумладан, қисқа муддатли даврда айрим омиллар ўзгармайди. Бундай омиллар доимий омиллар деб аталади. Бундай омилларга одатда дастгоҳлар, бино-иншоотлар, ускуналар, ер ва ҳ.к лар киради. Ишлаб чиқариш жараёнида ўзгарувчи иқтисодий ресурслар ўзгарувчан омиллар деб аталади. Бунга хомашё, материаллар, ёнилғи-мойлаш материаллари ва бошқалар киради.

Узоқ муддатли даврда барча ишлаб чиқариш омилларининг асосий қисми ўзгаришда бўлиши мумкин. Жуда узоқ муддатли даврда ҳамма омиллар ўзгаришда бўлади.

Энди қисқа муддатли даврдаги фирма фаолияти харажати тўғрисида фикр юритамиз. Энг аввало харажатлар тўғрисида қуйидаги тушунчаларни билишимиз керак.

1. Умумий харажатлар (ТС) - фирманинг маълум турдаги маҳсулотини ишлаб чиқариш учун қилинган жами харажатида иборат. Умумий харажатлар икки қисмдан иборат:

- умумий доимий харажатлар (ТFC);

- умумий ўзгарувчан харажатлар (ТVC). Умумий доимий харажатлар маҳсулот ҳажмининг кўпайиши ёки камайишига қараб ўзгармайди. Корхона умуман маҳсулот ишлаб чиқармаган тақдирда ҳам уларнинг миқдори ўзгармайди. Бу турдаги харажатларга асосий воситаларни сотиб олиш учун олинган банк ссудалари фонзи, амортизация ажратмалари, суғурта тўловлари, ижара ҳақи ва шу кабилар киради. Бу харажатлар маҳсулотлар ҳажми кўпайиши, камайиши ёки умуман ишлаб чиқарилмаслигидан қатъий назар, тўланиши лозим.

Умумий ўзгарувчан харажатлар маҳсулот ҳажмининг ўзгариши билан ўзгариб туради. Агар фирманинг маҳсулоти кўпайса, бунинг учун у қўшимча ишчи кучи, хомашё, электр қуввати, ёнилғи-мойлаш материалларини сарфлашига тўғри келади.

2. Ўртача харажатлар (АС)-фирманинг маҳсулоти бирлиги тўғри келган харажатлардан иборат. Ўртача харажатни ҳам ўртача доимий харажатга (АFC) ва ўртача ўзгарувчан харажатга (АVC) бўлиш мумкин. Ўртача доимий харажат маҳсулот миқдорининг кўпайиши билан доимо камаяди ва аксинча маҳсулот миқдорининг камайиши билан у кўпаяди. Ўртача ўзгарувчан харажат (АVC) бўлса, маҳсулот миқдорининг ўзгариши билан ё кўпаяди ёки камаяди.

3. Қўшимча (придельной) харажат (МС)-ҳар бир қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот бирлиги учун сарфланган харажат ҳисобига умумий харажатнинг ўсган қисми. Доимий харажат ҳар доим ўзгармас бўлганлиги учун қўшимча доимий харажат ҳар доим «0»га тенг (MFC=0). Шунинг учун ҳам қўшимча харажат ва ҳар доим қўшимча ўзгарувчан харажатдан иборат бўлади.

Юқорида айtilган фикрларни аниқроқ тушуниш учун қуйидаги жадвалга мурожаат этамиз.

16-жадвал.

Ишлаб чиқариш харажатларининг ўзгариши

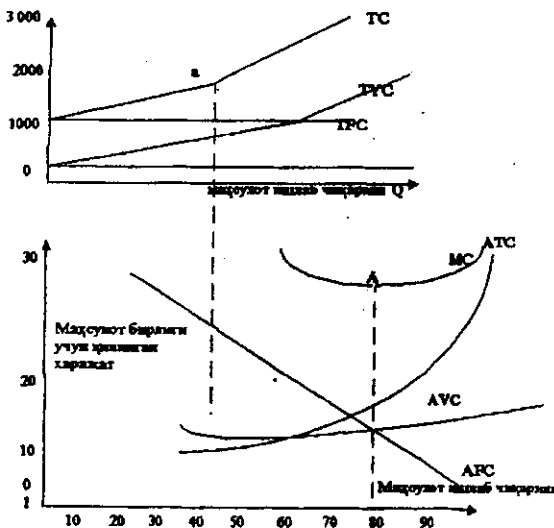
Меҳ.бир- лиги миқ- дори/Л	Умум. маҳ- сулот /Q/	Умумий харажат			Қўшимча /придель/ хар./МС/	Ўртача харажат		
		Дои мий /ТС/	Ўзгарув чан /ТУС/	умумий /ТС/		дои- мий /АFC/	Ўзгарув- чан /АVC/	Умумий /АТС/
0	0	1000	0	1000	-	-	-	-
1	15	1000	250	1250	16.7	66.7	16.7	83.3
2	40	1000	500	1500	10.0	25.0	12.5	37.5
3	63	1000	750	1750	10.8	15.9	11.9	27.8
4	76	1000	1000	2000	19.2	13.2	13.2	26.3
5	85	1000	1250	2250	27.8	11.0	14.7	26.5
6	90	1000	1500	2500	60.0	11.1	16.7	27.8
7	91	1000	1750	2750	250.0	11.0	19.2	30.2

Жадвалдаги қўшимча харажат умумий харажатнинг ўсган қисми (ТС) ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг ўсган қисмига Q нисбати билан аниқланади. Масалан, тўртинчи ишчини ишга ёллаш натижасида маҳсулот миқдори 13 бирликда (76-63) ўсган, умумий харажат бўлса, 250 сўмга (2000-1750) ўсган. Демак, бу ерда $MC = 250:13 = 19,2$ сўм бўлади.

Бу жадвал маълумотларини графикда акс эттирсак, қуйидагича бўлади. Графикдан ҳулоса қилиб айта оламизки, «а» нуқтасида яъни қўшимча харажат (МС) энг паст бўлган нуқтада умумий харажат ҳам (ТС) паст даражада бўлади. Бу айни шу нуқтада қўшимча харажат ҳисобига кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш мумкин дегани. Бундан ташқари доимий харажат (АFC) маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми кўпайиши билан пасайиб боради, ўзгарувчан харажат бўлса, дастлаб пасайиб боради ва кейинчалик меҳнат унумининг кўпайиши ва қўшимча маҳсулотнинг камайиши қонуниятига кўра ортиб боради. Шунга кўра

дастлаб ўртача умумий харажат (ATC) пасайиб борса, кейинчалик ўзгарувчан харажатнинг ўсиши умумий ўртача харажатнинг ҳам ўсишга олиб келади. Бу графикдаги А нуқтаси ҳисобланади. Шу нуқта айна вақтда энг кам харажат нуқтаси ҳисобланади. Бизнинг мисолимиздаги энг кам харажат талаб қилинадиган нуқта агар фирма 4-ишчи ёлласа, 76-бирликдаги маҳсулот ишлаб чиқарса, доимий ва ўзгарувчан харажати 2000 сўмини ташкил қилган варианты ҳисобланади, чунки шунда умумий ўртача харажат (ATC) маҳсулот бирлиги ҳисобиغا 26,3 сўмини ташкил қилади. Шу нуқтада (А) $Q=76ra$ тенг.

Жами харажат сўм



28- график. Харажатлар эгри чизиги

Агар фирма кам маҳсулот ишлаб чиқармоқчи бўлса, фирма ўзининг доимий капиталидан тўлиқ фойдаланмаган бўлади, агар кўп маҳсулот ишлаб чиқармоқчи бўлса, кўшимча равишда жалб қилинадиган ресурс учун сарфланадиган харажат ўзини қопламайди. Бундай ҳолатларда муқобил вариантлардан фойдаланиш керак. Биринчи ҳолатда ишлаб чиқариш воситаларини ижарага бериш, иккинчи ҳолатда ресурс сотиб олишга мўлжалланган маблағни кредит бериш учун банкка қўйиш мумкин.

8.3. Корхона фаолияти ва унинг узоқ муддатдаги харажати

Юқоридаги саволда биз «фирма қисқа муддатдаги ўз фаолиятида бирор хил маҳсулот ишлаб чиқариш учун ишлаб чиқариш омилларидан биттасини ўзгартиради, бошқалари бўлса, ўзгармас ҳолатда бўлади» - деб фараз қилдик. Узоқ муддатдаги фаолиятида бўлса, фирма барча ишлаб чиқариш омилларини ўзгартириши мумкин. Шундай қарор қабул қилиш фирмадаги тадбиркорларга катта масъулият юклайди, чунки бунда кўп омиллар таъсирини ҳисобга олиши, уларнинг келгусидаги баҳоларини, бозор конъюнктурасини, тармоқнинг ривожланиши ҳолатини кўзда тутишлари лозим. Бунда хатоликларга йўл қўйилиши, жумладан унумдорлиги паст бўлган ускуналар, машиналарнинг сотиб олиниши фирманинг банкрот бўлишига олиб келиши мумкин.

Фирманинг узоқ муддатдаги фаолияти ҳам харажат ҳажмини энг кам даражага туширишга қаратилган бўлади. Бунда ҳам ресурслар баҳоси ўзгармас деб ва қўйилган масалани тушуниши энгил бўлиши учун ишлаб чиқаришда фақат иккита омил меҳнат ва капиталдан фойдаланилади, деб фараз қиламиз. Фирманинг узоқ муддатли фаолиятида бу иккала омил ҳам ўзгарувчи ҳисобланади. Бундан ташқари даставвал маълум миқдордаги ишлаб чиқарилган маҳсулотга тўғри келадиган меҳнат ва капиталнинг мақсадга мувофиқ миқдори аниқланади ва шу маълумотга кўра, бизни қизиқтирадиган ҳажмдаги маҳсулот учун камайтириш тамойилини белгилаймиз.

Фараз қилайлик, фирма маълум миқдордаги капитал ва меҳнат билан маълум миқдорда маҳсулот ишлаб чиқармоқда. Фирма олдидаги асосий вазифа, шу иккала омилнинг бирортасини камайтириш ва кўпайтириш асосида, бошқача қилиб айтганда улар ўртасидаги мутаносибликни тўғри белгилаш асосида харажат миқдорини камайтиришдан иборат.

Бунинг учун фирма меҳнатни капитал билан (ёки аксинча) алмаштириб боради, токи бир бирлик меҳнат баҳосига тўғри келган қўшимча маҳсулот, бир бирлик капитал баҳосига тўғри келган қўшимча маҳсулотга тенг бўлсин, яъни

$$\frac{MR_K}{P_K} = \frac{MR_L}{P_L}$$

MR_K ва MR_L қўшимча меҳнат ва капитални жалб қилиш натижасида олинган қўшимча маҳсулот.

P_K ва P_L капитал ва меҳнат бирлиги баҳоси.

Бу фикрларни тушуниш учун аввалги мисолга қайтамыз.

- Меҳнат бирлиги баҳоси 250 сўм.

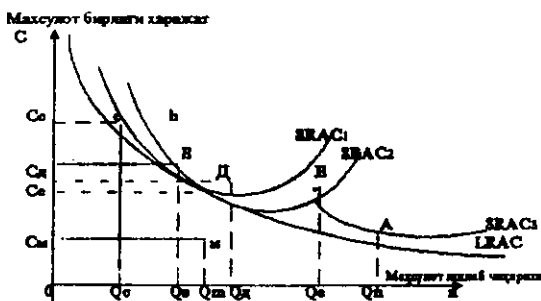
- Капитал бирлиги баҳоси 100 сўм. Фараз қилайлик, бир бирликдаги капитални (100 сўм) ишлаб чиқаришга жорий қилинса, 10 бирликдаги

маҳсулот ортади (яъни) капитални қўшимча маҳсулот $MR_k=10$ меҳнатники бўлса, $MR_L=5$ бирликдан иборат. Бундан юқоридаги формулага кўра:

$$\frac{10}{100} > \frac{5}{250} \text{ бўлади.}$$

Бунда фирма 2 бирликдаги меҳнатдан воз кечса, 10 бирликдаги маҳсулот қисқаради, лекин 500 сўм тежаллади. Шу сумманинг 100 сўмига 1 бирликдаги капитал киритиб, 10 бирликдаги маҳсулотни кўпайтиради, яъни маҳсулот аввалги ҳолатга қайтади. Лекин 400 сўм тежаллади.

Шундай қилиб, аниқ бўлган миқдордаги маҳсулот ишлаб чиқариш учун унинг бирлигига сарфланадиган харажатни камайитириш йўлини билдик. Энди фирма қачон маҳсулоти миқдорини кўпайтириши ёки камайитириши мумкинлигини кўриб чиқамиз. Бунини қўнидаги графикда кўрамиз.



29 - график. Узоқ муддатдаги ўртача харажат эгри чизмеси

Графикдан кўриниб турибдики, $LRAC$ эгри чизиги C дан A гача пасайиб борган. Яъни маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши билан ўртача харажат камайиб бормоқда. Лекин A нуқтасидан кейин харажат яна ортиб бормоқда. Бу ҳолатни шундай шарҳлаш мумкин: ишлаб чиқаришнинг дастлабки даврида янги ишлаб чиқариш қувватларининг киритилиши натижасида (албатта ресурслар баҳоси ўзгармаган ҳолда бўлганда) маҳсулотларнинг ўсиш харажатлари ортишига қараганда тезроқ бўлади, яъни йирик ишлаб чиқариш афзаллиги) ўзини кўрсатади. Бундан ташқари унумли техника воситаларининг жорий қилиниши ҳам ўртача харажатни камайтиради.

Лекин кейинчалик (A' дан кейин) ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши қўшимча ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш билан боғлиқ бўлган харажатлар талаб қилади, бунинг оқибатида ўртача харажат ошиб боради.

Графикаги М нуқтасига эътибор берайлик. Бу нуқта энг кам харажат қилинган ҳолда маҳсулот ишлаб чиқаришни билдиради. Лекин бунга эришиб бўлмайди, чунки моддий манбалар баҳосининг баландлиги шу маблағ билан маҳсулот ишлаб чиқаришга имкон бермайди. Масалан, 1 та кўйлак баҳоси ҳозир=100,0-150,0 сўм, унинг таннархи 60,0 сўм; 1 та кўйлакнинг таннархи ҳозирги хомашё баҳолари юқори бўлган пайтда 50,0 сўм бўлиши мумкинми? Йўқ, албатта.

Фирма графикдаги нуқтасига эришиши мумкин. Лекин бунга кўп миқдорда қўшимча харажат қилишга тўғри келади.

Фирманинг қисқа муддатдаги фаолияти ва ундаги харажат билан узоқ муддатдаги фаолияти харажати ўртасида алоқа борми, деган савол туғилади. Албатта, алоқа бор. Масалан, С нуқтасини олиб кўрайлик. Шу нуқта фирманинг қисқа муддатдаги ва Qc миқдоридида маҳсулот ишлаб чиқаришдаги энг кам харажат ҳисобланади. С нуқтадан кейин ишлаб чиқариш шу ҳажмда давом этиб турса, ўртача харажат ортиб боради. Шунинг учун фирма ёки тадбиркор қўшимча моддий манбалар янгиликларни жорий қилиши лозим бўлади. Шунда у В нуқтасига тўғри келадиган харажат ва маҳсулот ишлаб чиқаришга эришади. Шу тартибда Д, Е ва ниҳоят сўнгги нуқта Ага бориши мумкин. А нуқтасидан кейин ишлаб чиқаришга қўшимча манба жалб қилиб, ўртача харажатни пасайтириш имкони йўқ. Шундан кейин ишлаб чиқаришни кенгайтириш фирма харажатини камайтиришга эмас, уни кўпайтиришга олиб келади. Яъни маъқул нуқта А нуқтаси бўлиб қолади.

Хулоса

1. Ҳар қандай корхона ва фирма маҳсулот етиштириш ва хизмат турларини кўрсатиш учун харажат қилади. Ишлаб чиқариш омиллари ва бойлик манбаларига қилинадиган харажатлар ишлаб чиқариш харажатлари дейилади. Ҳамма харажатлар ҳозирги ҳисоблаш тартибига кўра, 4 гуруҳга бўлинади: - Ишлаб чиқариш харажатлари; давр харажатлари; (маҳсулот таннархи киритилмайди), молиявий фаолият билан боғлиқ харажатлар; фавқулодда харажатлар.

2. Харажатлар Бугалтерлик нуқтаи назаридан ҳақиқий харажатлар сифатида ва иқтисодий талаблар нуқтаи назаридан «бой берилган имконият харажатлари» сифатида ҳам ҳисобга олинади ва фойдаланилади. Худди шундай ҳақиқий фойда ва иқтисодий фойда тушунчалари мавжуд бўлиб, ҳақиқий фойда бугалтерия ҳисоб-китобига кўра, сотилган маҳсулотдан келиб тушган соф тушумдан шу маҳсулотни етиштириш учун кетган ишлаб чиқариш харажатини чегириб ташлагандан сўнг, қолгани тушунилади. Иқтисодий фойда эса ҳақиқий олинган фойдадан бой берилган имконият харажати олиб ташлагандан кейин, қолгани тушунилади.

3. Харажатлар етиштириладигин маҳсулот миқдорининг ўзгаришига қараб, умумий харажатга (ТС), умумий ўзгарувчи харажатга (TVC), қўшимча харажатга (МС), ўртача харажатга (АС), ўртача доимий харажатга (АFC), ўртача ўзгарувчи харажатга (AVC), ташқи ва ички харажатларга бўлинади.

4. Ҳар бир тадбиркор ишлаб чиқаришни ташкил қилганда, иложи борича фойдани юқори даражада миқдорга етказиш учун харажатнинг у ёки бу турларини камайтиришга ҳаракат қилади.

5. Корхонада юқори самарага эришиш учун харажатларни қисқа муддатларга ўзгартириш нималарга олиб келиши ҳамда харажатларни узоқ муддатларга ўзгартиришнинг аҳамияти ва зарурлигига эътибор берилади.

Низирий ва мулоҳаза саволлари

1. *Ишлаб чиқариш харажати нима?*
2. *Умумий харажат нима ва у нималарни ўз ичига олади?*
3. *Умумий, доимий ва ўзгарувчан харажатлар нима?*
4. *Ўртача, доимий ва ўзгарувчи харажатлар нима?*
5. *Қўшимча харажат кўзда тутиладими?*
6. *Бой берилган «имконият харажатлари» нима?*
7. *Корхонанинг қисқа муддатдаги фаолиятида харажатлар қандай ўзгаради?*
8. *Корхонанинг узоқ муддатдаги фаолияти қандай ўзгаради?*

9 - боб. ФОЙДАНИ КЎПАЙТИРИШ ВА РАҚОБАТЛИ ТАКЛИФ

9.1. Корхона (фирма) фойдаси, унинг моҳияти фойдани ошириш зарурати

Олдинги бобда кўриб чиқилган харажатлар эгри чизиги фирма турли ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқариши мумкин бўлган тақдирда содир бўладиган энг кам харажатни ифода қилган. Шунин билан ҳолда энди биз ҳар қандай фирма дуч келадиган асосий муаммо, яъни қандай ҳажмдаги маҳсулотни ишлаб чиқариш керак, деган муаммога эътиборни қаратамиз. Бу бобда сиз идеал рақобатли фирма энг кўп фойда олишни таъминлаш учун ишлаб чиқаришнинг мақсадга мувофиқ ҳажмини танлаб олишни кўриб чиқамиз.

Идеал рақобатга бозорда бир хил маҳсулот ишлаб чиқарувчи фирмалар қатнашиб, улар тармоққа нисбатан шунчалик кичик ўринни эгаллайдиларки, уларнинг ҳар бири бозор баҳосини ўзгартиришга таъсир эта олмайди, янгидан ташкил топган фирмалар ҳеч қаршиликсиз, осонликча тармоққа кириб келиши, фаолият кўрсатаётганлари тармоқда

қолишини (даромади қисман камаётган бўлса ҳам) кўрамыз. Масалан, корхона даромади ва фойдасини фирманинг ўзи ишлаб чиқариш ҳажмини қисқа ва узоқ муддатта аниқлашдан бошлаймиз.

Ундан кейин маҳсулот ишлаб чиқаришга таъсир этувчи омиллар-харажатлар, баҳо ва бошқаларнинг ўзгариши билан ишлаб чиқариш ҳажми ўзгаришини кўрсатамиз. Бу ерда айрим рақобатли ишлаб чиқарувчини таклиф эгри чизигини сўнг айрим корхоналар (фирмалар) таклиф эгри чизиклари асосида тармоқни умумий таклиф эгри чизигига келтирамиз.

Қисқа муддатли даврида корхона (фирма) энг кўп фойда олиш учун ишлаб чиқаришнинг қандай ҳажмини белгилаши, узоқ муддатли даврда эса нафақат ишлаб чиқариш ҳажмини, ҳатто бозорда қолиш ёки қолмасликни ҳал қилишини кўрамыз. Кўрамызки, агар корхона (фирма) юқори фойда олишга кўзи етса, ишни ташкил этиш учун киришади, зиён кўрадиган бўлса, фаолият кўрсатишдан чиқади. Корхона (фирма) фойдани кўпайтиради-ми?

Ҳар бир корхона (фирма)нинг энг асосий мақсади ва биринчи галдаги вазифаси узоқ муддатга фойдани энг юқори даражада етказишдир. Микроиқтисодиётда бу масалага бундай катта эътиборнинг берилишига сабаб шуки, шу асосда корхона (фирма) фаолияти олдиндан башорат қилиниши, турли - туман таҳликаларнинг олди олиниши мумкин.

Бу мавзу турли-туман зиддиятларга бой бўлгани учун унга алоҳида тўхталиш мақсадга мувофиқдир. Мулк эгасининг ўзи бошқарадиган унча катта бўлмаган корхоналар (фирмалар)да корхонани (фирмани) юритиш билан боғлиқ бўлган ҳамма қарорларда фойдани кўпайтириш асосий ўрин тутди. Анча катта ва йирик корхоналарда раҳбарлар (бошқарувчилар) кундалик қарорларни қабул қилишда мулк эгалари ҳар доим ҳам бошқарувчилар фаолиятини назорат остида сақлай олмайдилар. Шунинг учун бошқарувчиларда корхонада раҳбарлик қилишда маълум даражада эркинликлар бўлиб, фойдани кўпайтириш билан етарли шуғулланмасликлари мумкин.

Улар мулк эгаси бўлмаганликлари учун узоқ муддатли манфаат ўрнига қисқа муддатли манфаатни афзал кўришлари мумкин. Бошқарувчилар кўпинча фойдани катта миқдорда кўпайтириш ўрнига даромадни кўпайтиришга ёки ҳиссадорларни қизиқтириш учун дивидентни оширишга ҳаракат қилишлари мумкин. Бундан ташқари корхонанинг (фирманинг) бошқарувчилари юқори лавозимга эришиш ёки йирик мукофотлар олиш мақсадида фойда кейинчалик камайса ҳам, уни қисқа муддатда оширишга ҳаракат қиладилар. Аммо ҳар қандай бошқарувчининг фойдани кўпайтиришдан бошқа ҳамма ҳаракатлари маълум даражада чегараланган бўлади.

Ҳиссадорлар ёки директорлар кенгаши бундай раҳбарларни лавозимидан четлаштириши ва корхонани (фирмани) бошқа раҳбарларга топшириши мумкин. Умуман олганда фойдани кўпайтириш билан шуғулланмайдиган корхонанинг (фирмами) яшаб кетиш имконияти кам бўлади. Шунинг учун маълум тармоқда фаолият кўрсатувчи ҳар қандай корхона (фирма) яшаши ва равнақи учун узоқ муддатга фойдани кўпайтиришни, ўзининг биринчи галдаги вазифаси деб қарайди. Умуман фойда ўзи нима? Фойда-даромад билан унга қилинган харажатлар ўртасидаги фарқ.

Шунинг учун фойдани кўпайтиришга ҳаракат қилаётган корхонанинг (фирмани) ишлаб чиқариш ҳажмини аниқлаш учун, яъни ишлаб чиқаришда қандай ҳажмда фойда ортисини аниқлаш учун биз корхона (фирма) даромадини таҳлил қилиб чиқишимиз ва даромад нималигини тушунишимиз керак. Фирма олаётган умумий даромад R маҳсулот баҳоси P ни сотилган маҳсулот миқдори Q кўпайтмага тенг.

$$R(Q) = PQ$$

бу ерда:

R = умумий даромад

P = бир бирлик маҳсулот баҳоси

Q = сотилган маҳсулот миқдори.

Даромаднинг $R(Q)$ шаклида ёзилишига сабаб шундаки, даромаднинг ҳажми ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ бўлганлигида. Умумий даромад $R(Q)$ тушунчаси билан бирга қўшимча олинган даромад (MR) ёки қўшимча даромад тушунчаси мавжуд бўлиб, ҳар гал ортган умумий даромадни $pR(Q)$ ҳар гал ортган маҳсулот миқдорига нисбати билан аниқланади, яъни

$$MR = \nabla R(Q) : \nabla Q \text{ ёки } MR = \nabla R(Q) / \nabla Q$$

Ниҳоят, ўргача даромад (AR) тушунчаси мавжуд бўлиб, у 1 бирлик маҳсулотни сотишдан келган даромадга тенг бўлади, яъни

$$AR = R(Q) : Q \text{ ёки } AR = R(Q) / Q$$

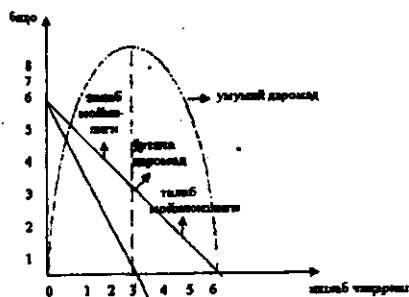
17 - жадвал

Умумий, қўшимча ва ўргача даромад

Бир бирлик маҳсулот баҳоси	Сотилган маҳсулот миқдори	Олинган даромад		
		умумий	қўшимча	ўргача
6	0	0	-	-
5	1	5	5	5
4	2	8	3	4
3	3	9	1	3
2	4	8	-1	2
1	5	5	-3	1

Жадвал маълумотларига асосан талаб эгри чизиги $P=6-Q$ бўлганда, умумий қўшимча ҳамда ўртача даромадларнинг ўзгаришини кўриш мумкин. Кўриниб турибдики, бу тенгламада ўртача даромад 1 бирлик маҳсулот баҳосига тенг, яъни $AR=PxQ / Q=P$ Бундай тенгламада даромад миқдори 0 га тенг бўлади, чунки бир бирлик маҳсулот баҳоси 6 сўм бўлганда, уни ҳеч ким олмаганлиги учун ишлаб чиқарилмайди. $P=6-Q$; $P=0$. Агар баҳо 5 сўм бўлса, 1 бирлик маҳсулот ишлаб чиқарилиб, унда даромад 5 сўмга тенг бўлади, яъни $5=6-Q$; $Q=6-5=1$; $Q=1$.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш 1 бирликдан 2 бирликка ошса, даромад 8 сўмни ташкил этади, яъни $P=6-2=4$; $P=4$ баҳо 4 сўм бўлиб, икки бирлик сотилса, маҳсулот 5 сўм даромад келтирган бўлса, иккинчи бирлик маҳсулот 3 сўм, яъни қўшимча даромад - 3 [$(8-5)=3$] сўмни ташкил этади. Агар сотилган маҳсулот миқдори 3 дан 4 донга кўтарилганда, қўшимча даромад салбий хусусиятга эга бўлиб, 1 ни $(8-9)$ —1 ни ташкил этади.



30-график. Умумий, қўшимча ва ўртача даромад эгри чизиги

Шунга кўра, сотилган маҳсулот миқдори 4 дан 5 га ўтганда қўшимча даромад - 3 сўмни ташкил этади. Кўриниб турибдики, қўшимча даромад ижобий (мусбат) бўлганда, маҳсулот ҳажмининг ошиши билан даромад ошиб боради. Қўшимча даромад салбий (манфий) бўлганда, даромад (умумий) камайиб боради. Бундан ташқари талаб баҳога нисбатан мойил (эластик) бўлганда, умумий даромад ортиб боради. Талаб эгри чизигининг юқори қисми буни кўрсатиб турибди. Пастки қисмида эса баҳо пасайгани билан маҳсулот миқдорида катта ўзгариш бўлмаганлиги учун умумий даромад камаяди. Шунга кўра, талаб баҳога нисбатан номойил (ноэластик) ҳисобланади.

Рақобатли бозорда ҳар бир алоҳида олинган фирма ёки корхона бозор баҳосига таъсир эта олмагани учун ўртача даромад (AR) ва қўшимча даромад (MR) баб-баробар бўлиб, талаб ўртача ва қўшимча

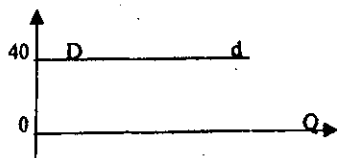
даромад эгри чизиги горизонтал ҳолда бўлади. Биз юқорида таъриф бергандай фойда $p(q)$ олинган умумий даромад $R(Q)$ билан жами харажат (тула тан нарх) - $ТС$ ўртасидаги фарқдан иборат, яъни $n(q) = R(Q) - TC$. Корхона фаолиятини таҳлил қилиш жараёнида фойданинг бир неча тушунчаси ва кўринишлари мавжуд бўлади. Ҳақиқий фойда ақиқатда ҳисобот маълумотларида-ҳақиқий харажатлар асосида аниқланган фойда ҳисобланади. Бу фойда корхона молиявий фаолиятини ташкил қилишда асосий манба ҳисобланади. Масалан, корхона пахта ишлаб чиқариш ва сотиб ҳақиқатда минг сўм фойда олган бўлса-ю маблағни қанд лавлаги ишлаб чиқаришга сарфлаб, уни сотганда 1500 сўмлик фойда олса - бу фойда иқтисодий фойда ҳисобланади. Ноль иқтисодий фойда ёки ўртача фойда деганда бошқа ҳамма корхоналар каби сарф қилган капиталга бир хил фойда олиш ёки бир хил рентабелликда бўлиш тушунилади. Ўртача фойда корхона (фирма) нинг фаолият кўрсатаётган тармоқда (соҳада) қолишини таъминлайди. Иқтисодий фойда ноль даражада бўлиши ёки ўртача фойдани шаклланганлиги бозорни узоқ муддатли барқарорликка эришганлигидан далолат беради. Ижобий иқтисодий фойда корхонани, бирор сармодорни фаолият бошлашга рағбатлантирса, ижобий ҳақиқий фойда ишлаб чиқаришни ёки фирмани анча оёққа туриб ололганидан далолат беради.

Монопол фойда ёки иқтисодий рента - чекланган ишлаб чиқариш омилларидан фойдаланиш натижасида содир бўлган фойда ҳисобланади. Масалан, иккита корхона бир хил ерга эга бўлиб, ерни олиш билан боғлиқ бўлган харажатлар бир хил бўлган ҳолда, биринчи транспорт тармоғига яқин жойлашиб, маҳсулотларни ташишга 10000 сўм кам сарф қилса, шу 10000 сўм унинг фойдаси кўшимча фойда ҳисобланади. Иқтисодий рента ишлаб чиқариш омилларининг чекланганлигидан келиб чиқади ва у ёки бу ишлаб чиқариш омилларига бериш хоҳишини билдирилган баҳо билан шу омилни энг кам баҳоси ўртасидаги фарқдан иборат бўлади.

1 гектар ҳар томонлама қўлай ва унумли ернинг баҳоси 1,0 млн. сўм, энг ноқулай ва унумсиз ернинг баҳоси, яъни энг арзон ернинг баҳоси 0,5 млн. сўм бўлганда биринчи ерда 0,5 млн. сўм иқтисодий рента (қишлоқ хўжалик дифференциал рента) ҳосил бўлади. Биринчи, яъни қулай ва унумли ердан фойдаланган корхона ёки фирма иқтисодий рентага эга бўлади. Юқори фойда бирлик кўшимча маҳсулотни сотишдан олинган даромаднинг шу бир birlik кўшимча маҳсулотга қилинган харажатга баробар келиши натижасида олинган фойда. Шунда рентабеллик энг юқори даражага эришяди. Шунга кўра фойдани кўпайтириш дегани энг юқори рентабелликни таъминлаш деганидир.

9.2. Қисқа муддатдаги ишлаб чиқариш ҳажмини танлаш ва корхона фойдасини ошириш

Қисқа муддатли вақт давомида ҳар бир корхона (фирма) доимий капитал ҳажми берилган ва ўзгармас бўлганлиги учун фойдани ошириш имконини берадиган ўзгарувчи ишлаб чиқариш омиллари (меҳнат ва материаллар) ҳажмини танлаб олиши керак бўлади. Бу масала жуда долзарб ва аҳамиятли бўлганлиги учун уни жадвал ва график усулларида фойдаланган ҳолда ечамиз. Қуйидаги келтирилган 18-жадвалда корхонанинг даромади ва харажатлари тўғрисида маълумотлар келтирилган.



31-чизма. Рақобатли фирма талаби

Корхона (фирма) шакланган рақобат бозорида қатнашаётганлиги ва бозорга чиқараётган маҳсулотининг ҳажми қандай бўлишидан қатъий назар, бозор баҳосига таъсир қила олмастлиги учун ўз маҳсулотини бозор баҳосида сотади. Бунда талаб чизиғи горизонтал ҳолда бўлади. (Графикка қаранг). Бу ҳолда корхонанинг умумий даромади сотиладиган маҳсулот миқдорининг ўсишига мутаносиб (пропорционал) ҳолда ўсиб боради. Чунки талаб чизиғи горизонтал бўлганда ўртacha даромад (AR), баҳога (P) тенг бўлади, яъни $AR=P$. Доимий харажатлар (FC) 50 сўм бўлиб тўла харажатлар (TC) маҳсулот етиштириш ҳажмининг ортиши билан ортиб боради. Корхонанинг (фирмани) фойдаси умумий даромад билан тўла харажатлар ўртасидаги фарқда ёки айирмадан иборат бўлади.

$$\Pi(g) = R(Q) - TC$$

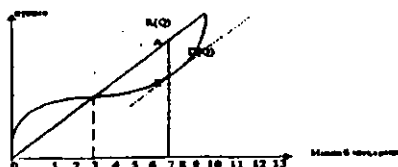
Графикдан кўришиб турибдики, ишлаб чиқарилган ва сотилган маҳсулотлар ҳажмини маълум миқдорда олинган умумий даромадлар, доимий (FC) ва ўзгарувчан (VC) харажатлардан ёки тўла харажатни (TC) қоплашга етарли эмас, яъни корхона бу ҳажмдаги (4 бирликкача бўлган) маҳсулотларни етиштиришдан зиён кўради. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва оплашга етарли эмас, яъни корхона бу ҳажмдаги (4 бирликкача бўлган) маҳсулотларни етиштиришдан зиён кўради. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш миқдорининг кўпайиб бориши билан ишлаб чиқаришнинг фойдалилиги ортиб боради ва 8 бирлик маҳсулотга

Корхонанинг қисқа муддатдаги даромади ва харажатлари

Маҳсулот ҳаққонда миқдор	1 бирлик маҳсулот баҳоси сўм	Умумий даромад /ялпи маҳсулот/	Тула харажатлар /таннарх/	Фойда сўми	Қушимча маҳсулот харажати	Бирлик ҳисобига маҳсулот берган даромад	Рента-беллик	Дойимий харажат		Узгаришчан харажат	Узгаришчан харажат		Умумий харажат
								TR	TC		P	MC	
0	40	40	100	60	50	40		60	50	50	50	100	
1	40	0	50	-50	-	-	-100	50	0	-	-	-	
2	40	80	128	-40	28	40	-37,5	50	78	39	39	64	
3	40	120	148	-28	20	40	-20	50	98	32,7	32,7	49,3	
4	40	160	162	-2	14	40	0	50	112	28	28	40,5	
5	40	200	180	20	18	40	11,0	50	130	26	26	36	
6	40	240	200	40	20	40	20,0	50	150	25	25	33,3	
7	40	280	222	58	22	40	21,0	50	175	25	25	32,1	
8	40	320	260	60	38	40	23,0	50	204	25,5	25,5	31,8	
9	40	360	305	55	45	40	18,0	50	242	26,9	26,9	32,4	
10	40	400	360	40	55	40	11,0	50	300	30	30	35	
11	40	440	425	15	65	40	3,8	50	385	35	35	38,6	
12	40	480	520	-40	95	40	-7,7	50	470	39,2	39,2	43,3	
13	40	520	610	-90	110	40	-14,7	50	560	43,0	43,0	46,9	
14	40	560	700	-140	90	40	-20	50	650	46,4	46,4	50	
15	40	600	820	-220	120	40	-268	50	770	51,3	51,3	54,6	

етганда энг юқори натижага эришади. 8 бирликдан кейин тўла (ТС) харажатларнинг ўсиш суръати умумий даромаднинг $R(Q)$ ўсиш суръатидан юқори бўлади. Кўриниб турибдики, корхонада маҳсулот ишлаб чиқариш 8 бирлик бўлганда фойда энг юқори даражага, яъни максимал даражага етиб фойданинг оширилишига эришилади.

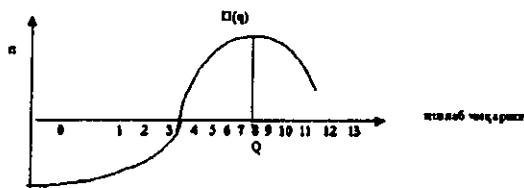
Агар бир бирлик қўшимча маҳсулотдан олинган даромад (MR) шу маҳсулотга қилинган қўшимча харажатга (MC) тенг ёки яқин бўлганда фойда ошади. Фойданинг ошиши энг юқори фойдалиликни ифода қилади. Жадвалда яна шу маҳсулотнинг 8 бирлиги энг юқори фойдалиликка тўғри келади. $Q = 8$ бўлганда $MR = MC$ га тенг ёки яқин бўлади.



32-график. Қисқа муддатда фойдани энг юқори даражага етказиш (а)

Графикда тўғри чизик сифатида умумий даромад кўрсатилган. Бу кўрсаткичнинг тўғри чизик сифатида бўлиши, баҳо бир хил бўлганлиги учун умумий (яъни маҳсулот) даромад маҳсулот миқдорининг ўсишига тўғри мутаносиб бўлганлигидан, яъни умумий даромад тўғри чизигининг бурчак коэффициенти умумий даромад ўзгариши қўшимча даромад ўзгаришига нисбатидир. Яна такрорлаймизки, баҳо ўзгармаганлиги учун нисбат маҳсулот нисбатини ўзгаришидан иборат бўлади, холос.

Маҳсулот миқдори ҳар доим бир хил ўзгаргани учун чизик тўғри чизикдан иборат бўлди. Тўла харажатлар (ТС), яъни маҳсулот таннархи бурчак коэффициенти харажатлар ўзгаришини, яъни бир бирлик қўшимча маҳсулотга қилинган қўшимча харажатларнинг маҳсулот миқдори ўзгаришига нисбати билан белгиланади. Бир бирлик маҳсулотга қилинган қўшимча харажатларнинг ўнга мутаносиб ҳолда ўзгаришига олиб келади. Қўшимча олинган даромад (MR) қўшимча қилинган харажати (MC) қопламаганда умумий харажат (ТС) чизиги умумий даромад ($R(Q)$) чизигдан юқори, аксинча, қўшимча харажатлар (MC) қўшимча даромаддан (MR) кам бўлганда умумий харажат (ТС) чизиги умумий даромад ($R(Q)$) чизигидан пастда ўтади. Агар умумий харажат (ТС) чизиги умумий даромад ($R(Q)$) чизигини юқорисидан ўтса, маҳсулотнинг зиён келтиришини, пастдан ўтган ҳолда фойда келтиришини кўрсатади.

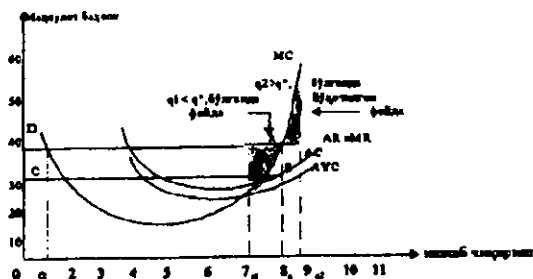


33-график. Қисқа муддатда фойдани энг юқори даражага етказиш

Агарда фойдани мутлақ суммада аниқламоқчи бўлсак, корхона (фирма) 4 бирлик маҳсулот етиштирганда 188 сўм зиён кўрган бўлиб, 5 дан 12 гача, яъни қўшимча 7 бирлик етиштирган маҳсулотни 288 сўмлик фойда келтиради. 11 бирлик маҳсулот етиштириш корхонага (фирмага) 100 сўм (соф=288-188 соф) фойда олишни таъминлайди. Юқоридаги график таҳлилидан шу нарса келиб чиқадики, агар қўшимча даромад (MR) қўшимча харажатдан (MC) ортиқ, бўлса, $MR > MC$ фирма маҳсулот етиштиришни кўпайтиришга ҳаракат қилиши керак. Чунки бу шароитда корхонанинг оладиган соф фойдаси ортиб боради. Агар қўшимча даромад (MR) қўшимча харажат (MC) дан кам бўлса, $MR < MC$ корхона (фирма) маҳсулот етиштиришни камайтириб бориши керак бўлади. Чунки бу ҳолда ҳар бир қўшимча маҳсулот берадиган фойда миқдори камайиб, маълум миқдорга етганда жами маҳсулотни чиқариш умуман зиёнга айланади.

Рақобатли корхонада (фирмада) фойдани энг юқори даражага етказиш. Биз юқоридаги корхонанинг (фирмани) рақобат бозоридаги талаб эгри чизиғи горизонтал чизиқдан иборат эканлигини, бунда қўшимча даромад (MR) ва баҳо (P) бир бирликка тенглигини таъкидлаган эдик $MR = P$. Шунга кўра, рақобатли корхона (фирмани) фойдасини ошириш қондаси қўшимча харажатни маҳсулот бирлиги баҳоси ҳар бир корхонанинг (фирмани) ишлаб чиқаришга боғлиқ бўлмаганлиги доимий тусда (бизнинг мисолда 40 сўм) бўлгани учун бир бирлик қўшимча маҳсулотдан келган даромад ҳам бир бирлик маҳсулот баҳосига (P) тенг бўлишини эслатганмиз. Шунинг учун бир бирлик қўшимча маҳсулот берган даромад шу маҳсулотнинг харажати MC ва баҳоси (P) тенг бўлганда $[P = MR = MC]$ фирманинг фойдаси энг юқори даражага етган бўлади. Буни қуйидаги графикда кузатиш мумкин.

Кўриниб турибдики, графикдаги маълумотлар ҳам графикда келтирилган қондаларни тўла тасдиқлаб турибди. Яъни қўшимча даромад (MR) билан қўшимча харажат тенглашганда фойда энг юқори даражага етишини ҳар бир қўшимча маҳсулот энг кўп фойда келтиришини кўрсатади.



34-график. Рақобатли фирма фойдасини энг юқори даражага етказиш

Графикда ўртача (AR) ва қўшимча (MR) даромадлар эгри чизиги ҳамма маҳсулотга баҳо бир хил бўлгани учун горизонтал ҳолда келтирилган. Корхона (фирма) фойдасинини янада тушунарлироқ бўлишини кўрсатиш мақсадида ўртача умумий харажатлар, ўртача ўзгарувчи харажат ҳамда қўшимча харажат эгри чизиклари ўтказилади. Горизонтал чизикни А нуқтасида маҳсулот ҳамми $Q < 8$ бўлганда, фойда энг юқори даражага етади, чунки бу нуқтада қўшимча даромад (MR) қўшимча харажат (MC) ва баҳо (P) чизиги бир-бири билан кесишган бўлади.

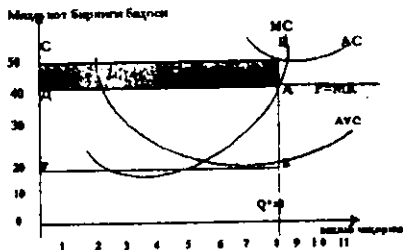
Ишлаб чиқариш миқдори 8 дан кам бўлганда ($Q = 7$), қўшимча даромад қўшимча харажатдан кўп бўлади ва корхона маҳсулот ҳаммини кўпайтиришга ҳаракат қилади. Маҳсулотнинг 7 бирлиги билан 8 бирлиги орасидаги штрихланган бўлак олинмай қолган фойдани кўрсатади. Корхона (фирма) энг кўп фойданинг таъминлайдиган ҳамда етиб, ($Q = 8$) маҳсулот миқдорини янада оширса ва уни $Q = 9$ бирликка етказса, қўшимча харажат эгри чизиги ўзи кесишган А нуқтадан, яъни горизонтал чизикдан юқорига ўтиб кетганлиги учун фойда камайиб боради $Q < 8$ билан $Q_2 = 9$ орасидаги штрихли бўлак йўқотилган ёки бой берилган фойдани ифода қилади. Кўриниб турибдики, қўшимча даромад (MR) ва қўшимча харажат (MC) эгри чизиклари бир-бири билан икки жойда бири маҳсулот 1 бирлик (Q_1) ҳамда $Q_1 = 8$ бирлик ишлаб чиқарганда кесишади. Биринчисида фойда мутлақ йўқ, иккинчисида $Q = 8$ бўлганда фойда энг юқори даражага етади. Шунинг учун фойдани энг юқори даражага етиш шарти қўшимча харажат MC эгри чизиги пасайиб бораётганда қўшимча даромад MR чизиги билан кесишган нуқтаси бўлмасдан, балки MC-ни юқорилаб кетаётган чоғида MR эгри чизиги билан кесишган нуқтани ифода қилишидир.

График корхона (фирма) қисқа муддатда оладиган фойдасини ҳам ифода қилади. Жадвалдаги АВ чизиги Q_1 миқдордаги маҳсулот ишлаб чиқарилишидаги баҳо билан ўртача харажат AC ўртасидаги фарқни ифода қилиб, бир бирлик маҳсулот келтирган фойдани кўрсатади. BC чизиги эса жами ишлаб чиқарилган маҳсулотни ифода қилади. Шунга кўра, ABCD тўғри тўртбурчаги жами олинган фойдани ифода этади. Корхона ҳамми:

вақт ҳам фойдани оширавермайди. Агар фойда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг маълум бир миқдорида ($Q=8$) энг юқори даражага етган бўлса, доимий (FC) ва ўзгарувчан харажатлар нисбатида бундан буён маҳсулот ҳажмини орттириб бориш фойданинг камайиб боришига олиб келса, келгусида фойдани янги юқори нисбатда энг юқори даражага етказиш учун ишлаб чиқаришнинг доимий харажатларини ошириш мумкин.

Қуйидаги графикда бу масала таҳлил қилинган. Ишлаб чиқаришнинг доимий харажатлари кўпайиши билан доимий харажатлар (FC) тўрт мартага ортади ва умумий ўртача харажатлар (AC) ўсиб ўртача ўзгарувчи (AVC) ҳамда қўшимча харажатлар (MC) ўзгармай қолмади. Фойданинг энг юқори даражага етишни таъминлаган 8 бирлик маҳсулот ҳажмида қўшимча харажат (MC) маҳсулотни бир бирлик баҳосидан (P) ортиқ бўлгани учун корхона зиён кўради. Бу графикдаги АВ чизиги бир бирлик маҳсулотдан келадиган зиёни кўрсатади. Натижада ABCD тўғри тўртбурчак жами зиён ҳажминини ифода қилади. Қисқа муддатда зиён кўришга сабаб корхона (фирма) келгусида баҳонинг ортиши, ишлаб чиқариш харажатларини камайитириш ҳисобига фойда олишни кўзлайди. Корхона (фирма) янгидан ташкил этилаётган ёки қайта қурилаётган, яъни бир соҳадан чиқиб, бошқа соҳага ўтаётган ёки маҳсулот турини тубдан ўзгартираётган бўлса, унинг олдида икки йўл туради, бири қисман маҳсулот ишлаб чиқариш ёки бутунлай маҳсулот ишлаб чиқармасдан упи тўхтатиш. Бунда энг афзал йўли, яъни нисбатан фойдалилигини тапшлаш керак. Масалан, корхона маҳсулот ишлаб чиқаришни тўхтатиши мумкин, агар бир бирлик маҳсулот баҳоси ўртача ўзгарувчи харажатдан кам бўлса, бунда олинган даромад ўзгарувчи харажатларни ҳам қопламайди ва зиён маҳсулот ишлаб чиқариш кўпайиши билан ортиб боради.

34-графикда ифода қилинишича, $Q < 8$ қисқа муддатдаги зиёни энг юқори даражага етказиб беради. Маҳсулот ишлаб чиқармагандан кўра бу ҳажмда ($Q_1=8$) маҳсулот етиштириш зиёнини камайитиришга сабаб бўлади, чунки бунда ўзгарувчи ўртача харажат (AVC), бир бирлик маҳсулот баҳосидан (P) ҳамда қўшимча даромаддан (MR) кам. Бунда ҳар бир етиштирилган маҳсулот харажатдан (ATC) даромад ($R(Q)$) келтиради, яъни корхонага ҳеч қандай маҳсулот ишлаб чиқармагандан кўра, кўпроқ натижа беради. Аммо корхона умуман фойда олмаслиги мумкин, чунки доимий харажатлар (FC) ҳали катта ҳажмда жадвалдаги АЕ чизиги бир бирлик маҳсулот баҳоси (P) билан ўртача ўзгарувчи харажат (AVC) ўртасидаги фарқни ифода қилгани учун ва бир бирлик маҳсулот баҳоси (P) ўртача ўзгарувчи харажатдан (AVC) ортиқ бўлгани учун шу икки ўлчов ўртасидаги фарқ ва AEFD тўғри тўртбурчаги маҳсулот ишлаб чиқариш 0 бўлмасдан $Q=8$ бўлганда, қўшимча олинмаган фойдани ифода қилади.



35-график. Рақобатли фирманинг қисқа муддатдаги зиёни

Бизга маълумки, ўртача доимий харажат (AFC), умумий харажат (AC) билан ўртача ўзгарувчан харажат (AVC) ўртасидаги фарқдан иборат, яъни $AFC = AC - AVC$. Шунга кўра, графикдаги BE чизиги ўртача доимий харажатни (AFC) CBEF тўғри тўртбурчак тўла доимий харажатни ифола қилади. Шундай қилиб, корхона (фирма):

1. Бир бирлик маҳсулот баҳоси (P), ўртача ўзгарувчан харажатдан (AVC) кам бўлганда, маҳсулот ишлаб чиқаришни тўхтатади.

2. Бир бирлик маҳсулот баҳоси (P), қўшимча харажат (MC) га тенг бўлганда ҳамда қўшимча харажат (MC) қўшимча даромадга (MP) тенг ёки яқин бўлганда, фойда энг юқори даражага етади, ижобий бўлади, агар баҳо (P) ўртача умумий харажатлардан (AC) ортиқ бўлса.

3. Корхона қисқа муддатда зиён кўрса ҳам фаолият юритиши мумкин, келгусидаги фойдани кўзлаб нисбий фойда олаётган бўлса $P = MR > AVC$ бўлганда.

Юқорида баён қилинганларга асосланиб, раҳбарлар (бошқарувчилар) эътиборини қуйидаги учта масалага қаратиши керак:

1. Ҳар доим ўртача ўзгарувчан харажат (AVC) дан қўшимча харажат ўрнида фойдаланиш ижобий натижа беравермайди. Чунки қўшимча MC ва ўртача (AC) харажатлар тенг бўлганда, бу ишни қилса бўлади. Қўшимча ва ўртача ўзгарувчи харажатлар ўртасида катта тафовут бўлганда, корхона салбий оқибатларга дуч келиши мумкин. Масалан, корхона 500 сўмлик материал сарфлади, асосий иш вақти учун 2000 сўм, қўшимча ишлаган вақти учун 1000 сўм, жами 3500 сўм ўзгарувчи харажатлар билан 100 бирлик маҳсулот шундан 25 бирликни қўшимча вақт сарфлаш орқали етиштирган бўлса, бир бирлик маҳсулотнинг ўртача ўзгарувчи харажати (AVC) - 35 сўмга тенг бўлади.

Бу мисолда қўшимча маҳсулотнинг қўшимча ўзгарувчи харажати - 45 сўмга тенг бўлади $[(500:100) + (1000:25)] = 5 + 40 = 45$. Қўшимча маҳсулотнинг (PQ) қўшимча ўзгарувчи харажати (VC) ўртача ўзгарувчи харажатдан (AVC) кўп бўлгани учун қанча кўп маҳсулот ишлаб чиқарилса, шунча кўп зиён кўрилиши мумкин.

2. Корхона бухгалтерия ҳисобида акс эттирилган у ёки бу кўрсаткич икки хил мазмунга эга бўлиб, улардан фақат бири қўшимча харажатлар билан боғлиқдир. Корхона ишлаб чиқариш ҳажмини қисқартиришга ҳаракат қилади, деб фараз қилайлик. Бунда ишчиларнинг иш вақти қисқартирилиб, айрим ишчилар вақтинча ишдан бўшатилиши мумкин. Вақтинча ишдан бўшатирилган ишчиларнинг иш ҳақи қўшимча харажатларни ифода қилмаслиги мумкин. Чунки ишчилар кўмитаси билан тузилган шартномага асосан ишдан бўшатирилган ишчилар иш ҳақининг бир қисми ишчиларга тўланиши мумкин.

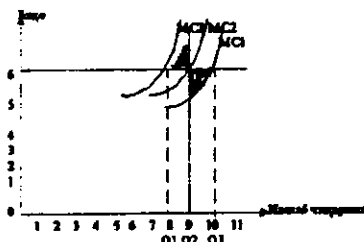
3. Ҳамма бўлиши мумкин бўлган харажатлар қўшимча харажатлар таркибига кириши керак. Фараз қилайлик, универсал магазин болалар мебелани сотишни лозим кўрди, шунинг учун маиший техника молларини сотишга мўлжалланган учинчи қаватнинг бир қисмидан фойдаланмоқчи бўлади. Бинонинг шу қисмидан фойдаланиш билан боғлиқ қўшимча харажатлар (МС) болалар мебелани сотиш учун алоҳида жой ажратилганда, бу жойнинг ижара ҳақи қўшимча харажатдан анча юқори бўлиши мумкин. Бу уч хусусиятга эътибор бермаслик корхона (фирма) фойдасини камайтириши мумкин.

Рақобатли корхона (фирма)нинг қисқа мулдатдаги эгри чизиги.

Келтирилган жадвалдан кўришиб турибдики, корхона таклиф чизиги турли шароитда турлича бўлади. Корхона (фирма)да баҳо (P) билан қўшимча харажатлар (МС) кесишган нуқтада фойда энг юқори даражага етади. Баҳо (P) ўртача ўзгарувчан харажатдан (AVC) $P < AVC$ кам бўлганда, маҳсулот ишлаб чиқаришни тўхтатади. Жадвалга кўра, баҳо (P)ни ўртача ўзгарувчи харажатдан (AVC) ҳар қандай ортиқ шароитда қандай ҳажмдаги маҳсулот етиштирилганда, фойдани энг юқори даражага етказиш мумкинлигини аниқлаш керак. Баҳо (P)=40 сўм бўлганда, яъни $P^* = 40$ сўмга тенг бўлганида, $q_1 = 8$ бирликка тенг бўлгани учун $q_2 = 9$ бирликка етганда фойда юқори даражага етказиш учун баҳо $P_2 = 45$ агар маҳсулот ҳажми $q_1 = 7$ бирлик бўлганда, баҳо $P_1 = 25$ сўмга тенг бўлиши керак. Аксинча нисбат бўлганда, фойда камаяди. Ишлаб чиқариш омиллари баҳосининг ўзгаришига корхона (фирма)нинг муносабати маҳсулот баҳоси (P) ўзгариётганда корхона (фирма) қўшимча харажатлар (МС) баҳосига (P) нинг бўлишини таъминлайдиган маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини Q танлайди $P = MC$. Кўпчилик ҳолларда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар баҳоси ишлаб чиқариш омиллари баҳоси ўзгариши билан ўзгариб туради.

Графикдан кўришиб турибдики, бир бирлик маҳсулот баҳоси 5 сўм бўлганда, қўшимча харажат эгри чизиги (МС) кесишган нуқта $Q^* = 8$ бирликни билдириб, корхона шу баҳода ва шу қўшимча харажат (МС) миқдорда фойдани энг юқори даражага етказди. Агар ишлаб чиқариш омиллари бирортасининг баҳоси ортиши натижасида қўшимча харажат (МС) ортса, маҳсулот баҳоси ўзгармаганда (5 сўм бўлиб қолган тақдирда), қўшимча харажат эгри чизиги (МС)дан ва юқорига силжиб энг кўп миқдорда фойдани кам маҳсулот миқдори ($Q_3 = 7c$) таъминлайди. Аксинча,

жараён кечпанда, чизик ўнг томонга ва пастга силжиб (MC_2) ифода қилади. Бунда энг кўп фойдани $Q_2=9$ бирлик таъминлайди.

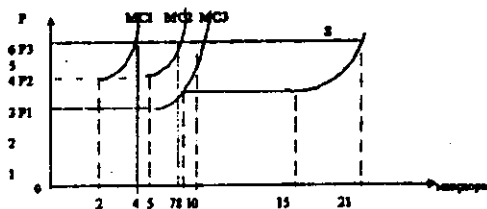


36-график. Қўшимча харажатнинг ишлаб чиқариш ҳажми билан боғлиқлиги

Графикда штрих қилинган учбурчаклар вазият ўзгарганда ўзгармай қолса, кўриладиган зарарни ифода қилади. Хулоса: Ишлаб чиқариш омишарига баҳонинг ортиши ва камайиши билан корхона маҳсулот ҳажмини ўзгартирмай Q^* ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқаришни давом эттирса, фойда камайиб боради. Агар ишлаб чиқариш омишларининг баҳоси ортиши билан маҳсулот ҳажмини камайтирса Q^* дан Q_2 га келтирса ёкс: ишлаб чиқариш омишларига баҳо пасайиши билан маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини орттирса, Q^* дан Q_2 га етказса, фойдани энг юқори даражага етказган бўлади. Бу ҳар икки ҳолда ифода қилган нуқталарда баҳо (P) қўшимча харажатга тенг бўлган бўлади.

Қисқа муддатдаги бозор таклифининг эгри чизиги.

Биз юқоридаги алоҳида олинган корхона (фирма)ларни таклиф эгри чизиклари ифода қиладиган жараёнлар билан танишдик. Энди биз шу корхоналар (фирмалар)нинг фаолият олиб борадиган тармоғи таклиф эгри чизиги билан танишамиз. Биз бозор таклифи айрим хусусий таклифлар йиғиндисидан иборат эканлигини таъкидлаганмиз. Шунга кўра, тармоқнинг ишлаб чиқариш ҳажми ҳамма алоҳида корхоналарнинг ишлаб чиқариш таклифлари йиғиндисидир. Шунинг учун қисқа муддатдаги бозор таклифининг эгри чизиги айрим фирмалар таклифининг эгри чизигини йиғиндисидан иборат бўлади.



37-график. Қисқа муддатда тармоқ таклифининг ўзгариши

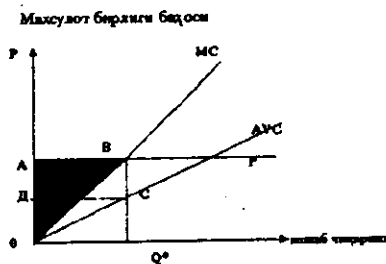
Графикдан кўриниб турибдики, қисқа муддатдаги бозор таклифини эгри чизиги шуни кўрсатадики, агар баҳо P_1 бўлганда фақат MC корхона 6 бирлик маҳсулот чиқаради холос ва шу корхона тармоқда фаолият кўрсатади. Баҳо кўтарилиб P_2 бўлганда MC_1 корхона маҳсулот ишлаб чиқаришни 2 дан 4 га, MC_2 5 дан 7 га ва ниҳоят MC_3 корхона - 8 дан 10 га етказилади. Ҳар учала (MC_1 , MC_2 , MC_3) корхонанинг P_3 баҳода ишлаб чиқарган маҳсулоти 21 бирликка ($4+7+10$) етади ва уларнинг эгри чизиги графикда кўрсатилган шаклини олади. Графикда кўриниб турибдики, P_1 баҳо ҳар қандай паст баҳода тармоқдаги бирон бир корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқармайди, чунки P_1 ва P_2 оралиғида бўлганда, фақат 3 корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқаради, шунинг учун тармоқнинг таклиф эгри чизигига 3 корхонанинг қўшимча харажат (MC_3) эгри чизиги билан кесилган бўлади ва у 6 бирлик маҳсулот ишлаб чиқарди.

Баҳо P_2 бўлганда, тармоқнинг жами таклифи учала фирмани ишлаб чиқарган маҳсулотнинг бирликдаги ҳаммини ташкил этади. Биринчи корхона - 2 бирлик, иккинчи корхона - 8 бирлик, жами - 15 бирлик маҳсулот чиқарилади. Баҳо P_3 бўлганда, биринчи корхона - 4 бирлик, иккинчи корхона - 7 бирлик ва учинчи корхона - 10 бирлик, тармоқ бўйича - 21 бирлик маҳсулот этиштирилади. Баҳонинг ошиши билан таклиф ортиб бораётгани учун эгри чизик ўнга ва юқорига қараб ҳаракатланади.

Тармоқ жами таклифининг эгри чизиги ҳамма вақт алоҳида корхоналар эгри чизиклари йиғиндисидан иборат бўлавермайди. Баҳо ошиб борганда ҳамма корхоналар (фирмалар) ўз ишлаб чиқаришини кенгайтирадилар. Қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш омиллариға бўлган талабни орттиради ва улар баҳосининг кўтарилишиға олиб келади. Биз юқорида кўрганимиздек, (график) ишлаб чиқариш омиллари баҳосининг кўтарилиши қўшимча (MC) эгри чизигининг чапга ва юқорига силжишиға олиб келади. Масалан, мол гўштиға ва умуман гўштға бўлган талабнинг ортиши, донға (ем учун) бўлган талабни орттиради. Бу талабнинг ортиши ўз навбатида унинг баҳоси кўтарилишиға олиб келади. Бу қўшимча харажатларнинг (MC) гўшт ишлаб чиқаришида ортишиға ва унинг эгри чизиги чап ва юқорига силжишиға олиб келади.

Бозор таклифи мойиллиги. Ишлаб чиқариш ҳаммининг ортиши билан қўшимча харажатлар (MC) тезда ортиб боради. Таклифнинг баҳоға мойиллиги паст бўлади, чунки корхонанинг ишлаб чиқариш қувватлари кам бўлиб, бундай шароитда маҳсулот этиштиришни кўпайтириш қимматға тушади. Бунда қўшимча харажатларнинг ўсиш суръати маҳсулот этиштиришининг ўсишидан юқори ёки тез бўлади. Аксинча, жараён кечганда таклиф баҳоға нисбатан мойил бўлади. Ишлаб чиқарувчининг қисқа муддатдаги ютуғи ёки нисбий фойдаси хусусий ва бозор талаби мавзуда биз айтган эдикки, истеъмолчининг ютуғи истеъмолчи сотиб олаётган товари учун тўлашға рози бўлган баҳо билан шу товарнинг бозор баҳоси ўртасидаги фарқдан иборат бўлади, деб, масалан, харидор бозорға бораётган ҳар килограмм картошкани - 10 сўмға ҳам, олишға рози бўлса-ю, лекин бозорда картошканинг баҳоси - 5 сўм бўлса фарқи - 5 сўм

хариддорнинг ютуғи ҳисобланади. Худди шундай фикрни корхона (фирма) тўғрисида ҳам айтса бўлади. Агар қўшимча харажатлар (MC) ортиб борсаю, охиригидан ташқари ҳар бир бирлик маҳсулотнинг қўшимча харажати (MC), маҳсулот баҳосидан паст бўлса, корхона (фирма) ҳамма етиштирган маҳсулотидан маълум ютуққа эга бўлади ёки нисбий фойда олади. Бунини графикда кўришимиз мумкин



38-график. Ишлаб чиқарувчининг нисбий фойдаси

Графикда қўшимча ва ўртача ўзгарувчи харажатлар ортиб бориши жараёнида ишлаб чиқарувчининг ютуғи ёки нисбий фойдаси кўрсатилган. Фойдани энг кўп даражага етказиш имконини берадиган Q^* маҳсулот ҳажмида баҳо, қўшимча харажат (MC) ва ўртача ўзгарувчан харажат (AVC) кесилган нуқталар келтирилган. Бунда BC чизиғи бир бирлик маҳсулот етиштириш ишлаб чиқарувчига келтирадиган ёки нисбий фойдани ABCD тўғри тўртбурчаги ҳамда штрихланган AOB учбурчаги ишлаб чиқарувчини умумий ҳамма маҳсулот (Q^*) бўйича оладиган ютуғини ёки нисбий фойдасини ифода қилади.

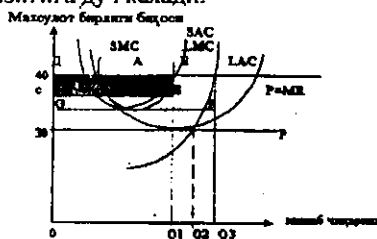
Доимий харажатлар маҳсулот ҳажмига боғлиқ бўлмаганлиги учун ҳамма қўшимча харажатлар (MC) корхонанинг ҳамма ўзгарувчи харажатларига (TVC) тенг бўлади. Шунинг учун ишлаб чиқарувчининг ютуғини ёки нисбий фойдасини корхона даромадидан $Ю = R(Q) - TVC$ бунда, Ю-корхона(фирма) ютуғи ёки нисбий фойда ишлаб чиқариш харажатларига боғлиқ бўлади. Ишлаб чиқариш харажатлари қанча кўп бўлса, ютуқ шунча кўп бўлади.

9.3. Узоқ муддатдаги ишлаб чиқариш ҳажминини танлаш ва корхона фойдасини ошириш

Узоқ муддатга мўлжалланган даврда корхона (фирма) ишлаб чиқаришнинг фойдаланилаётган ҳамма омилларини, шу жумладан, корхона (фирма) ҳажминини ўзгартириши мумкин. У ишлаб чиқаришни бутунлай тўхтатиб, тармоқдан чиқиб кетиши ёки янги турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариб, янги соҳаларга кириб бориши мумкин. Бу

биз ўрганаётган мавзуда бизни асосан рақобатли бозор қизиқтираётганлиги учун бу шароитда корхона фаолиятининг у ёки бу турига эркин кириб чиқиши мумкин, деб фараз қиламиз. Бошқача қилиб айтганда, корхона бошқа бировларнинг тазйиқисиз ёки ортиқча харажатларсиз у ёки бу соҳага тааллуқли турли маҳсулотларни шу маҳсулотларни ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган ҳужжатлар тузиш эвазига етиштириши ва сотиши мумкин.

График рақобатли корхона (фирма) узоқ муддатга мўлжалланган даврга фойдани энг юқори даражага етказадиган ишлаб чиқариш ҳажмини қандай аниқлашни кўрсатиб турибди. Графикдан яна шу маълум бўлиб турибдики, узоқ муддатга мўлжалланган даврга ҳам (L) худди қисқа муддатдаги даврга ўхшаб, корхона (фирма) талабнинг горизонтал эгри чизиғига дуч келади.



39-график. Узоқ муддатда корхона ишлаб чиқариш ҳажмини оптималлаштириш

Чунки баҳо (P) қўшимча даромадга (MR) тенг бўлганлиги учун талаб эгри ҳолда бўлади. Рақобатли корxonанинг қисқа муддатдаги ўртача ялпи харажат (SAC) ҳамда қўшимча харажатлари (SMC) эгри чизиғи, баҳо (P) ҳамда қўшимча даромад (MR) $P=MR$ горизонтал чизиғидан анча пастда жойлашганлиги ва ўтганлиги учун у ижобий (қўшимча) фойда олишга эришади ва бу фойда P маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмида ABCD тўғри тўртбурчак ифода қилган шаклда бўлади. Графикта биноан ўртача харажатларнинг узоқ муддатдаги эгри чизиғи ишлаб чиқаришни ҳамма ҳажмларида (Q-ни ҳам қўшиб ҳисоблаганда) корхона (фирма) ижобий самарага (фойдага) эга бўлишини ва ишлаб чиқаришни Q 3 дан кейин давом эттираберса, яъни Q3 дагидан ҳам ҳажм ортиб борганда эса салбий натижага олиб келишини кўрсатади.

Қўшимча харажатларнинг узоқ муддатдаги эгри чизиғи (LMC) узоқ муддатдаги ўртача харажатлар (LAC) эгри чизиғининг маҳсулот ҳажми Q2 бўлган нуқтада, яъни узоқ муддатдаги ўртача муддатдаги ўртача харажатларнинг энг кам миқдорини ифода қилган нуқтада кесиб ўтади. Агар баҳо (P) ўзгармай қолган ҳолда, яъни у $P=MR$ бўлиб, горизонтал чизиқни ифода қилса, бу горизонтал чизиқ узоқ муддатдаги қўшимча харажатлар (LMC) кесилган нуқтадан анча юқорида бўлса, корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини орттириб боришга ҳаракат

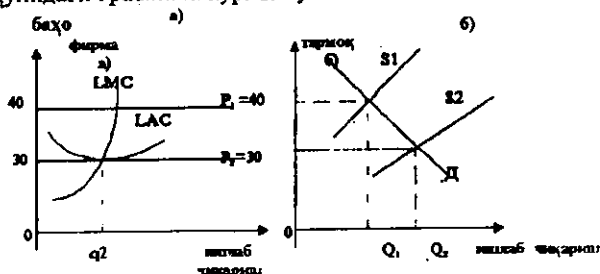
қилади. Бунда узоқ муддатдаги қўшимча харажат (LMC) билан баҳони ($P=MR$) кесилган нуқтасидаги маҳсулот ҳажми (Q_3) корхона (фирма) фойдаси энг юқори бўлишини ифода қилади.

Ишлаб чиқариш ҳажми Q_2 га етганда корхона (фирма)нинг ижобий (ортиқча) фойдасини ифода этувчи АВ чизиги EF чизиги билан алмашади. Умумий ортиқча фойдани эса, ABCD тўғри тўртбурчаги ўрнига EFQD тўғри тўртбурчаги ифода эта бошлайди. Корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини Q_3 дан орттириганда қўшимча харажатлар (MC), қўшимча даромаддан (MR) юқори бўлганлиги учун салбий фойда ола бошлайди, яъни ортиқча фойда камаё бошлайди.

Хулоса шундан иборатки, узоқ муддатли даврда рақобатли корхона (фирма) узоқ муддатли қўшимча харажатининг (LMC) баҳога (P) тенг бўлишини таъминлайдиган ҳажмда ўз фойдасининг юқори бўлишига эришади. Графикдан кўриниб турибдики, бозор баҳоси қанча юқори бўлса, корхона (фирма) шунча кўп фойда олиши мумкин. Баҳо пасайганда аксинча, ортиқча фойда камайиб боради.

Агар баҳо (P) - 30 сўм бўлганда корхона (фирма) фойдасининг энг юқори даражага етказадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q бўлади. Бу нуқта узоқ муддатли ўртача харажатлар минимумини ифода қилади, яъни энг кам ўртача харажатдир. Бундай ҳолда корхона (фирма) ўртача (ноль) фойда олади, холос.

Узоқ муддатдаги рақобатли бозор. Биз юқорида таҳлил қилганимиздек, баҳо (P)-40 сўм бўлганда корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтиришга қизиқади. Чунки бу ҳолда ижобий (ортиқча) фойда олади. Ортиқча фойда ишлаб чиқаришга сарф қилинган капитал сарфлар жуда юқори натижа бераётганини ифода этади. Бу юқори фойда маблағ сарф этувчиларни (тадбиркорларни) ўз ресурсларини бошқа кам фойда келтираётган соҳалардан олиб, бу соҳага йўналтиришга рағбатлантиради ва шу соҳа бозоридан янги корхоналар (фирмалар) пайдо бўлади. Янги корхоналарнинг (фирмаларини) тармоққа кириб келиши билан ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши аста-секин таклиф эгри чизигини ўнга сурилишига мажбур қилади. Бозорда маҳсулот реализация қилишнинг ортиши билан товарнинг бозор баҳоси аста-секин пасая бошлайди. Буни куйидаги графикла кўриш мумкин.



40-график. Узоқ муддатдаги рақобатли мувозанат

Графикнинг б) кўринишида таклиф эгри чизиги S_1 дан S_2 га қараб силжиб баҳонинг $P_1=40$ дан $P_2=30$ гача пасайишига олиб келади. Графикнинг а) кўринишида эса, корхона (фирма)ни узоқ, муддатли ўртача харажат (LAC) эгри чизиги ишлаб чиқариш ҳажми Q_2 бўлганда горизонтал баҳо (P) чизиқ билан кесишган нуқтада ортиқча фойда бўлмасдан корхона (фирма) ўртача фойда олади, холос. Бундай ҳолда корхона (фирма) ўзи фаолият кўрсатаётган тармоқдан чиқиб кетишга ёки бошқа бир корхонанинг (фирмани) тармоққа кириб келишига хожат бўлмайди. Бундай ҳаракатдан корхоналар (фирмалар) манфаатдор бўлмайди. Узоқ муддатли рақобатли мувозанат учта шарт бажарилганда содир бўлади, булар қуйидагилар:

1. Тармоқдаги ҳамма корхоналар (фирмалар) ўз фойдаларини энг юқори даражага етказишга эришганда.

2. Агар, ҳамма корхона (фирма) лар ўртача фойда олиб бир соҳадан бошқа соҳага ўтишдан манфаатдор бўлмаса.

3. Умумий талаб билан умумий таклифни бирга тенг бўлишини таъмин этадиган баҳо бўлганда.

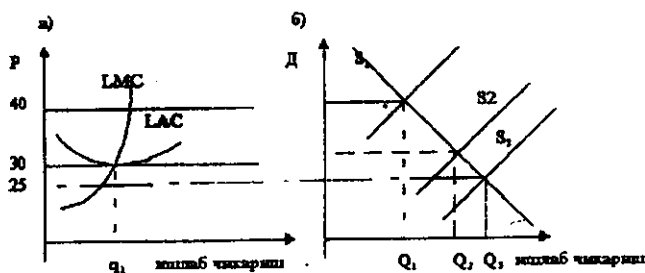
Шундай савол туғилади. Агар охир оқибатда бозорда мувозанат ҳосил бўлиб, корхоналар (фирмалар) ўртача фойда даражасига эришсалар, уларни бир тармоқдан бошқа тармоққа ўтишга нима хожат бор. Бу саволга жавоб шундаки, корхоналарнинг узоқ муддатли мувозанатга эришиши осон кечмасдан, анча муддатни талаб этади. Шу узоқ муддат орасидаги даврларда корхона (фирма) турлича шароитларга тушиши, яъни айрим қисқа муддатларда юксак ортиқча фойда олиши ёки зиён кўриши мумкин. Шунинг учун ўта фойдали соҳага биринчи кириб келган корхона (фирма), тармоққа кейинчалик кириб келган корхоналарга қараганда ўз мулкдорларига қисқа муддатли катта ҳажмдаги фойда келтириши мумкин. Худди шундай салбий фойда орта борган соҳадан (тармоқдан) биринчи бўлиб чиқиб кетган корхона (фирма) ўз ҳиссадорларига (акционерларига), ёки бошқа мулк эгаларига анчагина маблағларни тежаб қолиш имконини бериш мумкин.

Шундай қилиб, узоқ муддатли мувозанат концепцияси бизга корхоналар (фирмаларни) қандай йўналишда ҳаракат қилишлари кераклигини кўрсатади. Нима учун узоқ муддатли мувозанат ҳолатини ҳамма (учала) шартларининг сақланиб қолиши кераклигини кўрмоқчи бўлсак, фараз қилайлик, ҳамма корхоналарнинг (фирмаларни) харажатлари бир хил даромад ва катта ижобий ортиқча фойда олиш мақсадида жуда кўп корхоналар (фирмалар) кириб келди. Бу ҳолат биз юқорида келтирган графикнинг б) кўринишида таклиф эгри чизигига $P=40с$ (S_1) ўнга сурилиб, баҳо $P=30с$ тушганда (S_2) ифода қилади. Бунда корхона (фирма) ортиқча фойда олмасдан ўртача (нол) фойда олади бу графикнинг а) кўринишида ифода қилинган. Маҳсулот ишлаб чиқарувчиларнинг кўпайиши натижасида таклиф ортиб бориб, баҳо $P=25$ сўми ташкил этганда 41-график а) кўриниши харажатлар бир хил

бўлганлиги учун баҳо чизиги $P=25$ сўм умумий харажат (LAC) эри чизикдан пастда бўлганлиги учун зиён кўра бошлайди.

Бунинг натижасида бир қатор корхоналар (фирмалар) ўз фаолиятларини тўхтатадилар. Баҳо олдинги ҳолича яъни $P=30$ қайтгунча бир қатор корхоналар фаолият кўрсатишни тўхтатиб, бошқа соҳаларга ўтиб кетиши мумкин. Фақат фаолият кўрсата бошлаш учун иқтисодий манфаат, қизиқиш бўлгандагина ва аксинча, фаолиятни тўхтатишга ҳожат бўлмагандагина тармоқда узоқ муддатли мувозанат ҳосил бўлади. Энди фараз қилайлик, тармоқда фаолият кўрсатаётган корхона (фирма)лар ҳаржатлари бир хил бўлмасдан, турлича. Бирон фирма соҳадаги бошқа корхона (фирма)лардаги ўртача харажатдан кам харажат билан маҳсулот ишлаб чиқариш имконини берадиган патентга (ҳуқуққа) эга.

Бундай ҳолда патентга (ҳуқуққа) эга бўлган корхона (фирма) тармоқда узоқ муддатли мувозанат ҳукм сурган шароитда ижобий (юқори) фойда олиб боради. Бу ҳол тармоқдаги бошқа корхоналар учун янги ихтиро. «Нау-Хау» патентланган бўлса, шу янгилик эгаси у тармоқдаги ҳамма корхоналарга тарқагунга қадар, ижобий (ортиқча) фойда олишга эришади, ҳамда бу янгилик ихтирони яширишга ҳаракат қилади. Бошқа корхоналар шу ихтиро, янгилик патентларни сотиб олишга ва умуман корхонани сотиб олишга ҳаракат қилади.



41-график. Узоқ муддатли рақобатли мувозанатни ўзгариши

Бундан ташқари бирон бир корхона ишлаб чиқариш омиллари ва шароитлари доимий қулайликларга эга бўлсалар, бу қулайликлар қўшимча фойда рента келтириши мумкин. Шу шароит эгаси хоҳ корхона бўлсин хоҳ ўзи фаолият кўрсатаётган бошқа эгалик қилувчи бўлсин, бу натижа шу эгалик қилувчи улар томонидан фойдаланилади ва ўзлаштирилади.

Агар бу қулай шароит корхона (фирма) томонидан ижарага олинган бўлса, бу ортиқча (қўшимча) фойда - рента шароит эгасига ижара ҳақи сифатида сотиб олинган бўлса, юқори баҳо сифатида тўланади ва ишлаб чиқарувчининг харажати сифатида намоён бўлади. Ишлаб чиқарувчи ўртача (ноль) фойда билан чекланиб қолади.

Тармоқнинг узоқ муддатдаги умумий таклифининг эгри чизиғи

Биз иккинчи саволини ўрганганимизда айтган эдикки, тармоқни қисқа муддатдаги умумий таклифининг эгри чизиғи бу даврдаги алоҳида корхоналар (фирмалар) таклифлари эгри чизиқлари йиғиндисидан иборат бўлади, деб. Тармоқни узоқ муддатдаги (LS) умумий таклифи эгри чизиғини бу тақдирда қилиб бўлмайди, чунки узоқ муддатдаги даврда баҳолар доимий бўлмай, ўзгариб туради. Узоқ муддатдаги даврда умумий таклифни аниқлаш учун биз ҳамма корхоналар (фирмалар) ишлаб чиқариш технологиясига бир хил даражада эғалик қила олади ва эриша олади, деб фараз қиламиз.

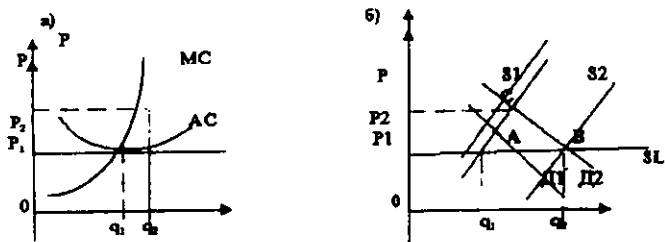
Ишлаб чиқариш ҳажминини ихтиролар ҳисобига эмас, балки ресурслардан фойдаланишни кенгайтириш ҳисобига амалга оширилади, деб тахмин қиламиз. Яна биз тармоқда ишлаб чиқаришнинг ўсиши ёки камайиши билан ишлаб чиқариш омиллари бозоридаги шароит ўзгармасидан бир хилда бўлиб туради деб фараз қиламиз. Шунинг учун узоқ муддатдаги умумий таклиф эгри чизиғининг шакли тармоқда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ўсиши ёки камайиши фойдаланиладиган ишлаб чиқариш омиллари баҳосига, унинг таъсир даражасига боғлиқ бўлади. Шунга кўра тармоқда уч турдаги хўжаликлар мавжуд бўлади:

- харажатлари доимий бўлган;
- харажатлари ўсаётган;
- харажатлари камайётган хўжаликлар бўлади.

Тармоқдаги харажатлари доимий тусга эга бўлган корхоналар (фирмалар) умумий таклиф эгри чизиғи.

Графикда харажатлари доимий бўлган корхоналар (фирмалар)нинг узоқ муддатдаги умумий эгри чизиғи ифода қилинган. Фараз қилайлик, тармоқ узоқ муддатли даврдаги мувозанат ҳолида деб, бунда талаб эгри чизиғи (D_1) ва таклиф эгри чизиғи (S_1) А нуқтада кесишиб, шу нуқтани ифода қиладиган баҳо (P_1) мувозанат баҳони кўрсатади ва у узоқ муддатли умумий таклиф эгри чизиғида (S_1) ётиб, Q_1 миқдордаги маҳсулотни ифода қилади.

Тасвирнинг а) ифодасидан кўриниб турибдики, P_1 баҳо узоқ муддатдаги мувозанат баҳо ролида бўлишига сабаб, Q_1 ҳажмдаги маҳсулот миқдорида қўшимча харажат (MC) ва ўртага харажат (AC) шу миқдор ифода қилган нуқтада кесишган. Чунки шу миқдордаги (Q_1) маҳсулот ҳажмида мувозанатлашган P_1 баҳо узоқ муддатдаги ўртага харажат (AC) га тенг. Масалан, маълум сабабларга кўра аҳоли даромадларининг ортиши талабнинг ортишига ва талаб эгри чизиғининг ўнг ва юқорига силжишига олиб келади. Талаб эгри чизиғи D_1 , D_2 эгри чизиғига ўтади. Талаб эгри чизиғи (D_2) билан таклиф эгри чизиғи (S_1) кесишган нуқта С янги баҳо даражасини Р яъни баҳонинг ортишини кўрсатади. P_1 баҳо P_2 баҳо даражасига етади

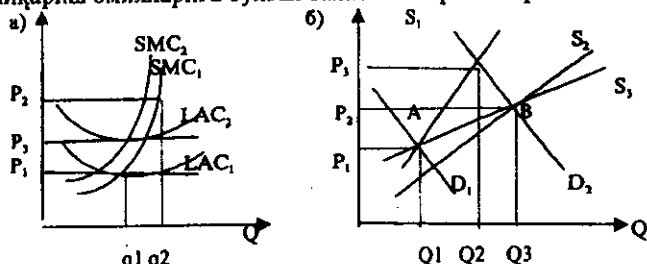


42-график. Харажатларнинг доимий бўлган корхоналар узоқ муддатли умумий таклифи

Графикнинг а) кўринишидан маълум бўлиб турибдики, P_2 баҳо даражасида ўртага харажатлар ҳажми (AC) баҳо ва қўшимча харажатлардан анча кам бўлганлиги учун корхоналар (ижобий қўшимча) фойда орттириш мақсадида ишлаб чиқариш ҳажмини орттиради ва Q_2 даражага етказилади. Натижада таклиф ортиб, таклиф эгри чизиги ўнга ва паст томонга силжийди, таклифнинг S_1 эгри чизиги S_2 эгри чизигига келади. Бу силжиш бозорни янги босқичдаги мувозанатга олиб келади. Талабнинг D_2 эгри чизиги билан таклифни S_2 эгри чизиги кесишган В нуқта шу янги мувозанатни, яъни P_1 баҳодаги Q_2 миқдордаги маҳсулот таклиф қилинганлиги мувозанатни ифода қилади. Шундай қилиб харажатлари доимий бўлган тармоқнинг узоқ муддатдаги умумий таклифининг эгри чизиги горизонтал чизикдан иборат бўлиб, узоқ муддатдаги ўртача харажатларнинг энг кам (минимум) миқдорига тўғри келадиган баҳо даражасини акс эттиради. Баҳо бу даражадан юқори бўлган ҳамма ҳолатларда корхона (фирма) ижобий (қўшимча) фойда олади, бозорга кириб келувчилар кўпаяди, қисқа муддатдаги таклиф ортади ва бу ўз навбатида баҳонинг пасайишига олиб келади.

Харажатлар ортиб борадиган тармоқларнинг узоқ муддатдаги умумий таклиф эгри чизиги.

Харажатлар ортиб борадиган тармоқларда айрим ёки умуман ҳамма ишлаб чиқариш омилларининг баҳоси, тармоқнинг кенгайиши, шу ишлаб чиқариш омилларига бўлган талабнинг ортиб бориши билан ўсиб боради.



43-график. Харажатлар ортиб борадиган тармоқларнинг узоқ муддатдаги умумий таклифи

Бу ҳол малакали меҳнатга, айрим ўзига хос чекланган минерал ресурсларга бўлган талабнинг ортиши билан умуман ҳамма турдаги ишлаб чиқариш омилларига талабнинг кескин ортиши улар баҳосининг ортишига ва корхона харажатларининг ўсишига олиб келади. Масалан, рақобатли бозорда тракторларга ёки ғаллага талабнинг кескин ортиши улар баҳосининг ортишига, бу ўз навбатида шу воситалардан фойдаланиш натижасида етиштириладиган маҳсулотларга бўладиган харажатларнинг кўпайишига олиб келади. Фараз қилайлик, даставвал тармоқ мувозанат ҳолида бўлиб, уни A нуқта ифода қилади (b) кўриниш. Турли сабабларга кўра талаб бирданига ортганда талаб чизиги D_1, D_2 чизигига сурилади ва маҳсулот баҳоси қисқа муддатда P_1 дан P_2 даражасига ортади. Оддий корхоналар (фирмалар) маҳсулотга бўлган баҳонинг ортиши натижасида маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтирадilar ва маҳсулот миқдори Q , дан Q_2 гача кўтарилади. Шундай қилиб, қисқа муддатли кўшимча харажатлар эгри чизиги бўйлаб ҳаракат содир бўлади. Тасвирнинг а) кўриниши баҳонинг ортиши натижасида эришиладиган юқори фойда янги корхона (фирма)ларни тармоққа кириб келиши ва бунинг натижасида ишлаб чиқариш омилларига бўлган талабнинг ортиши ишлаб чиқариш омиллари бозор баҳосининг ортишига олиб келади.

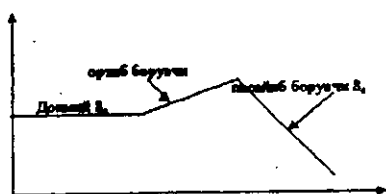
Натижада қисқа муддатдаги бозор таклифининг эгри чизиги олдинги сингари ўнг томонга силжийди. Лекин бозор баҳоси олдингига ўхшаб ўзгармай қолмасдан, нисбатан кўтарилганлиги учун унчалик катта ҳажмда силжимайди. Бу мувозанат ҳолини P баҳоси белгиламай балки P_1 баҳоси белгилайди. Бунда B нуқта янги мувозанат даражасини ифодаловчи нуқта бўлиб, у P_2 баҳо даражасида Q_2 миқдорда маҳсулот ишлаб чиқарилганда узоқ муддатли мувозанат вужудга келишини кўрсатади. P_3 дастлабки баҳо P_1 дан юқори чунки ишлаб чиқариш воситалари баҳосининг ортиши умумий ўртача харажатларнинг ортишига олиб келади.

Шунинг учун узоқ муддатли даврда харажатлар ортиб бориши корхонада ўртача (ноль) фойдани таъминлаш учун узоқ муддатли ўртача харажатлар (LAC_1) эгри чизигини юқорига (LAC_2) ҳолатда бўлишига мос келадиган баҳони (P_2) қисқа муддатдаги кўшимча харажат эгри чизигини (SMC_1)ни чапта SMC_2 чизиги силжишга LAC_1 ни эса юқорига LAC_2 томонга силжишга олиб келади. Шундай қилиб, узоқ муддатдаги янги мувозанат баҳо P_3 узоқ муддатдаги янги минимал энг оз ўртача харажати LAC_2 тенг бўлади. Хулоса қилиб айтганда, ўсиб борадиган тармоқларда узоқ муддатли таклифининг эгри чизиги (жадвалнинг б) кўриниши) A ва B нуқталардан ўтиб, ўнг томонга отган ҳолда юқорига ҳаракат қилади. Маҳсулот баҳосининг ортиши ишлаб чиқариш воситалари баҳосининг ортиши билан боғлиқ харажатларни қоплаган тақдирдагина маҳсулот ишлаб чиқариш кўпайтирилади. Акс ҳолда корхона (фирма) маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтиришдан манфаатдор бўлмайди. Харажатлар камайиб борадиган тармоқларнинг узоқ муддатли умумий таклифи эгри чизиги.

Харажатлар камайиб борадиган тармоқларнинг узоқ муддатли умумий таклифи эгри чизиги пастга қараб, ўнг томонга оғиб боради. Бу ҳолда бирданига содир бўлган юқори талабни содир бўлиши, тармоқни ишлаб чиқариш ҳажмини кескин ортиришини тақозо қилади. Тармоқнинг кенгайиши, турли ташкилий - иқтисодий тадбирларни амалга ошириш натижасида ишлаб чиқариш харажатлари камайиб, корхонанинг ўртача умумий харажатлари эгри чизиги пастга қараб силжиши мумкин.

Натижада бозор баҳоси ҳам пасаяди. Бозор баҳоси, ўртача харажатнинг пасайиши, қўлчилик корхоналарни анча юқори маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмида ва маҳсулот бозор баҳосининг пасайган даражасида мувозанат ҳолга келишини кўрсатади. Шунинг учун харажатлар камайиб борадиган тармоқларда узоқ муддатли умумий таклиф эгри чизиги пастга қараб қиялашган бўлади.

Умумий хулоса шундан иборатки, узоқ муддатда тармоқни умумий таклиф эгри чизигини қандай шаклда бўлиши харажатлар шаклиларининг доимийлиги, ўсиши, ёхуд пасайиши бир хил аҳамиятга эга бўлган қонуний ҳолдир.



44-график. Харажатларни камайиб борадиган тармоқларнинг узоқ муддатли умумий таклифи

Графикдан кўриниб турибдики, узоқ муддатдаги умумий таклиф эгри чизиги харажатлар доимий бўлганда S_1 горизонтал ҳолда бўлгани учун таклиф ўта мойилликка (эластикликка) эга. Баҳонинг (P) бир бирмунча ортиши таклифни чексиз ортишига олиб келади. Худди шундай харажатлар ортиб борган ҳолда ҳам таклиф нисбатан мойилликка эга. Баҳонинг ортиши ишлаб чиқариш омиллари баҳосининг ортиши билан боғлиқ харажатларни қоплаб, яна қўшимча фойда олишни таъминлайди. Шунинг учун узоқ муддатдаги умумий таклифнинг мойиллик даражаси бозорнинг кенгайиши билан ишлаб чиқариш омилларики харид қилиш билан боғлиқ бўлган харажатларнинг ортиш тезлигига боғлиқ бўлади.

Ишлаб чиқариш омиллари бозорда чекланмаган тақдирда узоқ муддатли таклиф мойиллиги (эластиклиги) юқори, акс ҳолда эластиклик паст бўлади.

Хулоса

1. Ҳар қандай корхона, фирма ва тадбиркорнинг асосий мақсади, бу фойда яъни энг юқори фойда олишга эришиш.

Фойда бу маҳсулот сотишдан олинган даромадга нул тушишига боғлиқ бўлади. Даромад эса маҳсулот миқдори (Q) ва уни баҳосига (p) боғлиқ . Бунда даромад;

$$R(Q)=PQ \text{ га тенг бўлади, ёки } TR=R(Q) = P \cdot Q$$

2. Умумий даромад билан бирга қўшилган даромад (MR) тушунчаси мавжуд бўлиб, у ҳар гал ортган умумий даромад миқдорининг (TR) ни, ҳар гал ортган маҳсулот миқдорига нисбати билан аниқланади ,яъни

$$MR =TR(=PQ): Q \text{ ёки } MR=TR : Q$$

Ўртача даромад (AR)тушунчаси бир бирлик маҳсулот келтирган даромадни нормаллаштиради яъни $R(Q):Q$ ёки $TR: Q$

$$AR=R(Q):Q \text{ тенг ёки } AR= TR: Q$$

3. Фойданинг энг юқори даражага етказилиши маҳсулот миқдорининг ўзгариши билан, умумий ўртача даромад, умумий ўртача харажатларнинг ўзгаришига ҳамда баҳо даражасига боғлиқ бўлади

4. Корхона қисқа муддатда фойдани максималлаштириши шу даврдаги талабга ва шунга кўра баҳога ,умумий ўзгарувчи, ўртача умумий, ўртача доимий ва ўзгарувчан харажатлар, қўшимча даромад, қўшимча харажат, баҳо даражасига боғлиқдир .

5. Корхонанинг етиштирган маҳсулоти қайси ҳажмда бир бирлик маҳсулот баҳоси, бир бирлик маҳсулотнинг қўшимча даромади ва қўшимча харажатига тенг бўлса, фойда энг юқори даражадалигида

$$P=MR=MC \text{ бўлганда}$$

6. Узоқ муддатли даврда корхона ишлаб чиқаришда фойдаланилаётган ҳамма омилларни ўзгартириши, ишлаб чиқаришни тўла тўхтатиши, тармоқдан чиқиши ва бошқа тармоққа кириб бориши мумкин.

Назорат учун саволлар

1. Умумий даромад қандай аниқланади ?
2. Ўртача даромад нима ?
3. Қандай шароитда фойда энг юқори даражага етади ?
4. Қисқа муддатда фойдани энг юқори даражага етказиши учун ишлаб чиқириши ҳажми қандай бўлиши керак ?
5. Қисқа муддатда фойдани энг юқори даражага етказиши учун талаб ва таклиф ҳажми қандай бўлиши керак?
6. Узоқ муддатда фойдаши энг юқори даражага етказиши учун талаб ва таклиф ҳажми қандай бўлиши керак?

10-боб. РАҚОБАТ ВА ЯККА ҲОКИМЛИК

10.1. Рақобат тушунчаси, унинг моҳияти

Рақобат мустақил товар ишлаб чиқарувчи (корхоналар) ўртасида товарларни қулай шароитда ишлаб чиқариш ва яхши фойда келтирадиган нархда, катта ҳажмда сотиш, умуман ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун

курашни ифода этади. Рақобат асосий товар ишлаб чиқарувчиларнинг мустақил бўлиши ва ўз манфаати учун курашга интилишидан иборат. Рақобат бозор иқтисодиётини ҳаракатлантирувчи кучдир, чунки рақобатда голиб келиш учун ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш, товар сифатини ошириш, товар сотилишини харидор учун қулайлаштириш зарур, акс ҳолда товарни пуллаб катта фойда кўриб бўлмайди.

Рақобат кураши йўлини танлаш жиҳатдан ҳалол ва фирром рақобатта (такомиллашган ва такомиллашмаган) бўлинади. Ҳалол рақобат бозордаги курашда қабул қилинган, ҳаммага маъқул усуллар билан ахлоқий нормаларига асосланади. Фирром рақобатда тақиқланган ва қораланган усуллар, яъни қаллоблик, кўзбўямачилик, сўзида турмаслик, алдаш, иқтисодий жосуслик, қўпуровчилик ва ҳатто жисмоний зўравонлик каби жинояткорона усуллар қўлланилади. Бозор иқтисодиёти фақат ҳалол рақобатни тан олади. Рақобат иқтисодиётни соғломлаштиради.

Рақобатнинг юқорида айтилган икки шакли-такомиллашган (ҳалол) ва такомиллашмаган (фирром) бозор тузилмасига бевосита боғлиқ. Бозор тузилмаси корхона (фирма) фаолиятига таъсир этувчи товарлар бозоридagi шарт-шароитлар сони, ишлаб чиқариш технологияси, товарлар хусусиятлари ва ҳ.к. ни ўз ичига олади. Бирорта ҳам сотувчи ёки харидор товар баҳосига таъсир этолмаса, бозор тузилмаси такомиллашган (ҳалол) рақобат асосида ташкил этилган дейилади. Агар бу талабга риоя қилинмаса, бозор тузилмаси такомиллашмаган (фирром) рақобатта асосланган бўлади. Такимиллашган рақобат асосида ташкил этилган бозор тузилмаси қуйидаги шартларга риоя қилини лозим.

1. Бозорда кўп миқдордаги сотувчилар (ишлаб чиқарувчилар) ва харидорлар бўлиши лозим.

2. Бозорга қўйилган товар (маҳсулот) харидорлар нуқтаи назаридан ва барча сотувчилар (ишлаб чиқарувчилар) нуқтаи назаридан бир хилда бўлиши керак. Албатта, бу талабларнинг амалда бўлиши жуда кам учрайдиган ҳол. Ҳаттоки сифат жиҳатидан, баҳо жиҳатидан бир хилдаги товарлар ҳам харидорларга турлича кўринади. Масалан, бозорни узоқ-яқин жойда жойлашганлиги:

- хизмат кўрсатиш даражаси (сотувчининг муомаласи ва ҳ.к.);
реклама ва ҳ.к.

3. Бозорга эркин кириш ва ундан чиқиш учун турли хилдаги тўсиқларнинг бўлмаслиги. Ҳозирги вақтда мана шундай сунъий тўсиқлар ниҳоятда кўпаймоқда (йўл харажатлари, кичик корхоналар очиб сарфлари, лицензиялар олиш, хомашёнинг етишмаслиги, кредит тизимининг такомиллашмаганлиги, инфратузилманинг ривожланмаганлиги ва ҳ.к.)

4. Бозордаги барча ҳолат тўғрисида кенг ахборот берилиши. (Сотувчи ишлаб чиқарувчи) ва харидор бозор ҳолати тўғрисида тўлиқ ахборот олиши лозим.

5. Бозордаги барча қатнашувчиларнинг (сотувчилар, харидорлар ва бошқ.) мақсадга мувофиқ муносабатда бўлишлари, улар ўртасида келишилган ҳолдаги салбий ҳаракат бўлмаслиги лозим.

Ана шу шартларга риоя қилинмаган бозор, такомиллашмаган бозор тузилмасида асосланган бўлиб ҳисобланади.

Такомиллашмаган рақобат асосида ташкил этилган бозор тузилмаси кўйидаги кўринишларда бўлиши мумкин:

1. Монополия (юнонча сўз бўлиб, моно-танҳо, ролео-сотаман) иқтисодийнинг бирон соҳасида танҳо ҳукмронликни ифода этади. Монополия ишлаб чиқариш воситалари, иш кучи ва яратилган маҳсулотлар асосий қисмининг озчилик корхоналар, тадбиркор шахслар ёки давлат қўлида тўпланиши натижасида пайдо бўлади. Монополия кўринишлари қадимдан мавжуд. Ноёб маҳсулот этиштириладиган ерлар, сув ҳавзалари, ўрмонлар ва бошқа табиий манбалар озчилик қўлида тўпланиб, эгаларига монопол мавқе берган, улар маълум маҳсулотни бозорга танҳо етказиб берувчиларга айланиб, у ерда ҳукмрон бўлганлар, харидорларга ўз шартини қўйиб измини ўтказганлар.

Монополия бозор муносабатларини чеклайди шу сабабли антимонопол чора-тадбирларни қўллаш лозим. Аввалги Иттифоқда ўта давлатлаштириш асосида давлат монополияси вуҷудга келди. 1990 йилда асосий фонднинг 90% давлат мулки бўлган.

2. Монополия (моно-танҳо, сония-харидор) танҳо харидорнинг маълум товар сотиб олиши тушунилади. Жумладан, Иттифоқ даврида корхоналар фақат давлатга ўз маҳсулотларини сотишлари мумкин эди. Агар танҳо ишлаб чиқарувчи ва танҳо истеъмол қилувчи бўлса, бу икки ёқлама монополия деб аталади.

3. Олигаполия - бир неча сотувчиларни (ишлаб чиқарувчилар) бидиради. Лекин олигаполия такомиллашган рақобатга асосланган бозор тузилмасига алоқаси йўқ. Чунки олигаполияда бир неча сотувчилар (ишлаб чиқарувчилар) келишилган ҳолда турли қарор қабул қилишлари мумкин. Шу билан бир қаторда олигаполияда бир неча фирмалар бўлганлиги учун тармоқ монополлаштирилмаган бўлиб ҳисобланади.

10.2. Корхона (фирма)нинг такомиллашган ва соф

монополия шароитидаги ҳаракати

Маълумки, ҳар қандай корхона (фирма)нинг асосий мақсади фойда миқдорини оширишга қаратилган. Яъни жами пул-тушумидан фирманинг қилинган харажати айриш натижасида олинadиган фойдани оширишдан иборат. Харажатлар тўғрисида гапирганда:

- соф бухгалтерлик нуқтаи назаридаги харажат;
- иқтисодий нуқтаи назаридаги фарқини билиш лозим.

Бухгалтерлик нуқтаи назаридаги харажат деганда, ҳақиқатда қилинган харажатларнинг суммаси тушунилади. Иқтисодий харажат

деганда, ҳақиқатда қилинган харажат устига «бой берилган имкониятлар-харажати» ҳам (корхонанинг ўз мулки бўлган ресурслар қиймати, тadbиркорларнинг ўз меҳнати, унинг сарфлаётган капитални % ва ҳ.к.) қўшиш лозим. Бундан ташқари, бой берилган имкониятлар харажатига бир хил ашёдан ишлаб чиқарилган маҳсулотга қараганда нисбатан кўпроқ даромад берадиган маҳсулот олиш мумкинлиги ҳам киритилади.

Шунга кўра, корхона (фирма)ларнинг фойдасининг ҳажми ҳам турлича бўлади. Бошқача қилиб айтганда, корхонанинг «бухгалтерлик фойдасига» қараганда «иқтисодий фойдаси» камроқ бўлади. Булар тўғрисида аввалги бобда қисман айтиб ўтилган.

Шундай қилиб, корхона ўз фаолияти натижасида оладиган фойдасини кўпайтириш деганда биз унинг иқтисодий фойдасини тушунаемиз.

Фойдани белгилловчи миқдорлардан бири бу жами пул тушуми бўлиб ҳисобланади.

1. Умумий пул тушуми барча маҳсулотларни сотишдан олинган суммасидан иборат.

$$TR=P \cdot Q \quad (1)$$

2. Маҳсулот бирлигини сотишдан келган пул тушуми - ўртача пул тушумидир.

$$AR=TR:Q=P \cdot Q:Q=P \quad (2)$$

Бошқача қилиб айтганда ўртача пул тушуми бу маҳсулот бирлиги баҳосига тенг.

3. Қўшимча пул даромади ўсган маҳсулот миқдорига тўғри келган ўсган пул тушуми, яъни бирлик ўсган маҳсулот баҳосидан иборат.

$$MR=TR:Q \quad (3)$$

Агар фирманинг ҳамма ишлаб чиқарадиган маҳсулотлари бир хил баҳода сотилса, унда қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулотдан келган пул тушуми (MR) қўшимча пул тушумидан, яъни маҳсулот баҳосидан (P) иборат бўлади. Агар маҳсулот баҳоси ишлаб чиқариладиган маҳсулот ҳажмига боғлиқ бўлмаса (такомиллашган рақобатга шундай бўлиши керак), унда маҳсулот баҳоси ўзгармас бўлиб қолади. Бундай ҳолатда қўшимча пул тушуми ўртача пул тушумига яъни маҳсулот баҳосига тенг бўлади.

$$MR=AR=P \quad (4)$$

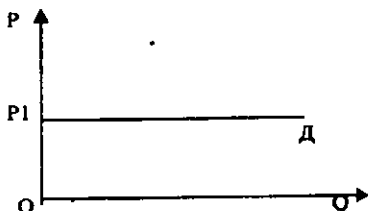
Агар ишлаб чиқариладиган маҳсулот ҳажми товар баҳосига таъсир этса, (такомиллашмаган рақобатда шундай бўлади) унда юқоридаги (4) тенглик содир бўлмайди. Масалан, агар фирма маҳсулот ҳажмини кўпайтирса, унда маҳсулот баҳоси пасаяди. Бунда умумий пул тушуми қанчага ўзгаради? Бунда пул тушуми қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулотдан олинадиган даромад ҳажмида кўпайиб, қолган маҳсулотларни паст баҳода сотилган ҳажмидаги пул тушуми миқдориди

камаяди. Масалан, сотувчи биринчи куни 50 кг олма сотди, 1 кг баҳоси 50 сўм. Шунда пул тушуми 2500 сўмни ташкил этади. Иккинчи куни у баҳони 10 сўмга пасайтирди ва 60 кг олма сотди. Бунда пул тушуми 2400 сўмни ташкил этди. Сотувчи сотилган олма миқдорини кўпайтириш ҳисобига пул тушуми 400 сўмга (10 x 40) кўпайтиргани ҳолда унинг баҳосини 10 сўмга пасайтириб, 500 сўмга (10 x 50) кам пул тушумига эга бўлиши, умуман олганда 100 сўмга (50,0-40,0) кам даромад қилиши мумкин. Бу мисолимизда қўшимча пул тушуми (MR) яъни пул тушуми ўсган қисми маҳсулот ҳажминини кўпайтириш (сотиш) натижасида қолган маҳсулотларни паст нархда сотилганлик оқибатида камайган пул тушумидан кам бўлади, яъни:

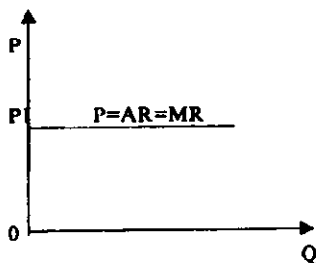
$$MR < AR = P \quad (5)$$

Энди юқоридаги мулоҳазаларга асосан фойда миқдорини кўпайтириш шартларини кўриб чиқамиз. Малумки, ҳар бир бирликдаги қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот қўшимча харажат (MC) ҳажмида кўпаяди ва шу билан бир қаторда қўшимча пул тушуми (MR) ҳажмида умумий пул тушумини кўпайтиради. Демак, корхона (фирма)да MR MCга нисбатан кўп бўлса, умумий фойда кўпаяди. Демак, фойда миқдорини максимум ҳолда бўлиши шarti: $MR = MC$, яъни қўшимча пул тушумини қўшимча харажатга тенг бўлган ҳолатидир.

Шунга кўра, эркин рақобат даврида талаб, пул тушуми ва харажатлар эгри чизиги қуйидаги кўринишда бўлади:



45-график. Эркин рақобат давридаги талаб чизиги



46-график. Эркин рақобат давридаги пул тушуми чизиги

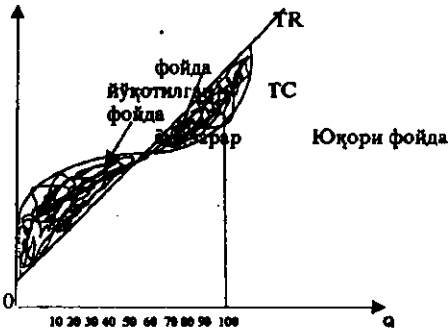
График маълумотлари асосида қуйидаги графикни чизишимиз мумкин.

Такомиллашган (эркин) рақобат даврида корхона (фирма)нинг энг кўп фойдасини қайси ҳажмдаги маҳсулот таъмин этишини қуйидаги мисолда кўришимиз мумкин.

19-жадвал.

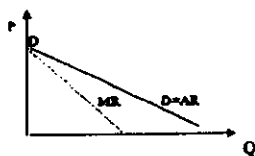
Жами даромад ва ишлаб чиқариш харажатлари

Ишлаб чиқариладиган маҳсулот ҳажми (Q)	Жами харажат			Кўшимча харажат	Ўртача харажат			R=35 сўм бўлганда, Жами даромад
	TFC	TVC	TC	MC	АFC	AC	ATC	
0	1000	0	1000	-	-	-	-	0
15	1000	250	1250	250	66,7	16,7	83,4	525
40	1000	500	1500	250	25,0	12,5	37,5	1400
63	1000	750	1750	250	15,9	11,9	27,8	2205
76	1000	1000	2000	250	13,2	13,2	26,4	2660
85	1000	1250	2250	250	11,8	14,7	26,5	2775
90	1000	1500	2500	250	11,1	16,7	27,8	3150
91	1000	1750	2750	250	11,0	19,2	30,2	3185



47-график. Эркин рақобат давридаги корхона юқори фойдаси

Такомиллашган рақобат шароитида, яъни соф монополия шароитида, монополист фирма баҳога қараб маҳсулотни ишлаб чиқаришни тартибга солмайди, чунки маҳсулот ишлаб чиқаришни барчаси унинг қўлида, у қанчалик кўп маҳсулот ишлаб чиқарса шунча баҳо пасаяди ва аксинча, кам ишлаб чиқарса, баҳо кўтарилади. Демак, талаб эгри чизиги ва ўртача пул даромади монополист учун салбий кўринишда бўлади.



48-график. Такомиллашган рақобат даврида талаб эгри чизиги

Бунда қўшимча пул тушуми ўртача пул тушумидан пастда бўлади. Монополия шароитида ўртача ва қўшимча пул тушуми бир-бирига тўғри келмайди $MR < AR$ бўлади. Бунда монополист фойдасини кўпайтириш учун $MR = MC$ бўлиши лозим. Лекин, такомиллашган рақобат шароитидан фарқ қилиб, $MR < P$ ёки $MR < AR$ бўлади.

Юқоридагиларни аниқроқ тушуниш учун қуйидаги жадвални келтирамыз.

20-жадвал

Монополистик ишлаб чиқариш шароитида жами, ўртача ва қўшимча пул тушуми.

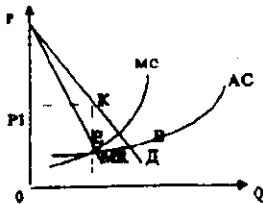
аҳо (P)	Маҳсулот миқдори (Q)	ами пул тушуми (TR)	қўшимча пул тушуми (MR)	Ўртача тушуми AR
10	5	50	-	10
9	6	54	4	9
8	7	56	2	8
7	8	56	0	7
6	9	54	-2	6

Жадвалдан кўриниб турибдики, монополист корхона (фирма) кўпроқ маҳсулот сотишни учун (5 ўрнига 6) маҳсулот баҳосини шу бирликда пасайтириши лозим (10 сўм ўрнига 9 сўм), чунки бозор қонуни шундай. Монополист фирма яна бир бирликдаги маҳсулотни 9 сўмга сотади, лекин нархи 1 сўмга камайтирилиб, 5 бирликдаги маҳсулотдан 5 сўм кам даромад олади. Шунинг учун монополист фирманинг жами даромади 9 сўмга эмас, 4 сўмга кўпаяди, холос. Бундан қуйидаги хулосага келамиз.

Монополист фирма учун қўшимча даромад (MR) ҳар доим товар баҳосидан (P) паст (ўртача даромаддан ҳам $MR < P; MR < AR$).

Шунинг учун ҳам MR эгри чизиги талаб эгри чизигидан (D) доимо пастда бўлади.

Бу графикда MR ва MC чизиқлари E нуқтасида кесишади. Бу нуқтада Q ҳажмдаги маҳсулот ишлаб чиқарилади. Ўз навбатида Q ҳажмдаги маҳсулотга талаб чизиги ва талаб баҳосининг (P_1) нуқтаси мос келади. Бошқача қилиб айтганда, талаб K нуқтасида бўлганда монополист фирма маҳсулот миқдорини пасайтириш ҳисобига харажатни тежаб, маҳсулотни юқори баҳода сотиб, кўп фойда олади. Юқоридагилардан хулоса қилиб айтиш мумкинки:



49-график. Монополист фирманинг энг кўп фойда олиши нуқтаси

1. Такомиллашган рақобат шароитида фойда миқдорини ошириш учун фирма фақатгина битта омилни ишлаб чиқадиган маҳсулот ҳажминини назорат қилади.

2. Такомиллашмаган рақобат-монополия шароитида фойда миқдорини ошириш учун монополист фирма икки омилни маҳсулот ҳажми ва унинг баҳосини назорат қилади.

10.3. Бозор иқтисоди шароитидаги иқтисодий монополия ва тармоқ вазирликлари маъмурий якка ҳокимлиги

Юқоридаги саволларни кўриб чиқишда биз «соф ҳолдаги монополист корхона (фирма) рақобатда бўлмайди ва бозордаги баҳони тўла назорат қилади» - деб фикр юритдик. Албатта, соф ҳолдаги монополист корхонада назарий жиҳатдан шундай имкониятлар мавжуд. Лекин ҳозирги бозор иқтисодиёти даврида алоҳида корхоналар (фирма) - нинг тўла монопол ҳуқуқига эга бўлиши амалий жиҳатдан, бир мунча мураккаб. Шунинг учун ҳам ҳар қандай монопол корхона (фирма) ҳам маълум даражадаги рақобатда бўлишига тўғри келади. Бунга қуйидаги ҳолатлар мажбур этади:

1. Тармоқда айнан шундай монопол корхона (фирма) йўналишида маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхонанинг вужудга келиш эҳтимоли бор. Агар тармоққа кириб, ишлаб чиқариш билан шуғулланиш учун тўсиқлар бўлмаса (тўсиқлар фақат ноқонуний ишлаб чиқарувчилар учун бўлиши мумкин), унда ҳар доим янги корхонанинг вужудга келиши имконияти бўлади. Бунда монопол корхонанинг фойдаси қанча кўп бўлса, янги корхонанинг вужудга келиш имконияти шунча катта бўлади.

2. Янгиликнинг қўлланилиш рақобати (янги технологиянинг қўлланиши натижасида фирма ишлаб чиқараётган товарга қараганда самаралироқ маҳсулот ишлаб чиқариш). Бу турдаги рақобатнинг таъсири кучли, чунки ҳозирги бозор шароити кишиларнинг талаблари доимо ўзгариб бориши натижасида товарларни юқори баҳода сақлаш қийин бўлади.

Ҳар доим янги камроқ сарф билан ишлаб чиқариладиган товарларнинг вужудга келишини кутиш мумкин бўлади. Бундай шароитда монополист фирма ўзининг ишлаб чиқараётган маҳсулоти билан бехатар (банкротлик нуқтаи назаридан) фаолият олиб бора олмаслиги мумкин

эмас. Шунинг учун ҳам монополист фирма ўз маҳсулоти сифатини ва самарасини доимо ошириб бориши лозим.

3. Уриндош товарлар томонидан бўладиган рақобат. Маълумки, кўпгина маҳсулотлар ўрнига бошқа шунга ўхшаш маҳсулотларни ишлатиш мумкин. Масалан, пахта ёғи, кунгабоқар ёғи, зигир ёғи ва ҳ.к. харидорлар (истеъмолчилар) хоҳлаган вақтида бу маҳсулотларни алмаштириш фойдаланиш мумкин (уларнинг баҳоси, сифати ва бошқа кўрсаткичларга кўра). Шунинг учун уриндош маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ҳар доим бир-бири билан рақобатда бўладилар. Монополист фирма бўлса, бу товарларни ишлаб чиқарувчи корхоналар фаолиятларини чеклаб қўя олмайди. Бу ҳолат монополист фирманинг доимо рақобатда бўлишини тақозо этади.

4. Хорижий давлатлар маҳсулотлари билан бўладиган рақобат. Бозор иқтисодиёти муносабати билан озми-кўпми ҳар бир давлат ички бозори очил бўлади. Бошқача қилиб айтганда хорижий товарларнинг келиши учун имконият хенгайди. Бу давлат ички монопол фаолият олиб бораётган фирманинг чет давлатлар билан рақобатда бўлишига мажбур этади.

Юқоридаги айтилган фикр ва мулоҳазалар айрим олинган монопол корхона (фирмага) тегишли. Лекин бизнинг собиқ Иттифоқ доирасидаги давлат монополиясига буларнинг деярли алоқаси йўқ. Маъмурий буйруқ асосида ташкил этилган иқтисодда уч йирик монопол ҳуқуқи мужассамлашган эди.

Мулк монополияси, тадбиркорлик фаолияти монополияси ва ташқи савдо монополияси. Давлат ўзининг монопол ҳуқуқларини турли хилдаги вазирликлар ва ташкилотлар томонидан амалга оширган. Вазирликлар фақатгина корхоналар ишлаб чиқариш фаолиятини назорат қилмасдан, балки янги корхоналар кўриш зарурлиги ёки зарур эмаслиги, уларни жойлаштириш, уларнинг қуввати ва шу каби бошқа масалаларни ҳам ҳал қилади.

Вазирликлар ўзига қарашли илмий-тадқиқот институтлари, конструкторлик бюрolari орқали янгиликларни ҳам назорат қилиб туради. Одатда ҳар бир вазирлик ўз корхоналари орқали ўриндош ҳисобланадиган деярли барча маҳсулот турларини ишлаб чиқаради, чет давлатлардан олинини зарур бўлган маҳсулотлар миқдорини, турларини белгилайди.

Бир сўз билан тармоқ вазирликларини рақобатга тортадиган бирорта ҳам ташкилотлар йўқ. Бунинг устига вазирликларнинг бундай фаолиятлари давлат томонидан муҳофаза қилинган, қонулар билан уларнинг ҳуқуқлари мустаҳкамланган Буларнинг барчаси мамлакатларни ҳалокат ёқасига олиб келади.

Мамлакат иқтисодиётини бозор муносабатларига ўтказиш билан, мулк тўғрисида, тадбиркорлик тўғрисида, корхоналар тўғрисида ва шу каби қатор қонуларнинг қабул қилиниши корхоналар (фирмалар) ҳуқуқларини кенгайтди, уларга кенг мустақиллик берди. Бу тармоқ вазирликларнинг монопол ҳуқуқларини бир мунча чеклаб қўйди. Лекин бу

фирма ҳам ҳозирча шартли, чунки ҳозирги кунда ҳам давлатнинг турли вазирликлари корхона иқтисодиётига аралашуви тугагани йўқ. Давлат буюртмаси шаклида ҳозирги кунда ҳам асосий қисмдаги маҳсулотларни давлат ўзи ихтиёрига олмақда. Моддий техника ресурслари асосий қисмини давлат ўзи тақсимламоқда. Лекин бозор муносабатларининг чуқурлашиб бориши билан давлатнинг аралашуви камайиб бориши муқаррар.

Хулоса

1. Рақобат мустақил товар ишлаб чиқарувчилар қулай шароитда ишлаб чиқариш ва яхши фойда келтирадиган нарҳда катта ҳажмда ички, умуман бозорда ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун курашади. Рақобат-бозорни, тадбиркорни ҳаракатта келтирадиган кучдир.

2. Рақобат кураши йўлини танлашга қараб ҳалол ва гирром рақобатга, такомиллашган, такомиллашмаган шаклларда бўлади. Рақобатнинг қандай шаклда бўлиши бозор тузилмасига боғлиқдир. Бирорта сотувчи ёки харидор бозорда товар баҳосининг ўзгаришига таъсир этмаса, бундай бозор структурасини такомиллашган (ҳалол) бозор таркиби такомиллашган рақобат асосида ташкил этилган, дейилади.

Такомиллашмаган рақобат монополия, олигополия, монополия кўринишларида бўлади. Булар бозорда якка ҳокимликни вужудга келтиради. Бу ўз навбатида ишлаб чиқарувчи ёки исталган фаолиятни чеклайди, рақобатни секинлаштиради.

3. Такомиллашган рақобат шароитида корхона фойда миқдорини кўпайтириш учун қўшимча пул тушуми (MR) ва қўшимча харажатлар (MC) ўртасида тенглик бўлиши керак яъни $MR = MC$ га

4. Такомиллашмаган (гирром) рақобат даврида яъни соф монополия шароитида, монополистик фирма баҳога қараб, маҳсулот ишлаб чиқаришни тартибга солмайди, чунки маҳсулот ишлаб чиқариш биргина унинг қўлида. Агар маҳсулотни кўп ишлаб чиқарса, баҳо пасаяди аксинча, кам ишлаб чиқарса баҳо кўтарилади.

Монополистик фирма учун қўшимча даромад (MR) ҳар доим товар баҳосидан (P) ҳамда ўртача даромаддан (пул тушумидан) (AR) паст бўлади $MR < P$; $MR < AR$ шунинг учун ҳам MR эгри чизиги талаб эгри чизигидан (D) доимо пастда бўлади.

Низорат ва мулоҳизи саволлари

1. Рақобат (конкуренция) деганда нима тушунилади?
2. Рақобат қандай шаклларда намоён бўлади?
3. Қандай рақобатни такомиллашган рақобат дейилади?
4. Монополия деганда нима тушунилади?
5. Олигополия деганда нима тушунилади?
6. Монополия бу қандай жараён?

11-боб. БОЗОР МУНОСАБАТЛАРИ ШАРОИТИДА НАРХНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Бозор муносабатлари шароитида жуда кўп тармоқларда бор-йўги бир нечагина фирмалар фаолият кўрсатадилар ва улар нисбатан якка ҳоким ҳисобланадилар. Бошқа фирмалар эса, хомашё, меҳнат ресурслари ёки махсус ишлаб чиқариш товарларининг харидорлари сифатида ушбу ишлаб чиқариш омиллари бозорида нисбатан монопсоник ҳукмронликка эга бўладилар. Ана шу бозордаги ҳукмронликларидан самарали фойдаланиш йўлини топиш фирма раҳбарлари олдида турган асосий муаммодир. Улар фойдани кўпайтириш мақсадида фойдаланиладиган ишлаб чиқариш омиллари танилаш, қисқа ва узоқ муддатга маҳсулот чиқариш ҳажмларини аниқлаш ва баҳони қандай белгилашни ҳал қилишлари керак.

Рақобат шароитидаги фирмалардан кўра бозорда ҳукмронликка эга бўлган фирмани бошқариш анча мушкулдир. Рақобат шароитида ўз товарини сотаётган фирма бозордаги нархларга таъсир кўрсата олмайди. Натижада раҳбар баҳо билан қўшимча харажатлар тенг бўладиган ишлаб чиқариш ҳажминини танлаб, фақат харажатлар тўғрисида ўйлайди. Яккаҳоким фирма раҳбарлари эса шунингдек, талабнинг хусусиятларини ҳам ўрганишлари керак бўлади.

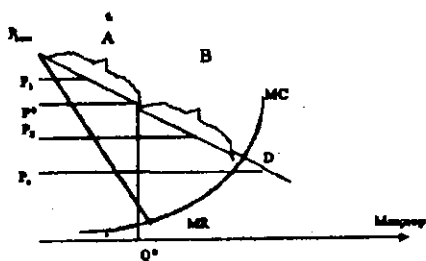
Агар фирма соф яккаҳокимлик шароитида ишлаб чиқараётган маҳсулотига ўзи нарх белгиласа ҳам, улар баҳо ва талабга мос ишлаб чиқариш ҳажминини аниқлаш учун талаб ўзгаришларининг тахминий ҳисоб-китобларини юритадилар. Бундан ташқари биз қуйида нарх шакллантиришнинг яна мураккаб стратегиясини қўллаб, масалан, турли истеъмолчилар учун ҳар хил нарх белгилаш орқали барчадан олдинга ўтиб кетиш йўллари кўриб чиқамиз. Нархни шакллантиришнинг бундай стратегиясини ишлаб чиқиш учун раҳбарлар нафақат топқир, шунингдек, бозор талаби тўғрисида батафсил ахборотга эга бўлишлари зарур.

Ушбу бобда биз бозорда ҳукмрон бўлган фирмаларнинг нархни белгилашларини кўрамиз. Буни биз ҳар қандай бозор стратегиясининг асосий мақсади-ортиқча истеъмолни эгаллаш ва уми қўшимча фойдага айлантиришни тушунтиришдан бошлаймиз. Сўнгра биз ушбу мақсадга эришишнинг кенг тарқалган усули нархларни диверсификациялаш тўғрисида фикр юритаемиз. Бунда турли истеъмолчилар учун турлича баҳолар белгиланади (баъзида айнан бир товар учун, баъзида эса кам фарқ қиладиган турли моделлар учун). Асосий мақсадимиз диверсификацияни у ёки бу шаклда қандай ишлашни тушуниб олишдир.

11.1. Ортиқча истеъмолни эгаллаш

Биз қуйида кўриб чиқадиган барча нархни шакллантириш стратегияларининг умумий хусусияти бу уларни ортиқча истеъмолни қўлга киритиш ва ишлаб чиқарувчи томонидан ўзлаштиришни ўтказишнинг турли усуллари эканлигидир. Буни 53-графикда яққол кўриш мумкин.

Фараз қилайлик, фирма барча ишлаб чиқарган маҳсулотини битта-ягона нархда сотади. Фойдани энг кўп даражага етказиш мақсадида фирма Р баҳони ва қўшимча харажатлар ва қўшимча даромадлар эгри чизиги кесишган нуқтага мос келувчи ишлаб чиқариш ҳажми Q^* ни танлайди. Фирма шу ҳолатда ҳам фойда кўради, аммо раҳбарлар фойдани яна кўпайтириш йўлини қидирадилар. Маълумки, баъзи истеъмолчилар (талаб эгри чизигини А-кесмасида) P^* нархдан кўра кўпроқ пул тўлаши мумкин. Нарх оширилса, бир қанча харидорлар йўқотилади, сотиш ҳажми камаяди ва фойда ҳам пасаяди. Худди шунингдек, бошқа потенциал харидорлар ҳам бундай P^* - юқори баҳони, тўлай олмайдилар ва фирма маҳсулотини олмай кўядилар. Кўлчилик харидорларни P^* дан паст баҳо қониқтиради, аммо бундан қўшимча харажатлар ортиб боради (бундай истеъмолчилар талаб эгри чизигини В қисмида жойлашган). Фирма баҳони пасайтириб, В гуруҳ истеъмолчиларга товар сотиши мумкин, лекин бунда у доимий мижозларидан ҳам даромад олади, фойда пасайиб боради.



50-график. Баҳо ва ишлаб чиқариш ҳажмига кўра ортиқча истеъмол

Фирма, жумладан В гуруҳ истеъмолчиларга маҳсулотини сотиб фойда олгани ҳолда қандай қилиб А гуруҳ харидорларининг ортиқча истеъмолини (ёки ҳеч бўлмаса бир қисмини) ҳўлга киритиши мумкин. Ягона нархни белгилаш тўғри келмайди. Лекин фирма истеъмолчиларни турли гуруҳлар учун уларни талаб эгри чизигида жойлашишига мос равишда турли нархларни белгилаши мумкин. Масалан, А гуруҳ истеъмолчилари учун юқорироқ P_1 нарх, В гуруҳи учун пастроқ P_2 нарх. А ва В гуруҳи ўртасидаги харидорлар учун нарх P^* нарх белгиланади. Бу турли харидорлар гуруҳи учун турлича, нархлар белгилаш-баҳони диверсификациялаш асосидир. Бунда асосий муаммо, албатта, харидорларни гуруҳлаш ва уларни турли нархлар тўлашга мажбур қилишдир. Навбатдаги мавзу айнап шу масалага бағишланади.

11.2. Баҳоларни диверсификациялаш

Баҳоларни диверсификациялаш 3 шаклда, яъни харидорлар даромади, истеъмол ҳажми ва товар категорияларига кўра амалга оширилади.

-Харидорлар ва даромадга кўра баҳоларни диверсификациялаш. Фирма ҳар бир харидор учун алоҳида нарх белгилашни хоҳлайди. Агарда бу мумкин бўлганда эди, улар ҳар бир харидор учун харидор тўлаши мумкин бўлган энг юқори нархларни белгилаган бўлар эди. Бу энг кўп баҳони харидорнинг резервланган баҳоси деб атаймиз. Ҳар бир харидор учун резервланган баҳони белгилаш жараёни эса, харидорнинг даромадига кўра баҳоларни идеал диверсификациялаш, дейилади. Бунинг фирма фойдасига таъсирини кўриб чиқамиз.

Биринчидан, фирма ягона, P^* баҳони белгилаганда оладиган фойдасини аниқлаймиз (51-график) Бунинг учун ҳар бир қўшимча ишлаб чиқарилган ва сотилган бирликдан келган фойдани Q^* - умумий маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмига кўпайтирамиз. Эки бунинг учун ҳар бирлик маҳсулот қўшимча даромаддан қўшимча харажати айрилиб чиқилади. 51-графикга кўра, маҳсулотнинг бир бирлигининг қўшимча даромади энг юқори, қўшимча харажати эса энг пастдир. Ҳар бир кейинги бирлик маҳсулотлар ҳисобига кўпимча даромад пасаймоқда, қўпимча харажатга тенг бўлган Q^* ҳажмда маҳсулот чиқаради. Q^* ҳажмдан ортиқча ишлаб чиқарилган маҳсулот қўшимча даромадга нисбатан кўпроқ қўшимча харажатларнинг ортишига ва натижада фойданинг камайишига олиб келади. Жами фойда - ҳар бир сотилган маҳсулот бирлигидан келган фойда йиғиндисини ифодалаб, 51-графикда қўшимча даромад ва қўшимча харажат эри чизиги орасида штрих билан белгиланган.

Истеъмолчилар даромадига боғлиқ бўлган идеал баҳолар диверсификациясидан келадиган қўшимча даромад графиги.



51- графiк

Ортиқча истеъмол ўртача даромад эгри чизиги ва P^* баҳо ўртасида учбурчак кўринишида ифодаланган.

11.3. Вақтга кўра диверсификациялаш ва юқори миқдор талаб шаронгида баҳони шакллантириш

Хўш, фирма баҳоларни идеал диверсификациялаш сари ҳаракат қилса нима бўлади? Ҳар бир харидор учун у тўлаши мумкин бўлган баҳо белгилангани учун қўшимча даромад эгри чизик фирма ҳажмини белгилаш қарорига боғлиқ эмас. Бунинг ўрнига ҳар бир сотилган маҳсулот бирлигидан олинган фойда баҳони беради ва демак, қўшимча даромад чизиги талаб чизиги билан устма-уст тушади.

Баҳони диверсификациялаш фирма харажатлари таркибига таъсир қилмайди ва ҳар бир қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот бирлигига

кетган харажат фирмани қўшимча харажатлар эгри чизигида этади. Шундай қилиб, ҳар бир қўшимча бирлик маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишдан тушган фойда талаб ва қўшимча харажатлар ўртасидаги фарқни ифодалайди. Қўшимча харажатларга нисбатан талаб ортиб борган сари, фирма ишлаб чиқаришни кенгайтириб, фойдани кўпайтириши мумкин. Бу жараён ишлаб чиқариш Q^{**} ҳажмига эришгунча давом этади, чунки Q^{**} ҳажмда талаб қўшимча харажатларга тенг бўлади ва ишлаб чиқаришни янада кенгайтириш фойданинг кескин камайишига олиб келади.

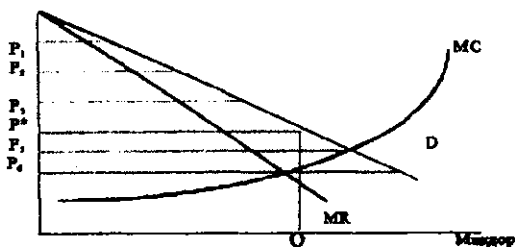
Эндикда жами фойда талаб, ва қўшимча харажатлар эгри чизиги орасида этади. Баҳони диверсификациялашдан олинган қўшимча фойда штрихланган майдоннинг ўнг қисмида жойлашган. Шунини таъкидлаш зарурки, ҳар бир харидор учун энг кўп баҳо белгиланиши натижасида барча ортиқча истесмол фирма томонидан қўлга киритилади.

Лекин фирманинг ҳар бир харидор учун алоҳида нарх белгилаши, жуда қийин (бунинг учун товар истесмолчилари бир нечагина бўлиши керак, холос). Биринчидан, фирма ҳар бир харидорнинг резервланган баҳосини била олмайди. Иккинчидан, агар харидор қанча тўлай олиши сўралганда ҳам тўғри жавоб олиш мушкул, харидор учун паст қиймат тўлаш манфаатли. Амалиётда баҳоларни идеал диверсификациялаш деярли мумкин эмас.

Баъзида фирмалар ўз харидорларининг резервланган баҳоларини ҳисоблаб, турли нархлар ўрнатган ҳолда ушбу диверсификацияни амалга оширишлари мумкин. Бунинг учун шифокор, юрист, бухгалтер ёки архитектор каби ўз миҳозини жуда яхши биладиган мутахассислар «фирма» сифатида фаолият кўрсатади. Шундагина потенциал миҳозларни баҳолаш ва дифференциаллашган тўлов қийматларини белгилаш мумкин бўлади. Масалан, шифокор даромади паст бўлган ва соғлиғи камроқ суммага суғурта қилинган бемор учун паст гонорар олишга рози бўлади, аммо даромади юқори бўлган ва соғлиғи қимматга суғурта қилинган бемордан эса кўп ҳақ олинади. Миҳознинг даромадини солиққа тортиш бўйича хисоботини тузиб берган бухгалтер эса миҳознинг унга кўрсатган хизмати учун қанча ҳақ тўлашини бемалол баҳолай олади.

Ёки бошқа мисол. Автомобиль сотиш билан шуғулланувчи тадбиркор одатда сотиш баҳосининг 15% ҳажмида фойда олади. Автосалон эгаси миҳозни қўлдан бермаслик мақсадида ўз фойдасининг бир қисмидан воз кечиши мумкин ва бошқа харидорлар эса, прејскурант бўйича ҳақ тўлашини талаб қилиши мумкин. Автосалоннинг эгаси оқил бўлса, харидор мўлжалланган нархига мос келмаган тақдирда бошқа жойдан машина қидириши мумкинми ёки йўқлигини аниқлаши керак. Агар харидор бошқа автосалондан машина олиши мумкин бўлса, унга арзонроқ баҳо белгилайди (сотувчи нуқтан назаридан, йўқдан кўра озгина бўлса-да фойда олгани маъқул), аммо савдолашиб ҳам ўтирмайдиган бошқа ҳайдовчига эса айтган нархида сотади. Бошқача айтганда автосалон эгаси баҳоларни диверсификациялайди.

52-графикда худди шундай баҳоларда диверсификациялаш акс эттирилган. Бозор муносабатлари шароитида нарх P_1 ни ташкил қилган бўлар эди. Бунинг ўрнига эса олти хил турдаги баҳолар белгиланиб, улар ичидаги энг паст нарх - P_6 қўшимча харажатлар ва талаб чизиклари кесилган жойидан озгина юқорида жойлашган. Ушбу ҳолатда P_1 ва ундан юқори нархни тўлай олмайдиған харидорлар P_2 ва P_3 нархларида харид қилишлари ва озгина бўлса-да истеъмолни орттиришлари мумкин. Ҳақиқатда агар нархларни диверсификациялаш бозорга етарлича янги харидорларни жалб қила олса, умумий манфаатдорлик ўсиши мумкин, натижада ишлаб чиқарувчи ҳам, харидор ҳам ютади.



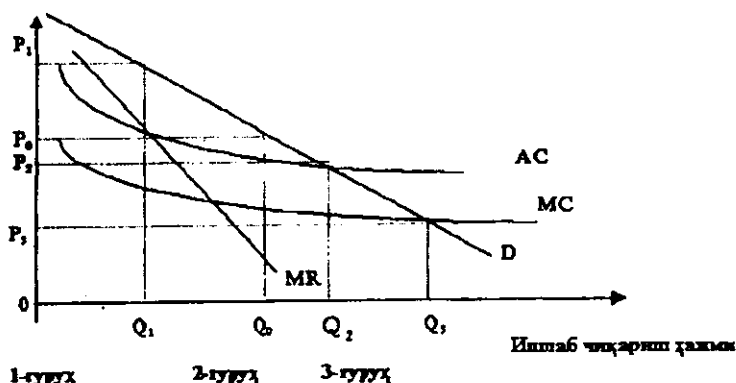
52-график. Истеъмолчилар даромадига кўра диверсификациялашнинг амалий қўлланилиши

Истеъмол ҳажмига кўра диверсификациялаш. Баъзи бозорлар учун қуйидаги ҳолат характерлидир. Яъни ҳар бир истеъмолчи товарнинг бир неча бирлигини маълум бир муддат учун сотиб олади ва реализация ҳажми ортгани сари истеъмол талаби пасайиб боради. Бундай товарларга, масалан, сув, бинони иситиш учун ёқилғи ва электр энергиясини киритиш мумкин. Ҳар бир истеъмолчи ойига бир неча киловатт - соат электр энергияси учун ҳақ тўлай олади, аммо уларнинг тўлов қобилияти истеъмол ортиб боргани сари пасаяди. (дастлабки 100 киловатт/соатнинг нархи истеъмолчи учун юқори бўлади, масалан, музлатгичнинг ишлаши ва минимал ёруғликни таҳсимлаши учун. Истеъмолнинг кўпайиши эса тежаш имконини беради, айниқса, электр энергия баҳоси юқори бўлганда).

Шундай ҳолатда фирма истеъмол миқдорига кўра баҳоларни диверсификациялашни амалга ошириши мумкин, яъни айнан бир товарнинг ёки хизматнинг турли миқдорлари учун турлича нарх белгилайди.

Бундай баҳоларни диверсификациялашга электр таъминоти корхоналари томонидан нархни белгилаш жараёнини мисолда кўрсатиш мумкин. Ишлаб чиқариш ҳажмининг кўпайиши натижасида уртача ва қўшимча харажатлар камайиб борса, корхона нархларини назорат қилувчи давлат органи бундай баҳо белгилаш усулини қўллаб-қувватлаши мумкин. Бу ҳолатда ишлаб чиқаришнинг кенгайиши оқибатида ижобий натижа миқёсининг ортиши бир вақтнинг ўзида истеъмолчилар манфаатини ва компания фойдасининг ортишига олиб келади. Бунинг

сабаби, баҳолар даражаси паст бўлса-да, бир бирлик маҳсулот ишлаб чиқариш харажатиининг пасайиши электр корхонасига сезиларли миқдорда фойда ошириш имконини яратди.



53-график. Товарлар истеъмоли ҳажмига кўра баҳолар диверсификациясининг графиги

53-графикда ўртача ва қўшимча харажатлари пасайиб борадиган фирма учун истеъмол ҳажмига кўра баҳоларни диверсификациялаш акс эттирилган. Агар ягона нарх белгиланганида эди, у Q_0 ишлаб чиқариш ҳажмига тўғри келувчи P_0 нархга тенг бўлар эди. Бунинг ўрнига эса турли истеъмол ҳажмларига мос равишда 3 хил нарх белгиланган - P_1, P_2, P_3 .

Товарлар категориясига кўра баҳоларни диверсификациялаш. Бир қараганда спиртли ичимликлар ишлаб чиқарувчи компаниянинг баҳо белгилаш жараёни ғалати туюлиши мумкин. Компания ароқ ишлаб чиқаради ва уни ёқимли тарзда реклама қилади. Бу ароқни «Олтин водий» деб атайти ва шишасини 120 сўмга сотади. Аммо компания худди шу ароқни худди шундай шишага қўйиб «ароқ» деб номлайди ва 40 сўмга сотади. Хўш, фирма нима учун бундай қилади?

Ушбу компания амалда товарлар категориялари бўйича баҳони диверсификациялашни қўллайди, чунки бу унга фойда келтиради. Бу баҳони диверсификациялаш истеъмолчиларни турли талаб чизиғига эга бўлган бир неча гуруҳларга ажратади. Бу усулга қўплаб мисоллар келтириш мумкин, масалан, туристлар учун биринчи класс авиабилетлари, олий навли ва бошқа навли спиртли ичимликлар, консерваланган ва музлатилган маҳсулотлар, талабалар ва нафақахўрлар учун чегирмалар ва бошқалар. Ҳар бир ҳолатда истеъмолчиларни аниқ тоифаларга ажратувчи турли мезонлардан фойдаланилмоқда. Масалан, талабалар ва ёши ўтган кишилар бошқаларга нисбатан камроқ тўлаш қобилиятига эга. Худди шунингдек, йўловчиларни сайёҳлар ва хизмат сафарига кетаётган йўловчиларга ажратиб (охирги ҳолатда чипталар қиммат бўлади).

авиакомпания олдидан сотиладиган арзон чипталарга нисбатан баҳоларни диверсификациялайди. Спиртли ичимликлар ишлаб чиқарувчи компания мисолида эса навларни кўрсатувчи пишаларга ёпиштирилган ёрлиқларнинг ўзи истеъмолчиларни тегишли тоифаларга бўлади. Кўпчилик истеъмолчилар «Олий» навли ичимлик учун кўпроқ тўлашга қодирлар, ҳатто бу ичимликлар оддийсидан фарқ қилмаса ҳам айнан шу фирманинг ўзида ишлаб чиқарилган бўлса ҳам.

Агар ушбу баҳоларни диверсификациялаш турини амалга оширадиган бўлсак, фирма ҳар бир истеъмолчи учун қандай қилиб баҳоларни белгилайди? Буни 2 босқичда кўриб чиқамиз. Биринчидан, биз биламизки, ишлаб чиқариш ҳажмидан қатъий назар, умумий чиқарилган маҳсулотни истеъмолчилар гуруҳлари ўртасида шундай тақсимлаш керакки, ҳар бир сотилган маҳсулот бирлигидан олинган қўшимча даромад ўзаро тенг бўлсин. Акс ҳолда фирма энг кўп миқдорда фойда олмайди. Масалан, истеъмолчилар икки гуруҳга ажратилади. 1-гуруҳга биринчи навли маҳсулотни сотишдан олинган қўшимча даромад (MR_1), 2-гуруҳга иккинчи навли маҳсулотни сотишдан тушган қўшимча даромад (MR_2) кўпроқ. Демак, фирма биринчи навли маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириб, иккинчи навли маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини камайтиради. Бунинг учун у биринчи навли маҳсулот нархини тушириб, иккинчи навли товар нархини кўтарди. Бунда нархлар шундай бўлиши керакки, иккала навли маҳсулотлар сотилиши (тарқатилаши)дан олинган қўшимча даромадлар тенг бўлсин.

Иккинчидан, умумий ишлаб чиқариш ҳажми шундай бўлиши керакки, ҳар иккала нав товарни сотишдан олинган қўшимча даромад уларнинг ишлаб чиқаришдаги қўшимча харажатларига тенг бўлсин. Агар бу тенглик амалга ошмаса, фирма умумий ишлаб чиқариш ҳажмини ва товарлар баҳосини кўпайтириш ёки пасайтириш орқали фойдасини юқори даражага кўтариши мумкин. Фараз қилайлик, иккала нав товарларнинг қўшимча даромадлари тенг, аммо қўшимча даромад ишлаб чиқаришдаги қўшимча харажатдан кўпроқ. У ҳолда фирма жами ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириб, фойдасини ошириши мумкин. Бу иккала нав товарлар баҳосини пасайтиради ва шунинг учун товарларнинг тарқатилишидан олинган қўшимча даромад ҳам камаяди (аммо ўзаро тенг бўлади), оқибатда ишлаб чиқариш ҳажмининг ортиши ҳисобига ошиб бораётган қўшимча харажатлар ҳажмига тенглашади.

Шуни алгебраик тарзда кўриб чиқамиз. Дейлик:

P_1 - 1-навли маҳсулот баҳоси;

P_2 - 2-навли маҳсулот баҳоси;

Q_1 - 1-навли маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳажми;

Q_2 - 2-навли маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳажми;

$Q_1 + Q_2 - Q$ - жами ишлаб чиқарилган маҳсулот;

$TC(Q)$ - Q маҳсулот ҳажминини ишлаб чиқаришнинг умумий

харажатлари.

У ҳолда жами фойда:

$$\Pi = P_1 Q_1 + P_2 Q_2 - TC(Q_1).$$

Фирма охириги маҳсулот бирлиги реализациясидан олинган қўшимча фойда 0 га тенг бўлганга қадар иккала навли товарни ишлаб чиқариш ҳажмини (Q_1 ва Q_2) кўпайтириб боради. 1-навли товар бирлигини сотишдан олинган қўшимча фойдани 0 га тенглаштирамиз:

$$(\Pi/Q_1) = ((P_1 Q_1)/Q_1) - (TC/Q_1) = 0.$$

Бунда, $(P_1 Q_1)/Q_1$ - 1- навли товарни қўшимча бирлигини сотишдан олинган қўшимча даромад (MR_1)/

TC/Q_1 - эса ана шу қўшимча бирликни ишлаб чиқариш учун қўшимча харажатлар, яъни MC . Демак,

$$(MR_1) = MC.$$

2-навли маҳсулот учун:

$$MR_2 = MC.$$

Тенгламаларни умумлаштириб, кўриб турганимиздек баҳо ва ишлаб чиқариш ҳажми шундай ўрнатилиши керакки, қуйидаги шарт бажарилсин:

$$MR_1 = MR_2 = MC.$$

Яъни, иккала товар қўшимча даромадлари ва қўшимча харажатлари тенг бўлиши керак.

Фирма раҳбарларига талаб эластиклиги орқали баҳоларни ҳисоблаб, ана шу баҳоларни ўзгартириш осонроқ туюлади. Қўшимча даромад талаб эластиклиги орқали қуйидагича ифодаланади:

$$MR = P(1 + 1/E_d)$$

у ҳолда $MR_1 = P_1(1 + 1/E_1)$ ва $MR_2 = P_2(1 + 1/E_2)$.

Бунда, E_1 ва E_2 - мос равишда 1- ва 2-нав товарларга талаб эластиклиги. Энди MR_1 ва MR_2 ни тенглаштириб, баҳолар учун қуйидаги нисбатни келтириб чиқарамиз:

$$(P_1/P_2) = (1 + 1/E_1)/(1 + 1/E_2).$$

Кутилганидек, қайси товарга талаб кам эластик бўлса, шу товар нархи қиммат бўлади. Масалан, агар 1-нав товарга талаб эластиклиги 2 га тенг, 2-нав товарга эса 4 га тенг бўлса, у ҳолда

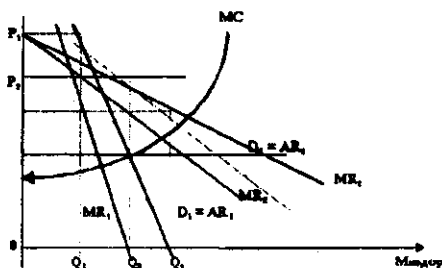
$$P_1/P_2 = (1 - 1/4)/(1 - 1/2) = (3/4)/(1/2) = 1,5.$$

Бошқача айтганда, 1-навли товар баҳоси 2-товар баҳосига нисбатан 1,5 марга кўп бўлади.

54-график товарлар категорияларига кўра баҳоларни диверсификациялашни кўрсатади.

Таъкидлаш керакки, 1-нав товарни D_1 талаб эгри чизиги 2-нав товар талаб эгри чизигига D_2 нисбатан кам эластик ва 1-нав товарлар баҳоси ҳам юқори. Жами ишлаб чиқариш ҳажми $Q_1 = Q_1 + Q_2$ MR_1 ва MR_2 қўшимча даромадлар чизиклари элементларини бирма-бир қўшиб аниқланади ва у MR_1 пунктир чизигини беради ҳамда уни қўшимча харажатлар чизиги билан кесишган жойида аниқланади.

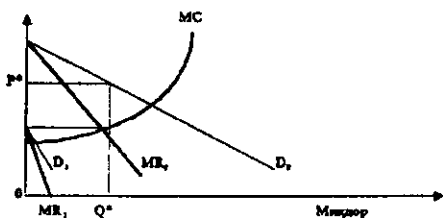
Қўшимча харажатлар (MC) MR_1 ва MR_2 га тенг бўлиши учун шу кесишган нуқтадан чапга горизонтал чизик ўтказамиз ва MR_1 ва MR_2 билан кесишган жойида Q_1 ва Q_2 ишлаб чиқариш ҳажмини аниқлаймиз.



54-график. Товарлар категориясига кўра баҳолар диверсификацияси

Ҳар доим ҳам истеъмолчиларни гуруҳларга ажратиш, маҳсулот сотиш фирма учун фойдали эмас. Жумладан, агар 2-гуруҳлар талаби кам бўлса-ю, қўшимча харажатлар тезликда ортса, 2-навли товарни ортган ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари қўшимча даромаддан кўпайиб кетиши мумкин. 55-графикда ҳам кўришиб турибдики, фирма фақат умумий истеъмолчилар гуруҳига сотишни мўлжалланган ҳолда яна P^* нархни ўрнатган. Агар фирма аynи вақтда тўлов қобилияти паст бўлган яна бир гуруҳга товар сотиб, қўшимча харажатларни орттирса, эндиликда қўшимча ишлаб чиқариш харажатлари қўшимча даромаддан ортиб кетади.

Вақтга кўра баҳони диверсификациялаш ва энг кўп талаб шароитида баҳони шакллантириш. Вақтга кўра баҳоларни диверсификациялаш баҳони шакллантириш стратегиясининг кенг тарқалган усули бўлиб, товарлар категориясига кўра баҳони диверсификациялаш билан узвий боғлангандир. Бу ерда истеъмолчиларни турли талаб функциясига эга бўлган тоифаларга ажратиш вақтни турли муддатларда турлича нарх белгилашга олиб келади.

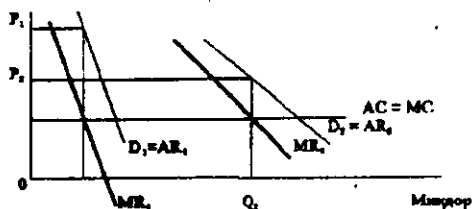


55-график. Товарлар категориясига кўра баҳолар диверсификацияси

Вақт бўйича баҳоларни диверсификациялаш механизмини ўрганиш учун аппаратлар жумласига кирувчи видео- магнитофон (70-й.да), компакт-дисклар (80-й. бошида) ва энг охири рақамли плейерларга қандай қилиб баҳо белгиланганларини кўриб чиқамиз. 56-графикда D_1 -

истеъмолчиларнинг кичик гуруҳига мўлжалланган янги товарнинг нозластик талаб эгри чизиги бўлиб, улар бу товарни юқори баҳолайдилар ва товар баҳоси пасайишини кутишни хоҳламайдилар (масалан, стреоколонкалар). D_2 - эса истеъмолчиларнинг йирик гуруҳини талаб эгри чизиги бўлиб, улар агар нарх жуда ҳам юқори бўлса, вақтинча харид қилмай турадилар. Бунда стратегия шундан иборатки, аввало товар юқори P_1 баҳода D_1 - талаб чизигига эга бўлган биринчи истеъмолчилар гуруҳига таклиф этилади. Кейинчалик, 1-гуруҳ истеъмолчилари товарни сотиб олгач, баҳо P_2 гача туширилади ва сотув D_2 - талаб чизигига эга бўлган истеъмолчиларнинг йирик гуруҳига йўналтирилади.

Баҳони диверсификациялашга оид бошқа мисоллар ҳам бор. Улардан бирида, кинофильмнинг дастлабки намоишида юқори нархлар белгиланади ва кейинчалик оммавий прокатга берилгач, нарх туширилади. Яна бошқа мисол, қаттиқ муқовали чиққан китобга юқори нарх белгиланади ва уни юмшоқ муқовада чиқарилиб, паст нархда сотилади. Кўпчиликнинг фикрига кўра, баҳонинг пасайишига сабаб сезиларли даражада ишлаб чиқариш харажатларининг пасайишидир. Лекин бундай эмас. Китоб кўл ёзмаси таклиф қилингач ва терилгач, қўшимча нусхаларни чоп этиш қўшимча харажати (хоҳ у қаттиқ, хоҳ юмшоқ муқовали бўлсин) паст бўлади. Юмшоқ муқовали китобнинг нархи арзонлигига сабаб, уни арзонга чоп этирилганидан эмас, балки унинг харидорлари талабини юқори эластиклигидандир. Чунки талаби эластик бўлмаган харидорлар қаттиқ муқовалисини сотиб оладилар.



56-график. Вақт бўйича баҳолар диверсификациясининг график тасвири

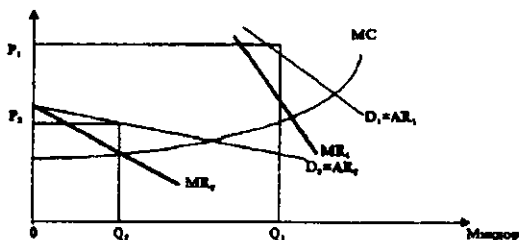
Энг юқори талаб шаронтида баҳони шакллантириш - вақтга кўра баҳоларни диверсификациялашнинг бир шаклидир. Маълум муддатларда товарлар ва хизматларга бўлган талаб энг юқори даражага эришали: йўллар ва тунеллар - тигиз найтда, электрга - ёзда, чанги курортлари ва дам олиш жойларига эса - дам олиш вақтида. Бундай тигиз пайтларда қувватларнинг чегараланганлиги туфайли қўшимча харажатлар ҳам кўпроқ бўлади. Нархлар ҳам, шунинг учун тигиз пайтларда юқори бўлади.

Бу 57-расмда кўрсатилган бўлиб, бунда

D_1 - тигиз вақтда талаб эгри чизиги.

D_2 - қолган вақтда талаб эгри чизиги.

Фирма ҳар бир тифиз пайтда юқори P_1 нарх (Q_1 -ишлаб чиқариш ҳажми билан) олгани ҳолда ва қолган вақтларда P_2 паст баҳони олган ҳолда (Q_2 - ишлаб чиқариш ҳажми билан), ҳар бир шу муддатлар учун қўшимча харажатларга тенг бўлган қўшимча даромадларни белгилаб боради. Бу фирмани ягона баҳони белгиланган шароитга нисбатан кўпроқ фойда олиштига сабаб бўлади.



57-график. Энг катта талаб давридаги баҳолар диверсификацияси

Шуни таъкидлаш зарурки, энг кўп талаб шароитида баҳони шакллантириш вақт бўйича баҳони диверсификациялашда ҳар бир навли товарни сотишдан олинган қўшимча даромад қўшимча харажатларга тенг бўлиши керак. Бунинг сабаби, турли истеъмолчилар гуруҳига хизмат кўрсатиш харажатлари ўзаро боғлиқдир. Масалан, тўлиқ қийматли ва чегирмали билетлар шароитида чегирмали билетлар сотилишининг кўпайиши тўлиқ қийматли билетлар сотилишини қисқартиради - самолёт тўлгани сари қўшимча харажатлар ортиб боради. Энг кўп талаб шароитида эса бундай бўлмайди. Шанба ва яқшанба кунлари чанғичилар подъяёмник учун сотилган билетларнинг сотилиш ҳажмига таъсир қилмайди. Ёки оддий вақтларда электр-энергиясининг кўпроқ сотилиши тифиз вақти уни сотувига таъсир қилмайди. Натижада ҳар бир муддат учун реализация боғлиқ бўлмаган тарзда ўриштилади.

Хулоса

1. Бозорда ҳукмронликка эга бўлган фирмалар юқори потенциалга эга бўлиб, катта фойда олишлари мумкин, ушбу потенциални юзага чиқариш фирманинг нархни шакллантириш стратегиясига боғлиқдир. Агар фирма ягона белгиланса ҳам, у ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини аниқлаши учун талаб эластиклигини ҳисоб-китоб қилади. Бир неча нархни белгилаш билан боғлиқ; мураккаб стратегияни қўллаш учун талаб тўғрисида батафсил маълумотга эга бўлиши керак.

2. Баҳони шакллантириш стратегияси фирманинг савдо фаолияти йўналтирилган истеъмолчиларни кўпайтиришга ва ортиқча истеъмолнинг, иложи борича кўпроқ қисмини эгаллашга қаратилгандир. Бунинг бир неча хил усуллари мавжуд бўлиб, улар одатда баҳоларни диверсификациялаш билан боғлиқдир.

3. Фирманинг орзуси-тўлиқ баҳоларни диверсификациялашни амалга оширишдир, яъни ҳар бир харидор учун унинг резервланган баҳосини белгилашдир. Амалда бу мумкин эмас. Шу билан бирга фойдани кўпайтириш мақсадида баҳони дискриминациялашнинг турли шакллари тез-тез қўлланиб турилади.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. Рақобат ва яқки ҳокимлик мавқеига эга бўлган корхоналар қандай хусусиятларга эга?
2. Ортиқча истеъмолни эгаллаш нимани билдиради ва корхоналар бунга эришиши учун қандай ҳаракат қилади?
3. Баҳоларни диверсификациялаш нимани билдиради?
4. Товарлар категориясига кўра баҳо қандай диверсификацияланади?
5. Истеъмол ҳажмига кўра қандай диверсификацияланади?
6. Вақтга кўра баҳо қандай диверсификацияланади?
7. Энг юқори талаб шароитида баҳона қандай шакллантирилади?

12 - БОБ. МОНОПОЛИСТИК РАҚОБАТ ВА ОЛИГОПОЛИЯ

Саноатнинг айрим тармоқларида бир неча фирмалар рақобат олиб боришади, лекин ҳар бири қандайдир монопол ҳокимиятга эга - яъни у чегаравий чиқимлардан ошадиган нархлар даражасини назорат қилади ва нархларни белгилайди.

Бу бўлимда биз монопол ҳокимият асоси бўлган, соф кўринишдаги монополиядан фарқли бозор тузилмаларини ўрганамиз. Биз монополистик рақобатдан бошлаймиз. Сотувчиларнинг монополистик рақобат бозори соф рақобат бозорига ўхшашдир, чунки унда ҳам кўп фирмалар бўлиб, бу бозорга янги фирмалар кириши чегараланмаган. Лекин унинг соф рақобат бозоридан фарқи, бозор мақсулоти дифференциалланганидир: ҳар бир фирма сифати, расмийлаштирилиши ёки мавқеига кўра бир-биридан фарқ қилувчи махсус тур ёки вариантдаги товарни сотади ва ҳар бир фирма ўз товар марказининг монопол ишлаб чиқарувчиси ҳисобланади. Монополистик рақобатта мисоллар жуда кўп, буларга тиш пастаси, кир ювиш порошоги, алкогольсиз ичимликлар ва бошқалар кириди. Бозор тузилмасининг иккинчи шакли бўлган олигополияни кўриб чиқамиз. Олигопол бозорларда бир-бири билан фақат бир нечагина фирмалар рақобат олиб боради, шунинг учун бу бозорларга янги фирмалар кириши қийинроқ. Фирмалар томонидан ишлаб чиқариладиган товарлар дифференциалланган ёки дифференциалланмаган бўлиши мумкин. Саноатнинг олигопол тармоқларидаги монопол ҳокимият ва фойда фирмаларнинг ўзаро қандай муносабатда бўлишга қисман боғлиқдир. Масалан, агар ўзаро муносабатлар ҳамкорлик тенденциясига эга бўлса, фирмалар қўшимча харажатлардан юқори нархни белгилаши ва катта фойда олиши мумкин.

Баъзи бир олигопол тармоқларда фирмалар ҳамкорлик қилса, бошқаларида агрессив равишда иш олиб боришади, ҳаттоки бу фойданинг камайишига ҳам олиб келади. Нима учун бундай бўлаётганини тушуниш учун олигопол фирмаларнинг ишлаб чиқариш ҳажми ва нарх белгилаш бўйича қандай қарорлар қабул қилаётганини кўриб чиқиш зарур. Ҳар бир фирма қарор қабул қила туриб ўз рақобатчилари реакциясини тарозига тортиб кўриши керак. Олигопол бозорларни ўрганиб чиқиш учун биз бир қатор фирмалар стратегиясининг асосий тамойилларини кўриб чиқишимиз керак.

Бозор тузилмасининг учинчи шакли картелдир. Картеллаштирилган бозорларда баъзи бир ёки бирча фирмалар очиқ келишув асосида иш олиб борадилар. Яъни улар ўзларининг биргаликдаги фойдаларини энг юқори даражага етказиш учун бир-бирини огоҳлантиргани ҳолда ўз ишлаб чиқариш ҳажмлари ва нархларини биргаликда белгилайдилар. Картеллар олдин рақобатли бўлган бозорларда ҳам пайдо бўлиши мумкин. (ОПЕК ёки халқаро боксит картели каби).

Биринчи кўринишда картел соф монополия сифатида кўриниши мумкин. Картелдаги фирмалар худди йирик бир компаниянинг бир қисми кўринишида бўлиши мумкин, лекин картел монополиядан иккита ҳар хил соҳалари билан фарқланади. Биринчидан, картеллар камдан кам ҳолларда бутун бозорни назорат қиладилар, улар картелга кирмаган корхоналарнинг ишлаб чиқариш ҳажмига улар ўтказётган баҳо нарх сиёсати қандай таъсир этишини ҳисобга олишлари керак. Иккинчидан, картел аъзолари битта йирик компаниянинг қисми ҳисобланмайдилар. Шунинг учун уларда ҳамкорларни алдаган ҳолда бозорни эгаллаш фикри туғилиши мумкин. Натижада кўп картеллар беқарор тенденцияга эга бўлиб, ўзларида вақтинчалик бозор тузилмасини намоён этадилар.

12.1. Монополистик рақобат

Кўп саноат тармоқларида фирмалар ишлаб чиқарган маҳсулотлар дифференциялангандир. Истеъмолчилар ҳар хил сабабларга кўра ҳар бир товарнинг фирма маркасини бошқа фирма товарларидан аълороқ деб биладилар. Масалан, «Крест» тиш пастаси «Колгейт» ва «Эйм»дап фарқланади. Фарқи ҳидида, таркибида ва истеъмолчилар орасидаги шуҳратидан иборатдир. Натижада баъзи истеъмолчилар «Крест»ни кариесдан самаралироқ ҳимоя қилади, деб унга кўпроқ тўлашади.

P&G фирмаси «Крест» тиш пастасини ягона ишлаб чиқарувчи бўлгани учун у монопол ҳокимиятга эга, лекин унинг нархи кўтарилса, истеъмолчилар бошқа тиш пасталарига ўтиб кетиши мумкин. Кўп истеъмолчилар «Крест» учун бошқа тиш пасталарига нисбатан кўпроқ тўламайдилар. Бир тюбик «Крест» учун олдий истеъмолчи 25 ёки хатто 50 сўм ортиқча тўлаши мумкин, лекин 100 сўм тўлаши жуда қийин. Кўпчилик истеъмолчилар учун тиш пасталари ўртасидаги фарқ катта эмас. Шунга кўра «Крест»га талаб эгри чизиги пастга қараб характерланса, анча эластикдир. Чекланган монопол ҳокимият туфайли

R&G юқорироқ, лекин қўшимча харажатлардан унча юқори бўлмаган нархни белгилайди. Шунга ўхшаш ҳолатни «Тайд» каби кир ювиш воситаларида, «Скотт» қоғозли сочиқларида ва «Канада Драй» пивосида кўриш мумкин.

Монополистик рақобат механизми. Монополистик рақобат бозори икки муҳим тавсифга эга: биринчидан, фирмалар бозорида бир бирининг ўрнини қисман босиши мумкин бўлган дифференциал товарлар сотиб, рақобат бўлиши мумкин (бошқача қилиб айтганда, талабнинг эластиклиги нархга нисбатан юқори, лекин чегарасиз эмас). Иккинчидан, янги фирмаларнинг бозорга кириши чегараланмаган, уларнинг товарларга талаби бўлмаса, бозордан чиқиши унчалик мураккаб эмас. Бозорга эркин кириш нима учун муҳим талаблардан бири эканлигини кўриш учун тиш пасталари ва автомобиллар бозорини таққослаймиз. Тиш пастаси бозорини монополистик рақобат бозори, автомобиллар бозорини эса олигополистик рақобат бозори, десак бўлади. Бошқа фирмалар учун «Крест» ва «Колгейт» маркалари билан рақобат қиладиган янги материаллар яратиш нисбатан энгилдир. Бу «Крест» ва «Колгейт» материалларини ишлаб чиқариш фойдалилигини чегаралаб қўяди. Агар фойда юқори бўлганда эди, бошқа фирмалар «Крест» ва «Колгейт» маркларининг бозордаги сотилиш усулини ва фойдалилигини камайтириш мақсадида зарур маблағларини (реклама ва ишлаб чиқариш учун) сўзсиз сарфлаган бўлар эди.

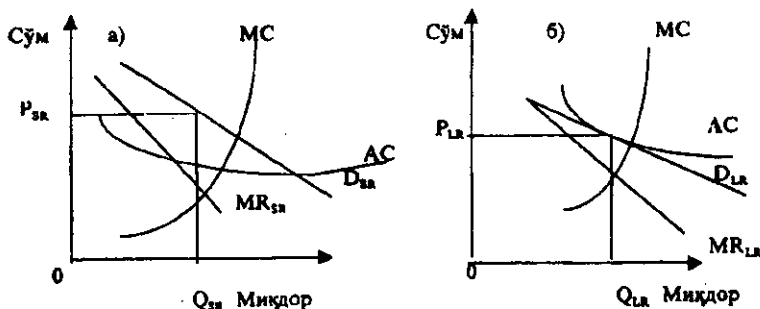
Автомобил бозори ҳам маҳсулотни дифференциаллангани билан характерланади. Ёироқ, куламининг катта самараси янги фирмаларнинг бозорга киришини қийинлаштиради. Шунинг учун 70-йиллар ўрталарида, япон ишлаб чиқарувчилари муҳим рақобатчилар сифатида қатнашгунча, АҚШнинг уч йирик автомобилсозлик компанияси бозорининг катта қисмига эгалик қилар эди.

Тиш пастаси бозоридан ташқари, монополистик рақобатга жуда кўп мисоллар келтириш мумкин.

Совун, шампунь, дезодорант, соқол олиш учун кремлар, витамин, дори-дармон ва бошқа кўп товарлар бозори монополистик рақобат бозорлари ҳисобланади. Чанғи, теннис ракеткалари, велосипед ва бошқа спорт товарлари бозори монополистик рақобатга хосдир. Чакана савдо корхоналари ҳам аналогик кўринишга эгадир, чунки улар ҳам бир қатор шарт-шароитлар, имтиёзлар яратиш асосида бунга эришадилар.

Узоқ муддатли ва қисқа муддатли даврларда мувозанат. Соф монополия шароитидаги каби монополистик рақобатга фирмалар пастга ҳаракат қилувчи талаб эгри чизигига дуч келадилар ва шунга қарамай улар бир қатор монопол ҳокимиятга эгадирлар. Лекин бу фирмаларни монополистик рақобат шароитида кўп фойда олади, дегани эмас. Монополистик рақобат соф рақобатга ўхшашдир. Бозорга янги фирмаларнинг киришига тўсиқ бўлмаган шароитда, улар ўзларининг рақобатбардош товар маркаларини олиб келадилар ва рақобатчилар фойдасини 0 га туширишга ҳаракат қиладилар.

Тушунарли бўлиши учун узоқ ва қисқа муддатли оралиқ даврлардаги фирмаларнинг монополистик рақобати шароитида мувозанатли нарх ва ишлаб чиқариш ҳажмини кўриб чиқамиз 58-график қисқа муддатли мувозанатни кўрсатади.



58-график. Узоқ муддатли ва қисқа муддатли даврларда монополистик жиҳатдан рақобатли фирманинг талаб ва таклифи ўзгариши

Фирма товари рақобатчилар товаридан фарқланади, унинг D_{SR} талаб эгри чизиги пастга қараб огишга эга (бу бозор талаби эгри чизиги эмас, балки фирма учун талаб эгри чизигидир). Фирма фойдасини энг юқори даражага кўтарувчи ишлаб чиқариш ҳажми Q_{SR} қўшимча даромад эгри чизиги ва қўшимча харажатлар эгри чизиги билан кесилиш арафасида P_{SR} нарх белгиланган ўртача харажатлардан ошиши сабабли, фирма фойдага эга бўлаяпти. Бу фойда узоқ муддат давомида бозорга янги фирмаларнинг киришини рағбатлантириб туради. Шунинг учун янги фирмалар турлари ошиб борган сари берилган фирманинг бозордаги реализация улуши камайиб боради. Унинг талаб эгри чизиги б1 b) графикда кўрсатилганидек пастга тушади.

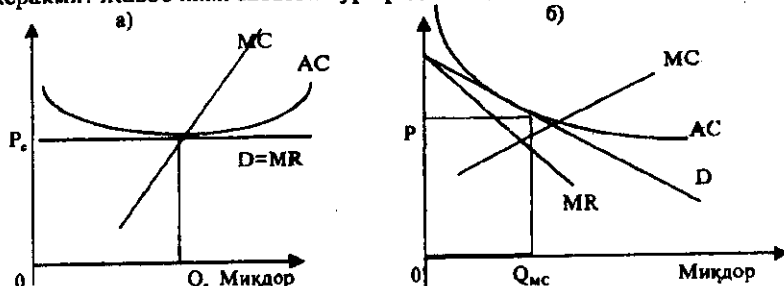
Узоқ муддатли D_L талаб эгри чизиги фирманинг ўртача харажатлар эгри чизиги билан тўқнашади. Бунда фойдани энг юқори даражага стказишига ишлаб чиқариш ҳажми Q_{LR} , нарх P_{LR} ва 0 фойда билан эришилади, чунки нарх ўртача харажатларга тенг бўлади. Бундай шароитда фирма ҳали ҳам монопол бўлади ва бу товар марказининг яғоналигидан далолат беради. Лекин бозорга янги фирмаларнинг келиши ва рақобат унинг фойдасини 0 га олиб келади. Шундай қилиб, фирмалар ҳар хил харажатлар қиладилар ва бу товарнинг фирма марказларини турли хил бўлишига олиб келади. Бунга боғлиқ ҳолда фирмалар ўз маҳсулотларига турли хил нархлар белгилайдилар ва баъзилар унча кўп бўлмаган фойдага эга бўладилар.

Монополистик рақобат ва иқтисодий самарадорлик. Соф рақобатли бозорлар иқтисодий жиҳатдан самаралидирлар, бу ҳолат бозор механизмнинг фаолиятига истъомолчилар ва ишлаб чиқарувчилар жами ортиқчасининг энг юқори нуқтага етиши учун ҳеч нарса халақит бермагунча давом этади. Монополистик рақобат эркин рақобатга бир

қатор соҳалар нўқтаи назаридан ўхшашдир. Лекин, у самарали бозор тузилмаси бўла оладими? Бу саволга жавоб бериш учун монополистик рақобатли тармоқдаги узоқ муддатли мувозанатни соф рақобатли тармоқдаги узоқ муддатли мувозанат билан солиштирамиз.

59-графикларда монополистик рақобатли тармоғидаги бозор механизми самарасиз эканлигини кўриб турибмиз. Бу икки сабабга кўра содир бўлмоқда. Биринчидан, соф рақобатли бозордаги нархлардан фарқли равишда монопол рақобатли бозордаги мувозанат баҳо қўшимча харажатлардан ортиб кетади. Бу шуни англатадики, истеъмолчиларнинг қўшимча бирлик маҳсулотлар учун тўлайдиган нархлари, уларнинг ишлаб чиқариш учун кетадиган харажатларидан юқоридир. Агар ишлаб чиқариш ҳажми, талаб эгри чизиги қўшимча харажатлар эгри чизигини кесиб ўтаётган нўқтасигача ўсганда эди, ортиқча йиғинди 59 б) графикдаги штрихланган майдонга тенг катталиқка кўпаяр эди. Бу ажабланарли эмас.

Иккинчидан, 59-графикга кўра монополистик рақобат бозоридаги фирмалар резерв ишлаб чиқариш қувватларига эга, яъни улар ишлаб чиқариш қувватларидан тўлиқ фойдаланмайдилар, фирманинг ҳақиқатдаги ишлаб чиқариш ҳажми, ўртача харажатларининг камайтираётганлигидан камроқдир. Янги фирмаларнинг кириб келиши фойдани соф рақобатли бозордаги каби монопол рақобатли бозорда ҳам 0 гача туширади. Соф рақобатли бозорда фирмалар талаб горизонтал чизиги билан тўқнаш келишади, шунинг учун 0 фойда ўртача харажатлари эгри чизигининг минимум нўқтасига тўғри келади 59 а) график). Монопол рақобатли бозорда талаб эгри чизиги пастга қараб оғишга эга, шунинг учун 0 фойда нўқтаси минимал ўртача харажатлар нўқтасидан чапроқдадир. Бу резерв ишлаб чиқариш қувватлари самарасиз, чунки фирмалар сони камайса, ўртача харажатлар қисқартирилиши мумкин. Бундай ҳолда монополистик рақобат ижтимоий томондан самарасиз иқтисодий вазият бўлиб қолади ва уни ҳукумат мувофиқлаштириши керакми? Жавоб икки сабабга кўра рад этилади.



59-график. Монополистик рақобат бозори ва соф рақобат бозоридаги рақобатли мувозанатни таққослаш

Биринчидан, кўпгина монополистик рақобат бозорларида монопол рақобат унча юқори эмас. Одатда етарли миқдордаги фирмалар фаолият кўрсатади, уларда товарларининг тўлиқ ўрнини босувчи товар маркалари мавжуд, шунинг учун ҳеч қайси бир фирма сезиларли монопол ҳокимиятга эга эмас. Шу билан бирга ҳар қандай соф зарарлар монопол ҳокимиятдан унчалик катта бўлмайди. Фирмалар талаб эгри чизиги эластик бўлгани учун уларнинг ишлаб чиқариш резерв қувватлари унча кўп эмас.

Иккинчидан, бозор механизми самарасизлиги товарларнинг кенг ассортиментини таъминловчи монополистик рақобатнинг муҳим устиворлиги ҳисобига компенсацияланади. Кўпчилик истеъмолчилар кенг таъминлаш имконияти борлигини қадрлашади. Товар хилма-хиллигидан фойда кўп бўлиши мумкин.

12.2. Олигополия

Олигополистик бозорда маҳсулот дифференциалланган бўлиши ва бўлмаслиги мумкин. Бир неча фирмаларнинг барча ёки деярли барча маҳсулотни ишлаб чиқариши муҳим аҳамиятга эгадир. Бир қатор олигопол бозорларда баъзи бир ёки барча фирмалар узоқ муддатли босқичда сезиларли фойда ишлаб олишади, чунки олигопол бозорга кириш чегараланганлиги янги фирмаларнинг бозорга киришини қийинлаштиради. Олигополия замонавий бозор тузилмасида алоҳида ўринга эгадир. АҚШда автомобил соноати, пўлат ишлаб чиқариш, алюминий, нефть химикатлари, электр қурилмалар ва компьютерлар ишлаб чиқариш олигополистик саноат тармоқлари бўлиб ҳисобланади.

Нима учун бозорга киришда тўсиқлар мавжуд? Кенг миқёсдаги самараси бозорда кўп фирмалар мавжудлигини фойдасиз қилиб қўйиши мумкин. Технологиюни патентлаш ва лицензиялаш кўп потенциал рақобатчиларни чиқариб ташлаши мумкин, фирма ва унинг маҳсулотини таништириш учун рекламага кетадиган харажатлар бозорга янги фирмаларнинг киришга тўсиқ бўлиши мумкин. Бундай табиий тўсиқлар, алоҳида олинган бозорлар тузилмаси асосида ётади. Бундан ташқари етакчи фирмалар, янги фирмаларнинг киришига қарши стратегик ҳаракатлар қўллаши мумкин. Масалан, улар бозорга келган янги фирмани қўрқитиш мақсадида товарларига бирданига нархларни тушириб юбориш ва бунга қўшимча ишлаб чиқариш қувватларини яратиш орқали эришишлари мумкин. Шунини таъкидлаш зарурки, янги бозорга киришдаги тўсиқлар хоҳлаган вақтда пайдо бўлиши мумкин.

Олигопол бозордаги фирмаларни бошқариш нарх белгилаш ишлаб чиқариш ҳажми, реклама ва капитал қўйилмалар бўйича стратегик қарорлар қабул қилиш туфайли қийинлашади. Бир қанча фирма рақобат олиб борганлиги сабабли, ҳар бир фирма ўз ҳаракатларини ва уларнинг рақибларга таъсирини, ҳамда бунга рақиблар реакциясини чуқур ўрганиши керак.

Масалан, «Форд» компанияси маҳсулотларининг туриб қолганлиги сабабли нархларини 15 % га тушурмоқчи ва бу билан талабни кенгайтирмоқчи бўлди. Бунинг учун «Форд» бунга рақобатчилари «Женерал Моторс» ва «Крайсерлар» қандай муносабатда бўлишларини ўрганиб чиқиши керак.

Улар умуман эътибор бермасликлари ёки 10% дан камроққа нархларини пасайтиришлари мумкин.

Бундай ҳолда «Форд» маҳсулотига талаб ошади. Лекин рақобатчилар нархларни 15%га тушириб юборишлари мумкин. Бу нархлар урушга олиб келиши ва фойдани камайтириб юбориши мумкин. Шунинг учун «Форд» ҳар бир ҳаракатини ўйлаб амалга оширади. Бундан ташқари, қарор қабул қилиш, жавоб реакциялари ва рақобат - динамик жараёнлардир. Фирма раҳбарлари ўз қарорларининг потенциал оқибатларини баҳолаётганларида, ўз рақобатчиларини ўзлари каби энг мувофиқ ёндашувчи ва ақл-заковатли деб фараз қилишлари керак. Шунда улар ўзларининг ўрнига қўйишлари ва ўйлаб кўришлари, уларнинг реакцияси қандай бўлишини аниқлашлари керак.

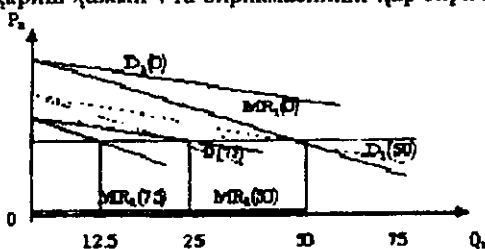
Қурно модели¹

Биз оддий дуополия (2 та фирма бир-бири билан рақобат қилади) модели билан қарор қабул қилиш жараёнини ўрганишни бошлаймиз. Бу биринчи марта француз иқтисодчиси Окурно томонидан 1838 й. тақлиф этилган, моделдир. Фараз қилайлик, фирмалар бир хил товар ишлаб чиқаришни ва бозор талаби эгри чизигини билишади. Ҳар бир фирма қанча маҳсулот ишлаб чиқаришни ўз қилиши керак ва иккала фирма ҳам ўз қарорларини бир вақтнинг ўзида қабул қиладилар. Қарор қабул қилишда ҳар бир фирма, унинг рақобатчиси ҳам ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қарор қабул қилинаётганини, рақобатчиси ҳам ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қарор қабул қилинаётганини ва охириги баҳо иккала фирманинг умумий ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ бўлишини билиши керак.

Қурно моделининг маъноси шундан иборатки, ҳар бир фирма ўз рақобатчисининг ишлаб чиқариш ҳажмини доимий деб қабул қилади ва кейин ўз қарорини ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қабул қилади. Бунинг қандай бўлишини кўриш учун 1-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қарор қабул қилишини кўриб чиқамиз. Фараз қилайлик, бир фирма иккинчи фирмани ҳеч нарса ишлаб чиқармайди, деб ҳисобласин. Унда 1 фирманинг талаб эгри чизиги бозорнинг талаб эгри чизиги билан устма-уст тушади. 60-графикдаги $D_1(0)$; 1-фирма учун 2-фирма ҳеч нарса ишлаб чиқарилмайдиган ҳолдаги талаб эгри чизигини ифодалайди. Шунингдек, 60-графикда қўшимча даромад эгри чизиги $MR_1(0)$ ҳам кўрсатилган. Биз 1-фирманинг қўшимча харажатларини MC_1 деб қабул қилдик. Графикда кўрсатилганидек, 1-фирма фойдасини максималлаштирувчи ишлаб чиқариш ҳажми 50 бирликка тенг. ($MR_1(0)$ MC_1 ни кесиб ўтувчи нуқта). Шунинг учун 2-фирма ҳеч нарса ишлаб чиқармаганда 1-фирма 5-бирлик

¹ Роберт Пиндайк, Даниэль Рубинфелла Микроэкономика М 1992 г. Стр 347

ишлаб чиқаради. Агар 1-фирма 2-фирмани 50 бирлик ишлаб чиқараяпти деб ҳисобласа, унда фирма талаб эгри чизиги бозорнинг талаб эгри чизигини ифодалайди ва чал томонга 50 бирлик силжийди. 13.3 расмда бу $D_1(50)$ сифатида ва унга мос равишда қўшимча даромад эгри чизиги $MR_1(50)$ қилиб белгиланган. Ҳозир ишлаб чиқариш ҳажмининг энг кўп фойдаси 1-фирма учун 25 бирликка тенг ($MR_1(50) = MC_1$ жойлашган нуқта). Фараз қилайлик, 1-фирма, 2-фирмани 75 бирлик ишлаб чиқаради деб ҳисоблаяпти. 1-фирмани янги талаб эгри чизиги $D_1(75)$. Энди 1-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмининг энг кўп фойдаси 12,5 бирликка тенг. ($MR_1(75) = MC_1$ кесилган нуқта). Ниҳоят, 1-фирма 2-фирмани юз бирлик ишлаб чиқаради. деб ҳисобласин. Унда 1-фирма талаб эгри чизиги ва қўшимча даромад эгри чизиги вертикал ўқдаги унинг қўшимча харажатлар эгри чизигини кесиб ўтади. Улар биринчи фирма 2-фирма юз бирлик ишлаб чиқаради деб ҳисобласа, у ҳолда 1-фирма маҳсулот ишлаб чиқармайди. Натижани аниқлайлик: агар 1-фирма, 2-фирмани маҳсулот ишлаб чиқармайди, деб ҳисобласа, 50 бирлик ишлаб чиқаради, агар у 2-фирмани 50 бирлик ишлаб чиқаради деб ҳисобласа, ўзи 25 бирлик ишлаб чиқаради, агар у 2-фирмани 75 бирлик ишлаб чиқаради, деса, ўзи 12,5 бирлик ишлаб чиқаради; агар у 2-фирмани 100 бирлик ишлаб чиқаради, деса, у ҳолда ҳеч нарса ишлаб чиқармайди. Шундай қилиб, 1-фирма фойдани энг кўп даражага етказувчи ишлаб чиқариш ҳажми, унинг фикрига кўра, 2-фирма ишлаб чиқариш ҳажмининг қандай ўзгаришига қараб ўзгаради. Биз биринчи фирма ишлаб чиқариш ҳажми графигини билвосита реакция, деб номлаймиз ва уни $Q_1(Q_2)$ сифатида белгилаймиз. Бу эгри чизик 61 графикда кўрсатилган бўлиб, унда юқорида айтилган ишлаб чиқариш ҳажми 4 та бирикмасининг ҳар бири X нуқта билан кўрсатилган.



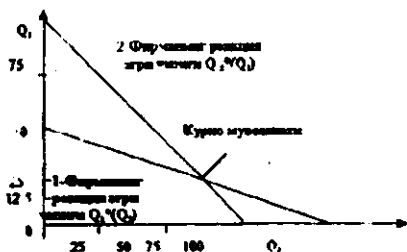
60-график. 1-Фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини оптималлаштириш

Биз 2-фирма нуқтан назардан ҳам худди шундай таҳлил қилишимиз мумкин. Натижада биз 2-фирма учун $Q_2(Q_1)$ реакция эгри чизигига эга бўламиз. Агар 2-фирма қўшимча харажатлари эгри чизиги 1-фирманинг қўшимча харажатлар эгри чизигидан фарқланса, унинг реакция эгри чизиги ҳам 1-фирма реакция эгри чизигидан шакл бўйича фарқланади. Масалан, 2-фирма реакция эгри чизигидан шакл бўйича фарқланади. Масалан, 2-фирма реакция эгри чизиги 61-графикда кўрсатилганидек

кўриниши мумкин. Ҳар бир фирма қанча ишлаб чиқаради? Ҳар бир фирманинг реакция эгри чизигини рақобатчиси кўзлаётган миқдордаги ишлаб чиқаришга эътиборни қаратган ҳолда қанча миқдорда ишлаб чиқариши ҳақида тушунча беради. Мувозанат бўлган ҳолатда иккала фирманинг ҳам реакция эгри чизикларига мос ишлаб чиқариш ҳажмининг мувозанат даражаси иккала реакция эгри чизикларининг кесишган жойида жойлашади. Биз ишлаб чиқариш ҳажмларини натижавий Курно мувозанати деб атаيمиз. Бундай мувозанатлар ҳар бир фирма ўз рақобатчисининг қанча ишлаб чиқаришини тўғри аниқлайди ва шунга боғлиқ ҳолда ўз фойдасини энг кўп даражага етказиши. Курно мувозанати ўйинлар назарияси. Нэша мувозанатига ўхшаш мисол бўла олади. Нэшанинг ўйин мувозанати ҳар бир ўйинчи оponentи қилган ҳаракатларига жавобан энг тўғри йўлни тутиши мумкин. Натижада ҳеч қайси бир ўйинчи ўз ҳолатини ўзгартириш учун ҳеч қандай эҳтиёж сезмайди. Курно мувозанатида ҳар бир дуополист фойдани энг юқори даражага етказувчи ишлаб чиқариш ҳажминини ўрнатади.

Фараз қиламиз, дастлаб фирма Курно мувозанатига мос келмайдиган ҳажмдаги ишлаб чиқаришни амалга оширади. Улар Курно мувозанатига етгунча ўз ишлаб чиқариш ҳажмларини ўзгартиришларини кутиш ўринлими? Афсуски, Курно модели ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қарор қабул қилиш жараёни динамикаси ҳақида ҳеч нарса демайди. Ҳақиқатда бутун жараён давомида қарор қабул қилиш моделнинг марказий нуқтаси доимийлигини таъминламайди. Ҳеч қайси бир фирманинг ишлаб чиқариш ҳажми бир хил бўлмайди. Чунки иккала фирма ҳам ўз ҳажмларини мувофиқлаштириб боради. Динамик мувофиқлаштиришни тушуниш учун бошқа моделлар керак.

Қачон фирма ўз рақобатчиларининг ишлаб чиқариш ҳажминини доимий деб ҳисоблаши мумкин? Бу мақсадга мувофиқ бўларди, қачонки иккала фирма ҳам ўз ишлаб чиқариш ҳажмларини бир марта танлаб олинса ва шу билан бу ўзгаришсиз қолса. Бу чна шундай мақсадга мувофиқ, қачонки фирмалар Курно мувозанатида жойлашса, шунда ҳеч қайси фирма ўз ишлаб чиқариш ҳажминини ўзгартиришдан манфаатдор бўлмайди. Мос равишда, биз фирмаларнинг мувозанатдаги ҳажми билан чегараланиб қоламиз.



61-график. Курно мувозанати

12.3. Тил бириктиришга қарши рақобат: махбус дилеммаси

Курно мувозанати - кооператив мувозанатдир: ҳар қайси фирма ўз рақобатчиларининг фаолиятида кўпроқ фойда олиш имконини берадиган қарорлар қабул қилади. Биз фирма томонидан олинган яқуний фойда идеал рақобат бўлган ҳолдагидан юқори бўлишини, бироқ фирмалар бир-бири билан келишиб олган ҳолдагидан паст бўлишини кўриб чиқдик.

Тил бириктириш ноқонуний бўлиб, кўпчилик раҳбарлар томонидан ёки оғир жарималарни тўлашдан ўларини узоқ тутишни маъқул кўрадилар. Бироқ, кооперация янада юқори фойдага олиб келса, нима учун фирмалар очикдан очик тил бириктиришга ўтмайдилар? Айниқса, агар сиз билан рақобатчингиз ҳам белгилайди, деган умидда белгиламайсиз? Агар сизнинг рақобатчингиз ҳам худди шундай қилса, яъни шундай парҳиз белгиласа, икковингиз ҳам катта фойда кўрасиз-ку.

Бу ердаги асосий муаммо шундаки, сизнинг рақобатчингиз келишувга асосан белгиланган баҳоларни танламаслиги мумкин. Нима учун у бундай қилади? Чунки сизнинг рақобатчингиз учун ҳатто у сизнинг келишувга асосан баҳо белгилашингизни билса ҳам Курно баҳосини белгилаш фойдалироқдир.

Бунини тушуниш учун баҳолар рақобати тўғрисида мисол келтираймиз. Ҳар бир фирманинг доимий харажатлари 20 сўмга, ўзгарувчан харажатлари эса 0 га тенг бўлганда фирма маҳсулотига бўлган талаб куйидагилар асосида аниқланади:

$$1\text{-фирманинг талаби: } Q_1 = 12 - 2P_1 + P_2$$

$$2\text{-фирманинг талаби: } Q_2 = 12 - 2P_2 + P_1$$

Курно мувозанатида ҳар бир фирма 4 сўм миқдорида баҳо белгилайди ва 12 сўм миқдорида фойда олади. Агар улар бир-бирлари билан келишсалар, ҳар бири 6 сўм баҳо белгилайди ва 16 сўм фойда олади. Энди фараз қилайлик, фирмалар келишмадилар, бироқ 1-фирма иккинчиси ҳам шундай қилишга умид қилиб, 6 сўм миқдорида баҳо белгилади. Агар 2-фирма ҳам худди шундай қилса, 1-фирма 16 сўм фойда олади. (жумладан, 2-фирманинг ўзи ҳам). Агар 2-фирма бундай қилиш ўрнига 4 сўм миқдорида баҳо белгиласачи?. Бундай ҳолда 2-фирма $\Pi_2 = P_2$, $Q_2 - 20 = (4) \times [12 - (2) (4) + 6] - 20 = 20$ сўм фойда олади. 1-фирма бўлса $\Pi_1 = P_1$, $Q_1 - 20 = (6) \times [12 - (2) (6) + 6] - 20 = 4$ сўм фойда олади.

Шунинг учун, агар 1-фирма 6 сўм баҳо белгиласа, 2-фирма 4 сўм белгиласа, 2-фирманинг фойдаси 1-фирманинг фойдасини 4 сўмга тушиши ҳисобидан 20 сўмгача ўсади. Кўриниб турганидек, 2-фирма 4 сўм белгилагани учун муваффақият ҳозонди.

21-жадвалда баҳони шакллантириш бўйича турли хил қарорларнинг натижалари келтирилган. Қандай баҳо белгилашни ҳал этиш мақсадиди фирмалар кооператив ўйин ўйнашади - ҳар бир фирма ўз рақобатчисининг

қандай ҳаракат қилишини ҳисобга олган мустақил ҳолда ўз ҳаракатини яхшилаш йўлларини излайди. 21-жадвал ушбу ўйин учун тўлов матрицаси деб аталади. Бу матрица, агар фирмалар қарорлари маълум бўлса, улардан ҳар бирининг фойдасини кўрсатиб беради. Матрицанинг юқорида чап томони, агарда фирмалар 4 сўм баҳо белгиласа, 1-фирма 20 сўм ва 2-фирма 4 сўм фойда олишини кўрсатиб беради.

21-жадвал

Баҳоларни башорат қилиш учун тўлов матрицаси

Фирма 1.	Фирма 2. 4 сўм белгилайди	Фирма 3. 6 сўм белгилайди
4 сўм белгилайди	12 сўм, 12сўм	20 сўм, 4 сўм
6 сўм белгилайди	4 сўм, 20 сўм	16 сўм, 16 сўм

Ушбу матрица дастлабки саволга жавобни ойдинлаштириши мумкин: нима учун фирмалар, ҳатто уларда келишиб ишлашга имконият бўлса ҳам, ўзаро келишиб ҳаракат қилмайдилар ва шунинг билан бирга, янада юқори фойдани олмайдилар? Кўриб ўтган мисолимиздаги келишув иккала фирманинг 6 сўм баҳо белгилаш ўрнига 4 белгилашларини ва 16 сўм фойда олиш ўрнига 12 сўм фойда олишларини англатади. Бу ердаги муаммо шундаки, ҳар қайси фирма ҳар доим ўз рақобатчисининг хатти ҳаракатидан мустақил равишда 4 сўм баҳо белгилаш орқали муваффақият қозонишга ҳаракат қилади. Тўлов матрицасидан кўриниб тўғридек, агар 2-фирма 4 сўм баҳо белгиласа, 1-фирма барибир 4 сўм баҳо белгилаб муваффақият қозонади. Шунга ўхшаш равишда, 2-фирма ҳам 1-фирманинг ҳаракатидан мустақил равишда 4 сўм баҳо белгилаб, ҳар доим муваффақият қозонади. Натижада, иккала фирма келишув мажбуриятларига рози бўлмагунларича, улардан ҳеч бири рақобатчиси 6 сўм баҳо белгилашини кутиб туриши мумкин эмас - иккаласи ҳам 4 сўмда қолишлари керак.

Ўйинлар назариясининг классик мисоли бўлмиш махбуслар дилеммаси олигопол фирмалар дуч келадиган муаммони ифода этади. Бу муаммо қуйдагичадир: иккита махбусни тил бириктириб жиноят қилганликда айиблашди. Улар турманинг алоҳида-алоҳида камераларида жойлаштирилган бўлиб, бир-бирлари билан алоқа қилат олмайдилар. Ҳар қайсидан жиноят қилганлигини тан олишини талаб қилдилар. Агар иккала махбус ҳам жиноят қилганлигини тан олса, иккаласига ҳам 5 йил муддатта қамоқ жазоси берилади. Агар бирортаси ҳам тан олмаса, у ҳолда суд терговини охиригача давом этиш қийин кечади. Натижада, махбуслар 2 йиллик қамоқ жазосига маҳкум этилиши мумкин. Агар битта махбус жиноят қилганини тан олса, бошқаси эса тан олмаса, у ҳолда тан олган махбусга 1 йиллик, тан олмаганига эса 10 йиллик қамоқ жазоси берилади. Агарда сиз махбуслардан бири бўлсангиз қилган жиноятингизни тан олардингизми ёки йўқми?

22-жадвалдаги матрица натижаларини биргаликда келтирган (матрицанинг пастдаги ўнг бурчагида махбусларга 2 йиллик ҳукм ўқилганлиги кўрсатилган). Бу махбуслар олдида дилемма турибди. Агарда улар жиноятни тан олмаслик юзасидан келиша олганларида эди (мажбурият шаклида), иккалалари ҳам фақатгина 2 йиллик қамоқ жазосига маҳкум этилган бўлардилар. Бироқ улар бир-бирлари билан гаплашиш имкониятидан маҳрум этилган-ку. Ҳатто уларда бундай имконият бўлган тақдирда ҳам улар бир-бирларига ишонишлари мумкинми?

22 жадвал.

Махбуслар дилеммаси учун ҳисоблаш матрицаси

В махбус		
А махбус	Тан олади	Тан олмайди
Тан олади	-5, -5	-1, -10
Тан олмайди	-10, -1	-2, -2

Агар А махбус тан олмаса, у собиқ шеригининг бундай қилишидан яъни жиноятни тан олишидан чучийди. Бошқа барча нарсалардан ташқари, А махбус нима қилишидан қатъий назар, В махбус жиноятни тан олиши ҳисобидан муваффақият қозонади. Худди шунингдек, А махбус ҳам жиноятни тан олиши ҳисобидан муваффақият қозонади, шунинг учун В махбус, агарда жиноятни тан олмаса, устуворлиқни қўлда бериб қўйиши мумкинлиги тўғрисида ташвишланади. Ҳаммасидан кўра аниқроғи шундаки, иккала махбус ҳам жиноят қилганликларини тан оладилар ва 5 йилдан қамоқ жазосига маҳкум этилади.

Олигопол фирмалар кўпинча дилеммадаги махбуслар сингари фаолият юритадилар. Улар бозордаги катта улушни қўлга киритиш мақсадида ўз рақобатчилари билан тажовускор рақобатда бўлишлари керакми ёки ўз рақобатчилари билан бирга ҳаракат қилган ҳолда ва мавжуд бозор улуши билан қаноатланган ҳолда ва ҳатто махфий тил бириктирган ҳолда анча суст рақобатда бўлишлари керакми, эканлигини ҳал қилишлари керак. Агар фирмалар юқори баҳоларни белгиланган ҳолда ва ишлаб чиқариш ҳажмларини чекланган ҳолда суст рақобатда бўлсалар, у ҳолда улар тажовускор рақобатдагига қараганда анча юқори фойдаи қўлга киритадилар.

Фирмалар ўртасида ҳамкорликка мойиллик бўлишидан қатъий назар, бари бир ҳамкорлик қилувчи ҳар бир фирма, агар у суст рақобатда бўлса, унинг рақобатчиси бозордаги катта улушни қўлга киритиш мақсадида тажовускор рақобатда бўлиши мумкинлигидан ташвишланади. 21- жадвалда кўрсатилган ҳолат учун иккала фирма ҳам бир-бири билан келишиш орқали ва юқори баҳоларни белгилаш орқали яхши аҳволда бўладилар. Бироқ фирмалар махбуслар дилеммаси олдида турибдилар, яъни бирор бир фирма бошқасига ишонмаслиги мумкин ва унинг рақобатчиси янада юқори баҳо белгиланини кутмаслиги мумкин.

12.4 Олигопол баҳо шакллантириши жараёнида махбуслар дилеммасининг тадбиқ этилиши

Агар биз кўриб турган махбуслар фақатгина битта имкониятга, яъни жиноятни тан олишга мажбур бўлган бўлсалар, кўпчилик фирмалар ўз рақобатчиларини доимий кўзата туриб ва тегишли қарорларни чиқара туриб, турли хил ишлаб чиқариш ҳажмлари ва баҳоларини кўп маротаба белгилаш имкониятларига эга бўладилар. Баъзан олигопол координация ва ҳамкорликка ҳам эга бўладилар.

Мисол учун, узоқ муддат мобайнида ўзаро ҳамкорлик қилишган уч ёки тўрт фирмани ўзида ифода этган саноат тармогини олайлик. Кўп йиллар давомида ушбу фирмаларнинг раҳбарлари баҳолар улуши катта оқибатларга олиб келишини тушундилар ва рақобатчиларнинг бозор улушига қарши очиқдан-очиқ уруш эълон қилишга ҳаракат қилмаган ҳолда тинчгина, юқори баҳолар бўйича келишувга ўтдилар.

Махбуслар дилеммасининг ушбу масаласи бир қатор саноат тармоқларида қўлланилади, лекин ҳаммасида эмас. Баъзида раҳбарлар тинчгина тил бириктириш натижасида юзага келадиган юқори фойдага интилмайдилар, балки бозордаги катта улушни қўлга киритиш мақсадида тажавускор рақобат қилишни маъмул кўрадилар. Айрим ҳолларда тинчгина тил бириктиришга эришиш ҳам осонлик билан кечмайди. Масалан, фирмалар ҳар хил харажатларга ва ҳар хил бозор талаби баҳоларига эга бўлиши мумкин, шунинг учун уларда аниқ келишув баҳоси қандай бўлиши тўғрисида ягона фикр бўлмайди. А фирма 100 сўм миқдоридagi тўғри баҳони таклиф этса, В фирма 90 сўм таклиф этади. В фирма 90 сўм баҳони белгилаганда, А фирма буни унинг баҳосини туширишдаги уриниш деб билади ва ўз баҳосини 80 сўмга тушириш орқали баҳолар урушини янада кучайтиради.

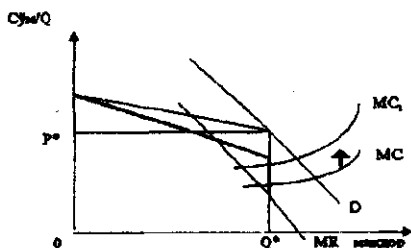
Умуман олганда, кўплаб тармоқлардаги тинчгина тил бириктириш узоққа бормайди.

Баҳоларнинг доимийлиги. Махфий тил бириктириш узоққа бормаслиги туфайли, олигопол фирмалар одатда барқарорликка, айниқса, баҳоларга нисбатан барқарорликка интиладилар. Мана шунинг учун ҳам баҳолар доимийлиги кўпинча олигопол тармоқлар учун характерли бўлади. Ҳатто, агарда, харажатлар ёки талаб ўзгарган тақдирда ҳам фирмалар одатда баҳолар ўзгаришига мойил бўлмайдилар. Агар харажатлар камайса ёки бозор талаби тушса, фирмалар баҳони камайтиришга шошмайдилар. Чунки бундай ўзгаришлар рақобатчилар томонидан нотўғри тушунилиши мумкин ва шу сабабдан баҳо атрофида уруш ҳаракатлари бошланиб кетиши мумкин.

Агар харажатлар ёки талаб ўзса, фирмалар баҳоларни ошириш керакми ёки йўқлиги бўйича иккиланадилар. Чунки улар рақобатчилари ўз нархларини кўтармасликлари мумкинлигидан қўрқадилар.

Баҳоларнинг бундай доимийлиги олигополига учун характерли букилган талаб эгри чизиги моделининг асоси бўлиб ҳисобланади. Ушбу

моделга мувофиқ, ҳар бир фирма юқори P^* баҳо нуқтасида букилган талаб эгри чизиги билан тўқнашади. P^* дан юқори баҳоларда талаб эгри чизиги жуда эластик бўлади. Бунинг сабаби шундаки, агарда фирма баҳони P^* дан юқори қилиб белгилашни кўзласа, бошқа фирмалар унинг нздан бормайди ва натижада фирма бозордаги улушининг катта қисмидан ажралиб қолади. Агар фирма баҳони P^* дан паст қилиб белгилашни назарда тутса, бошқа фирмалар ҳам шундай қиладилар, чунки улар ҳам бозордаги улушдан ажралиб қолишни истамайдилар. Шунинг учун ҳам, анча кичик бозор баҳоси ялли бозор талабини оширгунича товар сотилиши кенгайеради.



62-график. Букилган талаб эгри чизиги

Фирманинг талаб эгри чизиги букик бўлганлиги туфайли, унинг қўшимча даромад эгри чизиги синиқ кўринишда бўлади. (қўшимча даромад эгри чизигининг қуйи қисми талаб эгри чизигининг анча эластик қисмига мос келади, бу ҳар қайси эгри чизикнинг пунктир нуқталари билан ифодаланган). Натижада, фирма харажатлари баҳолар ўзгаришига олиб келмаган ҳолда ўзгариши мумкин. Расмда чизмаланганидек, қўшимча харажатлар ўсиши мумкин, бироқ барибир ўша даражадаги ишлаб чиқариш ҳажмида қўшимча даромадга тенг бўладилар ва шунинг учун ҳам баҳо аввалгидек қолаверади.

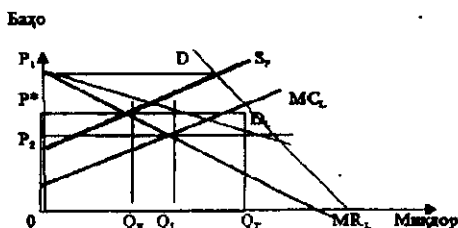
Букилган талаб эгри чизиги модели олигопол баҳо шакллантириш тамойилларини тушунтира олмайди. Авваламбор, у қандай қилиб фирмалар P^* баҳога келишганини ва нима учун улар бошқа ҳар қандай баҳони белгиламаганликларини тушунтириб бера олмайди. Бу модел фақатгина баҳоларнинг доимийлигини умумий тушуниб олиш учун фойдали бўлиб, уларнинг нима учун шундай эканлигини тушунтира олмайди.

Баҳо шакллантиришдаги рақбарлик. Баҳони шакллантириш бўйича махфий келишувга халақит берадиган энг асосий тўсиқлардан бири шундаки, фирмалар томонидан баҳонинг қандай бўлиши тўғрисида келишиб олиш қийин кечади (музокаралар олиб бормаган ҳолда). Агар харажатлар ва талаб ўзгарса, улар билан биргалликда баҳо ўзгарса, у ҳолда иккала томон ўртасидаги келишув жуда кўп муаммоларга тўқнашади.

Баҳони шакллантиришдаги раҳбарлик ушбу муаммони ҳал этишга ёрдам берадиган очик кўринишда бўлмаган тил бириктириш шаклини ўзида ифода этади. Раҳбар - фирма баҳони белгилайди, бошқалар эса унинг изидан боришади. Бундай ёндашув баҳолар бўйича келишув муаммосини осонлаштиради, раҳбар белгилайдиган баҳони белгилаш етарлидир.

Раҳбар қандай баҳони белгилайди? Бу аввал бошқа фирмаларнинг тегишли баҳолар бўлганда бозор улушларини аввалгидек қолишини хоҳлаганлари ҳолда ўз ишлаб чиқариш ҳажмларини чегаралашларига ёки баҳолар ошган пайтда ишлаб чиқариш ҳажмларини кенгайтиришларига боғлиқ бўлади, раҳбар умумий ва энг юқори даражага етган фойда келтирувчи баҳони белгилаши мумкин. Ёки бўлмаса раҳбар бозорда ҳукмронлик қилувчи фирма сифатида ўз шахсий фойдасининг энг юқори даражага стказувчи баҳони белгилаши ва қолган фирмалар бўлса, ушбу баҳо асосида ўзлари хоҳлаган миқдорда ишлаб чиқаришларини амалга оширишлари мумкин.

63-графикда бозордаги ҳукмрон фирманинг баҳони қандай қилиб белгилаши кўрсатилган. Бу ерда, D бозор талаби эгри чизигини ифодаласа, S_1 бўлса, раҳбар издошларининг таклиф эгри чизигини (яъни ялпи қўшимча харажатлар эгри чизигини) ифодалайди. Раҳбар ўзининг D_1 талаб эгри чизигини аниқлаши керак. Расмда кўрсатилганидек, бу бозор талаби ва издошлар таклифи ўртасидаги фарқни ҳисобга олиш ҳисобидан амалга оширилади. Масалан, P_1 баҳо бўлганда издошлар таклифи бозор талабига тенг бўлади ва раҳбар бу баҳо бўйича ҳеч нарса сота олмайди.



63-график. Бозорда ҳукмрон томонидан баҳони белгилаш

P_2 ёки ундан кичикроқ бўлган баҳода «издошлар» товар таклиф қилмасликлари мумкин ва шунинг учун ҳам раҳбарнинг бир ўзи бозор талаби эгри чизиги олдида туради. P_1 ва P_2 ўртасидаги баҳоларда раҳбарнинг маҳсулотга бўлган талаб D_1 эгри чизиги билан ифодаланади.

D_1 эгри чизиги лидернинг MR_1 қўшимча даромадлари эгри чизигига тўғри келади. MC_1 раҳбарнинг қўшимча харажатлари эгри чизиги ҳисобланади. Ўз фойдасининг энг юқори даражага етказиш мақсадида, раҳбар MR_1 ва MC_1 кесилишмасида Q_1 ишлаб чиқариш ҳажминини амалга оширади. D_1 талаб эгри чизиги бўйича P^* баҳони топамиз, бундай умумий

реализация қилинадиган миқдор бўлса баҳода «издошлар» Q_r миқдорни сотишади.

$$Q_r = Q_L + Q_r \text{ ни ташкил этади.}$$

Баҳони шакллантиришдаги раҳбарлик фирмалардан биттаси раҳбар бўлишини талаб қилади. Бу ҳақда фирмаларнинг тўғридан - тўғри келиши олмасликлари туфайли, раҳбар бўлиб кўпинча энг йирик фирма ҳисобланади. Худди шундай ҳолат автомобил саноатида юз берган. Бу ерда Дженерал Моторс соҳанинг анъанавий раҳбарига айланган эди. Бироқ вақт ўтиши билан бир қатор тармоқларда раҳбарлар ўзгаради.

Хулоса

1. Монополистик рақобат бозорида фирмалар юқори даражали ўзаро ўринларини босувчи дифференциаллашган товарлар сотиш билан рақобат олиб борадилар. Фирмалар осонгина бозорга киришлари ёки ундан чиқишлари мумкин. Фирма кам миқдорли монопол ҳокимиятга эга. Узоқ муддатли оралиқ янги фирмаларнинг келиши фойда 0 га тушмагунча давом этаверсади. У ҳолда фирмаларнинг ишлаб чиқариши тўлиқ юкланмаган ишлаб чиқариш қувватлари билан амалга оширилади.

2. Олигопол бозорда барча ёки деярли барча маҳсулот бир неча фирмага тўғри келади. Бозорга киришнинг чегараланганлиги баъзи бир фирмаларга узоқ вақт сезиларли фойда олишга шароит яратади. Иқтисодий қарорлар, стратегик фикрлар ва ўйларга асосланган ҳар бир фирманинг ҳаракати рақиб қандай таъсир қилишини ва улар томонидан реакция келтириб чиқаришини ўйлаб кўриши керак.

3. Курно олигополия моделига кўра фирмалар ишлаб чиқариш бўйича бир вақтнинг ўзида қарор қабул қиладилар. Бунда рақобатчиларнинг ишлаб чиқариш ҳажми ўзгармас катталиқдир. Мувозанатда ҳар бир фирма ўз рақиблари ишлаб чиқариш ҳажмини била туриб, ўз фойдасини энг юқори даражага етказиши, шунинг учун ҳеч қайси бир фирмада ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартиришга рағбат йўқ. Ҳар бир фирма фойдаси юксак мақсад рақобатчиликка нисбатан кўпроқ, лекин келишиб ишлангандан камроқдир.

4. Курно модели шу билан бирга товарнинг ўрнини босувчи ва рақобатлашувчи нархли ўрпатувчи бозорларда қўлланилиши мумкин.

5. Агар нархни кўтаришга келишганда, фирмалар янада кўпроқ олишлари мумкин эди, лекин антитрест қонунлар буни таъқиқлайди.

6. Махбуслар дилеммаси олигопол бозорларда баҳолар доимийлигини юзага келтиради. Фирмалар баҳоларнинг ўзгаришидан баҳолар урушига боғланиб қолмаслик учун қочадилар.

7. Баҳолардаги раҳбарлик махфий тил бириктириш шакллари билан бири ҳисоблашиб, у базида махбуслар дилеммасига ҳам мурожаат қилишга имкон яратади. Битта фирма баҳо белгилайди, бошқалари эса унинг изидан боради.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. Монополистик рақобат нима ва монополиянинг қандай шакллари бор?
2. Монополистик рақобат механизми (кучи) нимада ?
3. Монополистик рақобат узоқ ва қисқа муддатли даврларда мувозанатлилиқка қандай эришади ?
4. Монополистик рақобат шароитида иқтисодий самарадорликка қандай эришилади?
5. Олигополия нима ва унинг механизми (кучи) нимада ?
6. Курно модели нимани ифода этади ?
7. Махбуслар диалемаси нима, олигопол баҳони шакллантиришига таъсири нимада ?
8. Баҳони шакллантиришдаги раҳбарлигининг моҳияти нимада ?

13 - боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ОМИЛЛАРИ БОЗОРИ

Ҳозиргача биз фирмалар сотадиган, харидорлар эса сотиб оладиган тайёр маҳсулотлар бозорларига (яъни товарлар ва хизматлар бозорларига) эътиборни қаратиб келдик. Ушбу бобда ишлаб чиқариш омиллари бозорларини - ишчи кучи, хомашё ва бошқа ишлаб чиқариш ресурслари бозорларини кўриб чиқамиз. Ушбу бобдаги кўп нарсапарга сиз аввалги бобларда дуч келгансиз. Чунки тайёр маҳсулотлар бозоридаги талаб ва таклифни шакллантирадиган шарт-шароитлар ишлаб чиқариш омиллари бозорларига таъсир кўрсатади.

Биз тайёр маҳсулотлар бозорларининг ўз тузилмалари бўйича бир-бирларидан анча фарқ қилишларини кўриб чиқдик. Айрим бозорларда соф ёки деярли соф рақобат ҳукм сурган бир пайтда бошқа бозорлардаги ишлаб чиқарувчилар монопол ҳукмронликка эга бўладилар. Худди шундай манзарани ишлаб чиқариш омиллари бозорларида ҳам кўриш мумкин. Биз ишлаб чиқариш омиллари бозорларининг 3 хил тузилмасини кўриб чиқамиз:

1. Соф рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозорлари.
2. Ишлаб чиқариш омилларининг харидорлар монополистик ҳукмронликка эга бўлган бозорлар.
3. Ишлаб чиқариш омилларини сотувчилар монопол ҳукмронликка эга бўлган бозорлар.

Биз шунингдек, ишлаб чиқариш омиллари бозоридаги мувозанат, тайёр маҳсулотлар бозорларидаги эга бўлган бозор ҳокимиятига, фирмаларга қандай боғлиқ бўлишини ўзида ифода этган бир неча мисоллар ҳам келтираемиз.

13.1. Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозори

Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозори деб шундай бозорга айтиладики, бунда ишлаб чиқариш омилларининг кўп миқдордаги

сотувчилари ва харидорлари фаолият кўрсатадилар, бироқ алоҳида сотувчи ёки харидор ишлаб чиқариш омили қийматига таъсир ўткази олмайди. Масалан, агар кийим-кечак учун алоҳида фирмалар мато, ипнинг умумий бозор ҳажмининг унча катта бўлмаган қисмини сотиб оладиган бўлса, уларнинг ушбу ҳариди бозордаги баҳога ҳеч қандай таъсир ўткази олмайди. Худди шунга ўхшаш ҳар бири бозорда ўзининг унча катта бўлмаган улушига эга бўлган мато-ип етказиб берувчиларнинг ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қабул қилинадиган қарорлари ҳам бозорда улар томонидан сотиладиган мато-ипнинг баҳосига таъсир ўткази олмайди.

Биз алоҳида фирмаларнинг ишлаб чиқариш омилига бўлган талабини таҳлил қилишдан бошлаймиз. Бозор талаби бўлиши учун эса биз алоҳида талаблар миқдорини жамлаймиз. Кейин эса бозор таклифини тушунтиришга ўтамиз ва бунда бозор баҳоси ва моддий бойликлар миқдорини қандай аниқлашни кўрсатиб берамиз.

Фақатгина битта омил ўзгарувчан пайтдаги ишлаб чиқариш омилига бўлган талаб. Ишлаб чиқариш омилларига бўлган талаб эгри чизиги қуйига эгилган бўлади ва худди шунингдек, ишлаб чиқариш жараёнининг натижаси бўлиши тайёр маҳсулотларга бўлган талаб эгри чизиги ҳам гарчи бошқа сабаблар тўғриси бўлса-да, қуйига эгилган бўлади. Товарлар ва хизматларга бўлган истеъмол талабидан фарқли равишда ишлаб чиқариш омилларига бўлган талаб (масалан, ишчи кучига бўлган талаб) ясама талаб ҳисобланади. Бундай талаб фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини ва ишлаб чиқариш омилларига бўлган харажатларга (иш ҳақи миқдорига кабиларга) боғлиқ бўлади. Масалан, «Эпл компьютер» фирмасининг программистларга бўлган талаби ясама талаб ҳисобланади. Чунки ушбу талаб фақатгина программистларнинг жорий маошига эмас, балки «Эпл» қанча миқдорда компьютер ва дастурий таъминот пакетларини сотишни мўлжалланаётганлигига ҳам боғлиқдир.

Ишлаб чиқариш омилларига бўлган талабини таҳлил қилиб чиқиш учун биз 7-бобда қандай қилиб фирманинг ишлатиладиган ишлаб чиқариш омиллари ҳажмини танлаши кўрсатилган материалдан фойдаланамиз. Фараз қилайлик, фирма «Г» баҳога (капитал учун жой ҳақи). Сотиб олиши мумкин бўлган капитал «Ю» ва «W» баҳога (иш ҳақининг тариф миқдори) сотиб олиши мумкин бўлган меҳнат «В» каби 2 та омилдан фойдаланиш орқали ўз маҳсулотини ишлаб чиқаради.

Яна бизнинг феразимизга кўра, фирма ўзининг завод ва асбоб-ускуналарига эга, бироқ қанча миқдорда ишчи кучини ёллаш масаласини ҳал қилиши керак.

Фирма аллақачон белгиланган миқдордаги ишчи кучларини ёллаб бўлган, бироқ у яна битта қўшимча ишчи кучи ёллаш фойдалими ёки йўқми эканлигини билишни хоҳлайди. Ушбу қўшимча ишчинини ёллаш қачонки ундан келадиган қўшимча даромад иш ҳақи харажатларидан устун бўлганда мангикқа тўғри келади. Қўшимча ишчи кучи биригидан келадиган қўшимча даромад умумий меҳнат фойдалилиги деб аталади ва

MRP_L билан белгиланади. Биз биламизки, агар MRP_L «W» иш ҳақи харажатларига тенг бўлганда фирма кўпроқ ишчи кучини ёллаши керак.

Биз қандай қилиб, MRP_L ни ўлчаймиз? У, яъни MRP_L қўшимча меҳнат бирлигидан фойдаланиш натижасида олинган қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажминини қўшимча маҳсулот бирлигини ишлаб чиқаришдан олинган қўшимча даромадга кўпайтмаси билан аниқланади. Қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми қўшимча меҳнат маҳсули MR_L билан ифодаланса, қўшимча даромад эса қўшимча даромад MR билан ифодланади.

Шундай қилиб, бу қуйидаги формулада ифодланади:

$$MRP_L = (MP_L) (MR) \quad /13.11/$$

Бу муҳим тенглик ҳар қандай рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозори учун бажарилиб, ё тайёр маҳсулотлар бозори рақобатлими ёки йўқми эканлигига боғлиқ бўлмайди. Бироқ, MRP_L хусусиятларини ўрганишни соф рақобатли тайёр маҳсулотлар (ва ресурслар) бозорини кўриб чиқишдан бошлаймиз. Соф рақобатли тайёр маҳсулотлар бозориди фирма ўзининг барча маҳсулотини P бозор баҳоси бўйича сотади. Бунда меҳнат маҳсулидан келган қўшимча даромад қўшимча меҳнат маҳсулига тенг бўлиб, у меҳнат баҳосига кўпайтирилади:

$$MRP = (MP_L) (P) \quad /13.21/$$

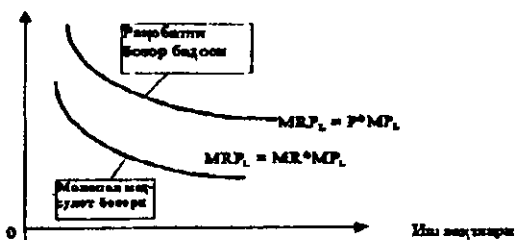
67-графикда кўрсатилган юқоридаги эгри чизикнинг рақобатли тайёр маҳсулотлар бозоридаги, яъни фирмалар монопол ҳукмронликка эга бўлмаган бозордаги фаолият кўрсатувчи фирмалар учун MRP_L эгри чизигини ифодалайди. Шунинг таъкидлаб ўтмоқчимизки, қўшимча меҳнат маҳсули иш вақтининг ўсиши туфайли камаяди.

67-гарфикда кўрсатилган пастки эгри чизик эса тайёр маҳсулотлар бозоридаги фирма монопол ҳукмронликка эга бўлганда, у реализация ҳажминини ошириш мақсадида тайёр маҳсулот баҳосини пасайтириши мумкин. Натижада қўшимча даромад ҳамма вақт ҳам баҳодан кичик бўлади ($MR < P$), ва у маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ўсиши туфайли камаяди. Шундай қилиб, маҳсулотнинг қўшимча фойдалилик эгри чизиги бундай вазиятда қуйига эгилган бўлади, чунки қўшимча даромад ва қўшимча маҳсулот эгри чизиклари ҳам пастга эгилган бўлади.

Энди биз, монопол ҳукмронликка эга бўлмаган фирманинг MRP_L эгри чизигини монопол ҳукмронликсиз фирманинг худди шундай эгри чизиги билан таққослаймиз. Монопол ҳукмронликка эга фирманинг MRP_L эгри чизиги монопол ҳокимиятсиз фирманинг MRP_L эгри чизигига нисбатан тиккароқ йўналган бўлиб, қуйида жойлашади. Математик жиҳатдан буни қуйидагича ифода этиш мумкин:

$$MRP_L \text{ (монопол ҳокимият)} = (MP_L) (MR) < (MP_L) (P) = MRP_L \text{ (монополсиз ҳокимият)}$$

Иш ҳақи. 1 соат га сўи



64-график. Даромад бўйича қўшимча маҳсулотнинг графика тасвирланиши

Бундай натижанинг оқибатларидан бири тайёр маҳсулот бозоридаги монопол ҳокимиятга эга фирма ҳар қандай иш ҳақи бўлганда ҳам монопол ҳокимиятсиз фирмага қараганда камроқ ишчи ёллашида ўз инфодасини топади.

Маҳсулотнинг қўшимча фойдалилик концепцияси фирма томонидан ишчилар ёллашда қўлланилиши мумкин. Тайёр маҳсулотлар бозори қандай бўлишидан қатъий назар, маҳсулотнинг қўшимча фойдалилиги фирманинг қўшимча ишчи кучини ёллаши учун қанча миқдорда ҳақ тўлашга қодирлигини кўрсатиб беради. MRP_L иш ҳақининг тариф миқоридан юқори экан, демак фирма қўшимча ишчи кучи ёллашда давом этади. Агар маҳсулотнинг қўшимча фойдалилиги иш ҳақи тариф миқдоридан кам бўлса, фирма ўз ишчиларининг бир қисmini ишдан бўшатишга мажбур бўлади.

Қачонки, фирма томонидан сарфланаётган иш ҳақи миқдори маҳсулотнинг қўшимча фойдалилигига тенг бўлса, ана ўшандаги меҳнат моддий манбаларининг миқдори фойдани кўпайтиради. Шундай қилиб, энг юқори даражага етган фойда шарти бўлиб қуйидаги тенглик ҳисобланади:

$$MRP_L = W. \quad //3.3/$$

66- графикда ушбу ҳолат кўрсатишган. Меҳнатга бўлган талаб эгри чизиги D_L , MRP_L эгри чизиги билан бир хил бўлади. Шунини таъкидлаб ўтмоқчимизки, меҳнат ресурсларига бўлган талаб иш ҳақи миқдорининг камайирилишига қараб ўсиб боради. Меҳнат бозори соф рақобатли бўлганлиги учун фирма W иш ҳақи бўйича ўзи хоҳлаган миқдордаги ишчи кучини ёллаши мумкин ва шунинг учун ҳам фирма томонидан фойдаланилган меҳнат ресурслари эгри чизиги S_L горизонтал чизик сифатида намоён бўлади. Фирма томонидан фойдаланиладиган меҳнат ресурслари миқдорининг энг юқори даражага етадиган фойдаси L^* талаб ва тақлиф эгри чизикларининг кесишувида жойлашади.

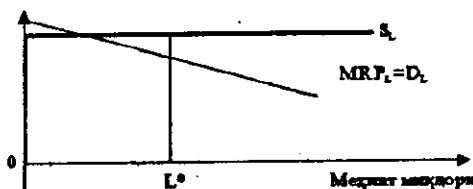
66-графикда бозордаги иш ҳақи миқдорларининг W_1 дан W_2 га камайиши натижасида меҳнат ресурсларига бўлган талабнинг қандай ўзгариши кўрсатишган. Агар ўсиб бораётган ишчи кучи миқдори бозорга

биринчи марта чиқса (масалан, агар ёшлар балоғатга етганларида), у ҳолда иш ҳақи миқдори камайиши мумкин.

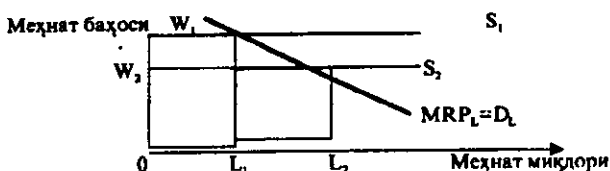
L_1 меҳнатга бўлган дастлабки талаб MRP_L ва S_1 эгри чизиқларининг кесилишида жойлашади. Бироқ, меҳнат таклифи эгри чизиғи S_1 дан S_2 га силжиганда ва иш ҳақи миқдори W_1 дан W_2 га тушганда, меҳнатга бўлган талаб L_1 дан L_2 га ошади.

Ишлаб чиқариш омиллари бозорлари кўп жиҳатдан тайёр маҳсулот бозорларига ўхшайди. Масалан, ишлаб чиқариш омиллари бозори учун энг юқори даражага етган фойда шarti маҳсулотнинг қўшимча фойдалилигини иш ҳақи миқдори тенг бўлиши кераклигини талаб қилса, шунга ўхшаш равишда ушбу шарт тайёр маҳсулотлар бозори учун қўшимча даромадни қўшимча харажатларга тенг бўлиши кераклигини талаб қилади.

Меҳнат баҳоси W^*



65-график. Рақобатли бозорда меҳнат баҳоси унинг миқдорига боғлиқ



66-график. Меҳнатга ҳақ тўлашининг ўзгаришида меҳнатга бўлган талабнинг ўзгариши.

Нима учун бундай эканлигини кўриш мақсадида $MRP_L = (MP_L) (MR)$ формулани эслайлик ва 14.3 тенгламанинг иккала томонини қўшимча меҳнат маҳсулига бўлайлик. Шунда биз қуйидаги тенгликка эга бўламиз:

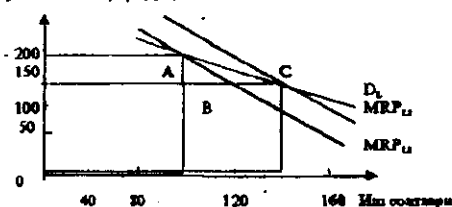
$$MR = (W/MP_L) \quad /13.4/$$

MP_L бир бирлик ресурс учун қўшимча маҳсулотни ишлаб чиқаришнинг фойда этганлиги сабабли, (14.4) тенгламанинг ўнг томони қўшимча маҳсулот бирлиги ишлаб чиқариш учун кетадиган харажатларга (қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун зарур бўлган меҳнат харажатларига кўпайтирилган иш ҳақи тариф миқдори), яъни умумий ишлаб чиқариш харажатларига баробар бўлади. (14.4) тенгламадан кўринишича, меҳнат харажатлари миқдорини ҳам, фирманинг маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми миқдорини ҳам танлаш битта қондага бўйсинади. Ушбу қонда қуйидагича: ишлаб чиқариш омиллари миқдори ва маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми шундай танланадики, бунда қўшимча даромад (маҳсулот сотишдан

келадиган) қўшимча харажатларга (ишлаб чиқариш омилларини харид қилиш учун келадиган) тенг бўлиши керак. Ушбу қоида ҳам рақобатли бозор учун, ҳам рақобатсиз бозорлари учун қўлланилади.

Бир неча омиллар ўзгарувчан бўлган пайтдаги алоҳида ишлаб чиқариш омилига бўлган талаб. Қачонки, фирма икки ёки ундан ортиқ ўзгарувчан ишлаб чиқариш омиллари ҳажмини танласа (узоқ муддатли таҳлилда бўлгани каби), ишчи кучини ёллаш муаммоси янада чигаллашади, чунки битта омилнинг баҳосидаги ўзгариш бошқаларига бўлган талабни ўзгартиради. Фараз қилайлик, масалан, қишлоқ хўжалик техникасининг ишлаб чиқариш жараёнида меҳнат ҳам, асбоб-ускуна ҳам конвейер учун ўзгарувчан омиллар ҳисобланади, биз бўлсак ишчи кучига бўлган фирма талабни аниқлашни хоҳлаймиз. Иш ҳақи тариф миқдорини камайтиришда, фирманинг асбоб-ускунага қиладиган капитал қўйилмалари ўзгармай қолган тақдирда ҳам, яна кўпроқ ишчи кучи талаб қилинади. Бироқ, меҳнат анча қийматини йўқотиб боришига қараб қишлоқ хўжалиги техникасини ишлаб чиқаришнинг қўшимча харажатлари пасаяди ва бу эса ўз навбатида маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ўсишига олиб келади. Натижада, фирма ўз ишлаб чиқариш қувватларини кенгайтириш мақсадида қўшимча асбоб-ускуналарга капитал қўйишга қарор қилиши мумкин. Қўшимча асбоб-ускунадан фойдаланишнинг кенгайиши қўшимча меҳнат фойдалилиги эгри чизигини ўнг томонга силжишига олиб келади ва бу эса ўз навбатида меҳнатга бўлган талабнинг ўсишига олиб келади.

Бир соатга миқ дари (сўми)



67-график. Капитал ўзгарганда меҳнатга бўлган талаб эгри чизиги

Бу 68-графикда кўрсатилган. Фараз қилайлик, иш ҳақининг тариф миқдори соатига 200 сўми гашкил этганда, фирма MRP_L эгри чизигидаги A нуқта билан кўрсатилган 100 киши-соат сарфлайди.

Энди иш ҳақи миқдори соатига 150 сўмгача камайганда нима юз беришини кўриб чиқамиз. Эндilikда қўшимча меҳнат фойдалилиги тариф миқдорига қараганда юқори бўлганлиги сабабли фирмага янада кўпроқ ишчи кучи талаб қилинади. Бироқ MRP_{L1} асбоб-ускунадан доимий фойдаланиш ҳажмидаги меҳнатга бўлган талабни ифодалайди. Иш ҳақининг камайиши фирмани ишчи кучидан ҳам, асбоб-ускунадан ҳам фойдаланишини ошириш рағбатлантиради.

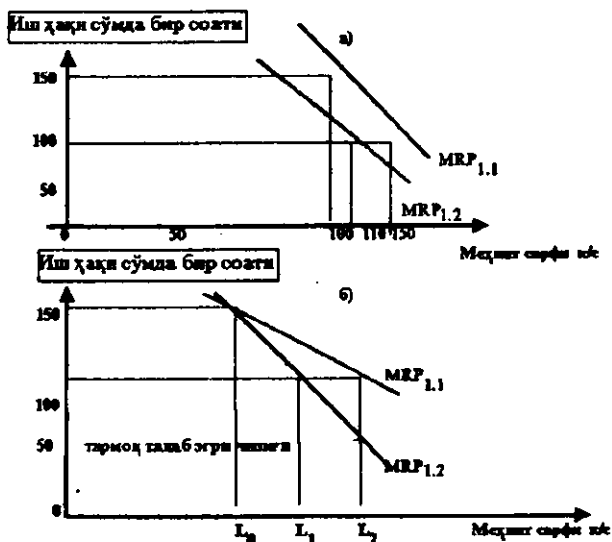
Асбоб-ускуна миқдорининг ўсиши билан биргаликда қўшимча меҳнат фойдалилиги ўсади (катта миқдордаги асбоб-ускунага эга бўлган ишлаб чиқариш жараёни янада унумдор бўлади) ва ушбу фойдалиликнинг эгри чизиги ўнг томонга силжийди (MRP_{L2} га қараб). Шундай қилиб, иш ҳақи миқдори камайганда фирма С нуқтада кўрсатилганидек 140 соат иш вақтини сарфлайди (В нуқтада кўрсатилган 120 соат иш вақтини эмас). А ва С нуқталари фирманинг меҳнатга бўлган D_2 талаб эгри чизигида жойлашган (ўзгарувчан асбоб-ускуна ҳажмида). Шунга таъкидлаймизки, меҳнатга бўлган талаб эгри чизигининг графигида чизмаланган кўриниши иккала қўшимча меҳнат фойдалилиги эгри чизикларига (ишлатиладиган асбоб-ускуналар миқдорининг ўзгаришига йўл бермайди) қараганда анча эластик бўлади. Шунга кўра, капитал харажатлари узоқ муддатли босқичда ўзгарувчан бўлган пайтдаги (капитал доимий бўлган қисқа муддатли даврга нисбатан) меҳнатга бўлган талабнинг эластиклиги фирмаларнинг ишлаб чиқариш жараёнида капитални меҳнат билан алмаштиришлари мумкинлиги билан изоҳланади.

Бозор талаби эгри чизиги. Биз озиқ-овқат ёки кийим-кечак каби маҳсулотларига бўлган бозор талаби эгри чизигига эга бўлиш учун истеъмолчиларнинг алоҳида эгри чизикларини биргаликда жамлаётганимизда, фақат битта саноат тармоғига нисбатан муносабатда бўламиз. Бироқ малакали ишчи кучи каби ишлаб чиқариш омили кўпгина турли хил тармоқлардаги фирмалар томонидан катта талаб билан қўлланилади. Меҳнатга бўлган ялпи бозор талабнинг эгри чизигига эга бўлиш учун биз биринчи навбатда унга нисбатан ҳар бир тармоқдаги талабни аниқлашимиз, кейин эса тармоқлар талаби эгри чизикларини бир бирига қўшишимиз керак. Шунинг учун диққат эътиборимизни анча мураккаб бўлган биринчи босқичга қаратамиз.

Биринчи босқичда (тармоқдаги талабни аниқлаш) фирма томонидан ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш даражаси ва товарнинг баҳоси ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш омиллари ўзгаришига қараб ўзгаради, деб қабул қилинади. Агар маҳсулотни ягона ишлаб чиқарувчиси бўлганда бозор талабини аниқлаш ҳаммасидан ҳам осон кечади. Шунда қўшимча фойдалилик эгри чизиги ишлаб чиқариш омилларига бўлган тармоқдаги талаб эгри чизиги ҳисобланади. Бозорда кўпглаб фирмалар ҳаракат қилганда, таҳлил янада аниқ чизмалаш мақсадида, тайёр маҳсулотлар бозори соф рақобатли ҳисоблангандаги меҳнатга бўлган талабни кўриб чиқамиз. Ушбу ҳолатда, қўшимча меҳнат фойдалилиги товар баҳоси ва қўшимча меҳнат маҳсулдорлигига тенг бўлиб, 71 графикадаги MRP_L эгри чизигини ифода этади.

Фараз қилайлик, даставвал, иш ҳақи тариф миқдори соатига 150 сўмини ташкил этади ва фирмага 100 киши-соат талаб қилинади. Энди фараз қилайлик, иш ҳақи миқдори ушбу фирма учун 100 сўмгача камаяди. Агар бошқа ҳеч бир фирма бундан кичик миқдорда ишчи кучи ёллагасалар, у ҳолда бу фирма 150 киши-соати сарфлайди. Агар иш ҳақи

миқдори тармоқдаги барча фирмалар учун камайса. Бутун тармоқ кўпроқ ёлланма меҳнатдан фойдаланади. Бу ўз навбатида тармоқда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ўсишига олиб келади ва тармоқнинг таклиф эгри чизигини ўнг томонга силжитади. Бундай силжиш маҳсулотга бўлган бозор баҳосининг камайишига олиб келади.



68 -график. Тармоқ меҳнатга бўлган талабининг эгри чизиги

68-графикда кўрсатилгандек, товар баҳоси тушганда, дастлабки умумий фойдалилик эгри чизиги чап томонга, яъни $MRP_{1,1}$ ва $MRP_{1,2}$ га қараб силжийди. Бу фирманинг меҳнатга бўлган талабини 150 киши-соатдан 120 киши-соатга камайишига олиб келади. Шунинг учун тармоқнинг меҳнатга бўлган талаби, агар фақатгина битта фирмада анча кам иш ҳақи бўлган шароитда ишчиларни ёллаганда кам бўлади. 71.b график ушбу ҳолатни чизмалайди. Юқоридаги чизик товарнинг баҳоси иш ҳақининг камайиши билан ўзгармаганда, алоҳида фирмаларнинг талаб эгри чизикларининг йиғиндисидан олинган ишчи кучига бўлган ялпи талабини чизмалайди. Иккинчи чизик меҳнатга бўлган ялпи талабини чизмалайди. Иккинчи чизик меҳнатга бўлган тармоқ талаби эгри чизигини ифодалайди. Бу чизикқа кўра, барча фирмалар иш ҳақи ҳажмининг камайиши натижасида маҳсулот ишлаб чиқаришларини кенгайтирганларида, товар баҳоси камаяди. Иш ҳақи миқдори соатига 150 сўмни ташкил этганда, иш кучига бўлган тармоқ талаби L_0 киши-соатига тенг бўлади. Иш ҳақи соатига 100 сўмгача камайганда, тармоқ талаби L_1

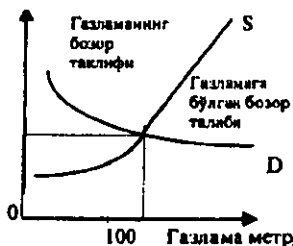
гача кўтарилади, бироқ агар товар баҳоси ўзгармас бўлиб қолса, талаб янада кўпроқ, яъни L_2 гача кўтарилади.

Меҳнатга бўлган талаб эгри чизигини тузиш (ёки ҳар қандай бошқа ишлаб чиқариш омили эгри чизигини) монополистик рақобат бозорлари ёки тайёр маҳсулотларнинг олигопол бозорлари учун ўхшаш тарзда амалга оширилади. Бу ердаги ягона фарқ шундаки, ушбу бозорлар учун иш ҳақи ҳажмининг ўзгариши натижасида товар баҳосида бўладиган ўзгаришларни башорат қилиш анча қийин кечади, чунки ушбу бозорлардаги ҳар бир фирма ўзининг баҳо пикклантирини стратегиясини амалга оширади.

Фирмада ишлаб чиқариш омилларини режалаштириш. Ишлаб чиқариш омили бозори идеал рақобатли бўлганда, фирма ўзи хоҳлаган миқдордаги омилини доимий баҳо бўйича сотиб олиши мумкин. 68 ва 72 б) графикларда кўрсатилганидек, фирма дуч келадиган ишлаб чиқариш омили таклиф эгри чизиги чексиз эластик бўлади. Фараз қилайлик, фирма кийим тикиш учун бир метр газламани унча катта бўлмаган 100 сўмга сотиб олади (72б) чизма. Фирма бозордаги газламанинг унча катта бўлмаган қисмини харид қилиши туфайли, у баҳога таъсир этмаган ҳолда ўзи хоҳлаган миқдордаги газламани сотиб олиши мумкин.

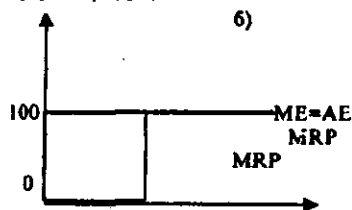
Бозорда фирма тўқнашадиган таклиф эгри чизиги фирманинг маълум миқдордаги хомашёни сотиб олиши учун қандай баҳога тўлаши кераклигини кўрсатиб беради. Шундай қилиб, АЕ эгри чизиги ўртача харажатлар эгри чизигини ифода этади (фирма тўқнашадиган талаб эгри чизигининг ўртача ифода этгани каби). Чунки бу эгри чизик сотиб олинадиган ишлаб чиқариш омили бирлиги учун фирманинг қиладиган салмоқли харажатларини кўрсатади. МЕ қўшимча харажатлар эгри чизиги бўлса фирма томонидан сотиб олинадиган ҳар бирлик қўшимча ишлаб чиқариш омили учун қилинадиган харажатларни ифодалайди. (ишлаб чиқариш омиллари бозоридаги қўшимча харажатлар эгри чизиги тайёр маҳсулотлар бозоридаги қўшимча даромадлар эгри чизигига ўхшаш бўлади).

1 метр учун баҳо (100 сўм)



а)

1 метр учун баҳо (сўм)



б)

69-график. Рақобатли бозордаги ишлаб чиқариш омилининг таклиф эгри чизиги

Ишлаб чиқариш омиллари бозори рақобатли бўлганда ўртача ва қўшимча харажатлар эгри чизиклари битта горизонтал чизмада мужассамланади; худди шунингдек ўртача ва қўшимча даромад эгри

чизиқлари ҳам (горизонтал чизиқ сифатида) тайёр маҳсулотлар бозоридаги рақобатли фирма учун бир бири билан устма-уст тушади.

Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозорида фаолият кўрсатувчи фирма қанча миқдордаги ишлаб чиқариш омилини сотиб олади? Меҳнат маҳсулининг қўшимча даромад эгри чизиги қўшимча харажатлар эгри чизигига қараганда юқорига етмагунча, фирма ўз фойдасини катта миқдордаги ишлаб чиқариш омилини сотиб олиши ҳисобидан ошириб бориши мумкин. Чунки қўшимча бирлик фойдаси (MRP) қўшимча харажатлардан (ME) ортиқ бўлади. Бироқ агар қўшимча даромад эгри чизиги қўшимча харажатлар эгри чизигига қараганда қуйида жойлашса, ишлаб чиқариш омилидан фойдаланиш фойдаси харажатлардан паст бўлади. Мос равишда, фойдани энг юксак даражага етказиш қўшимча фойдалиликни қўшимча харажатларга тенг бўлишини талаб қилади:

$$ME = MRP \quad /13.5/$$

Биз рақобатли тайёр маҳсулотлар бозорининг ўзига хос ҳолатини кўриб чиққанимизда, фирма меҳнат каби ишлаб чиқариш омилларини харид ҳажминини қўшимча маҳсулот фойдалилиги ишлаб чиқариш омили баҳосига, яъни w га тенг бўладиган даражагача оширишни тушуниб олдик (14.3 тенгламада кўрсатилгани каби). Шундай қилиб, рақобатли бозор учун фойдани энг юксак даражага етказиш шарт ишлаб чиқариш омилининг баҳосини қўшимча харажатларга тенг бўлиши ҳисобланади:

$$ME = w \quad /13.6/$$

Бизнинг мисолимизда газлама баҳоси (1 метр учун 100 сўм) рақобатли газламалар бозоридаги талаб ва таклиф эгри чизиқларининг кесишган нуқтасида аниқланади (72a график). 72b) график қўшимча харажатлар ва қўшимча фойдалилик эгри чизиқларининг кесишган нуқтасида фирмалар томонидан харид қилинганда, 100 сўм миқдордаги қўшимча харажат кийим сотишдан олинган қўшимча даромадга тенг бўлади. Бундай тенгликка ишлаб чиқариш жараёнида газламанинг ишлатилишини кенгайтириш ҳисобидан эришилади. Агар 50 метрдан кам газлама харид қилинса, кийим сотишдан қўшимча фойда олиш имкониятини қўлдан бой беради. Агар 50 метрдан кўп газлама харид қилинганда эди, газлама учун кетадиган харажатлар фирманинг қўшимча тайёр маҳсулотни сотишдан олиши мумкин бўлган қўшимча даромадидан юқори бўлган бўлар эди.

Ишлаб чиқариш омилларининг бозор таклифи. Одатда ишлаб чиқариш омилларининг бозор таклифи эгри чизиги юқорига қараб эгилган бўлади. Биз юқорида рақобатли бозорда сотиладиган товарнинг бозор таклифи эгри чизиги қўшимча ишлаб чиқариш харажатлари ортганда юқорига қараб эгилган бўлишини кўриб чиқдик. Бундай ҳолатлар бу ерда ҳам ўринлидир, чунки газлама каби омиллар ҳам одатда ўсувчи ишлаб чиқариш харажатлари билан ишлаб чиқарилади.

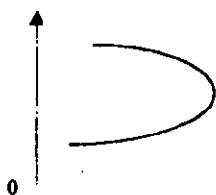
Бироқ ишлаб чиқариш омили сифатида меҳнатга эътибор берилса, у ҳолда тегишли қарорларни фирмалар эмас, балки одамлар қабул қилиши керак. Бундай ҳолда ишлаб чиқаришнинг асосий мақсади бўлиб, фойдани

энг юқори даражага етказиш эмас, балки фойдалиликни энг юқори даражага етказиш ҳисобланади. Биз қуйида меҳнатнинг бозор таклифи эгри чизигини юқорига эгилган бўлишини ва шунингдек 73 графикда кўрсатилганидек қуйида эгилган бўлишини, яъни анча юқори иш ҳақи тариф миқдори ишчи кучини кам миқдориди таклиф этилишига олиб келиши мумкинлигини кўрсатиб ўтамыз.

Нима учун ишчи кучи таклифи эгри чизигининг қуйида эгилган бўлиши мумкинлигига ойдинлик киритиш мақсадида ишчининг қандай қилиб бир кунда (ёки бир ҳафтада) неча соат ишлаши кераклигини ҳал этишини кўриб чиқамиз. Иш вақти иш пайтидаги вақтга ва дам олиш вақтига бўлинади. Бизнинг назаримизда дам олиш чарчоқларни чиқариш имконини беради, иш эса фақатгина даромад олиш учун зарурдир. Шунингдек, ишчи кучи кунига неча соат ишлаши кераклигини танлаб олиши мумкин.

Мос равишда, иш ҳақи тариф миқдори ишчи кучи учун дам олиш вақтининг кадр-қимматини ўлчайди, чунки иш ҳақи ишчининг дам олишга сарфлайдиган пул миқдорини ўзида намоен этади. Иш ҳақи ҳажмининг ўсишига қараб дам олиш баҳоси ҳам ўсади. Бу борада баҳо ўрнини алмаштириш самарасига ҳам (доимий фойдалилик бўлганда нисбий баҳонинг ўзгариши), даромад самарасига ҳам (ўзгармас нисбий баҳолар бўлганда фойдалиликнинг ўзгариши) боғлиқ равишда ўзгарганда 4- бобда биз кўриб ўтган истеъмол талаби таҳлилини эслаб ўтсак, мақсадга мувофиқ бўлар эди. Иш ҳақи миқдори ошганда иккала самара ҳам амал қилади. Ўрнини алмаштириш самараси анча юқори иш ҳақи, ишчининг реал даромадидан юқори бўлгани учун амал қилади. Анча юқори даромад бўлганда ишчи кўпроқ товарларни сотиб олиши мумкин. Бундай товарлардан бири дам олиш ҳисобланади. Агар дам олиш учун кўп пул сарфланса, у ҳолда даромад самараси ишчининг кам ишлашини рағбатлантиради. Бундан ташқари, даромад самараси етарлича юқори бўлса, ишчи иш ҳақи тариф миқдорининг ортишига қараб кам ишлайди. Агарда иш ҳақи кўпчилик кишилар учун асосий даромад манбаи ҳисобланса, даромад самараси жуда ҳам юқори бўлиши мумкин, Агар иш ҳақининг кўтарилиши ишчининг юқори даромад самараси туфайли ўз иш вақтини камайтиришига олиб келса, у ҳолда меҳнат таклифи эгри чизиги қуйида эгилган бўлади.

1 соатдаги иш ҳақи



Меҳнат таклифи

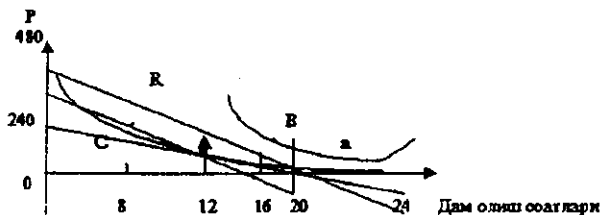
Бир кундаги иш соатлари

70-график. Меҳнатта бўлган таклиф эгри чизиги

71-графикда қуйиға эгилишга эга бўлган меҳнат таклиф чизиғи билан ифодаланган иш вақти ва дам олиш вақти ўртасидаги нисбатни танлаш бўйича қарор акс эттирилган. Горизонтал ўқ бир кундаги дам олиш соатларини кўрсатса, вертикал ўқ ишдан олинандиган даромадни кўрсатади. (Биз бошқа даромад манбаалари йўқ деб фарз қиламиз). Дастлаб иш ҳақи ҳажми бир соатда 100 сўмни ташкил этади, бюджет чизиғи эса PQ билан ифодаланади. Масалан, P нуқта бир кунда 14 соат ишлайдиган ишчининг 2400 сўм даромад олишини кўрсатади.

Ишчи A нуқтани танлаган ҳолда, бир кунда 16 соат дам олгани ҳолда ва 800 сўм иш ҳақи билан бир кунда 8 соат ишлагани ҳолда фойдалиликни энг юқори даражага етказди. Иш ҳақи ҳажми бир соатда 200 сўмгача кўтарилганида бюджет чизиғи RQ тўғри чизиғига айланади. (фақатгина 24 соат дам олиш имкони бор). Энди ишчи бир кунда 20 соат дам олишни танлаган ҳолда, B нуқтада фойдалиликни энг юксак даражага етказди. Агар фақатгина ўринни алмаштириш самараси бўлганда эди, иш ҳақи миқдори ишчининг 8 соат ўрнига 12 соат ишлашини (C нуқтада) рағбатлантирар эди. Бироқ даромад самараси қарама-қарши йўналишда ҳаракатланади. U ўринни алмаштириш самарасидан устун бўлади ва иш кунини 8 соатдан 4 соатга туширади.

Реал ҳаётда қуйиға эгилган меҳнат таклифи эгри чизиғи бу йилдаги ўқиш учун ёзги таътилда ишлаб пул жамғарадиган талаба учун қўлланилиши мумкин. Ўз олдига қуйилган мақсадига эришишни, ўзини-ўзи таъминлайдиган ишни танлайди. Шунда тариф миқдорининг ўсиши кам миқдордаги иш соатига олиб келади. Бу эса ўз навбатида талаба учун керакли пул миқдорини тезда ишлаб олиш имконини беради.



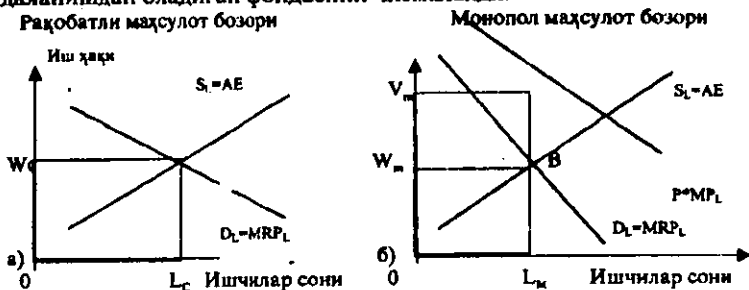
71-график. Иш ҳақининг ўсишида даромаднинг ўрин алмаштириш самараси

13.2. Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозоридаги мувозанат

Рақобатли ишлаб чиқариш бозоридаги баҳо талаб ва таклиф ҳажмларини ўзаро тенглаштирганида, бундай бозор мувозанатда жойлашади. 72 а) график меҳнат бозоридаги шундай мувозанатни ифодалайди. A нуқтадаги талаб мувозанати иш ҳақи W_c ни ташкил этса. Таклиф мувозанати бўлса L_c ни ташкил этади. Бизнинг рақобат моделимизда тўлиқ ахборот мавжуд бўлганлиги туфайли, барча ишчилар қерда ишлашларидан қатъий назар, бир хил иш ҳақи оладилар ва бир хил

қўшимча меҳнат маҳсули даромадини келтирадилар. Агар бирор бир ишчи ўз қўшимча меҳнат маҳсулидан юқори бўлган иш ҳақиға эға бўлса, фирма бундай ишчига янада юқори иш ҳақини белгилашни ўзи учун фойдали деб билади. Бироқ ахборот чекланганда ишға ёлловлчилар ишчилар учун турли хилдаги иш ҳақларини белгилай олмайдилар.

Агар тайёр маҳсулотлар бозори ҳам идеал рақобатта эға бўлса, ишлаб чиқариш омиллиға бўлган талаб эгри чизиги, ушбу омилт истеъмолчиларининг ундан ишлаб чиқариш жараёнида қўшимча фойдаланишдан оладиган фойдасини чизмалайди.



Иш ҳақи ҳажми шунингдек, фирма ва жамиятнинг қўшимча бирлик ишлаб чиқариш омилидан фойдаланиш харажатларини ҳам ифодалайди. Шундай қилиб, 72-графикдаги А нуқтада бир соат иш меҳнатнинг қўшимча фойдаси (унинг қўшимча даромади MRP_L) қўшимча харажатларға (W иш ҳақи тариф миқдори харажатларига) тенг бўлади. Мос равишда иккала бозор ҳам, (яъни ишлаб чиқариш омиллари ва тайёр маҳсулот бозорлари) идеал рақобатта эға бўлганларида ресурслардан самарали фойдаланилади, чунки ялпи фойда ва ялпи харажатлар ўртасидаги фарқ энг юқори даражаға етказилгандир. Бундай ресурслардан самарали фойдаланиш шарти кўп ҳолларда бошқа шаклларда ҳам намоён бўлади. (13.2) Тенгламадан биламизки, рақобатли меҳнат бозоридаги қўшимча маҳсулот даромади қўшимча меҳнат маҳсулиға кўпайтирилган товар баҳосига тенг бўлади: $MRP_L = (P)(MP_L)$. Бу рақобатли меҳнат бозоридаги бозор механизми самарадорлигининг асосий шартини ўзида намоён этади. Бу шартта кўра, қўшимча меҳнат бирлигидан фойдаланишнинг қўшимча даромади ушбу меҳнат бирлиги ишлаб чиқарадиган қўшимча маҳсулотдан келадиган иқтисодий фойдаға тенг бўлади.

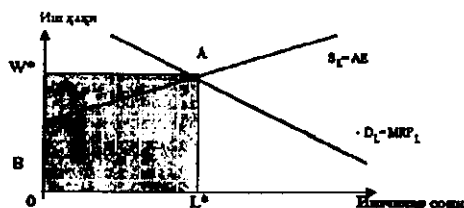
Тайёр маҳсулот бозори идеал рақобатта эға бўлмаганида $MRP_L = (P)(MP_L)$ шарти бажарилмайди. 72 б)-графикда қўшимча меҳнат маҳсулиға кўпайтирилган товар баҳосини ўзида ифода этган эгри чизикнинг $[(P)(MP_L)]$ қўшимча маҳсулот даромади эгри чизигидан $[(MR)(MP_L)]$ юқорида ётганлиги кўрсатилган. В нуқта w_m мувозанат иш ҳақини ва L_m мувозанат меҳнат таклифини ифодалайди. Бироқ $(P)(MP_L)$

истеъмолчиларнинг қўшимча меҳнат харажатларидан оладиган миқдори бўлиши мумкин. L_m ишчилар ёллаганда, фирманинг w_m қўшимча фойдасига қараганда камроқ бўлади. Шундай қилиб, фирма ўз фойдасини энг юқори даражага етказди. Бироқ, унинг маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми самарали даражадан камроқ бўлганлиги сабабли ишлаб чиқариш омилидан фойдаланиш самарадорлиги минимум нуқтага эришади. Агар бозор ҳоқимиятига эга бўлган фирма ёки фирмалар кўпроқ ишлаб чиқариш омиллари сотиб олсалар ва шу орқали маҳсулот ишлаб чиқаришни оширсалар, соф фойда (яъни фойда - яъни харажатлар) ўсади.

Иқтисодий рента

Иқтисодий рента концепцияси ишлаб чиқариш омиллари бозорининг қандай ишлашини тушунтиришга ёрдам беради, 10-бобда тайёр маҳсулотлар бозорларини муҳокама қилишда, биз иқтисодий рентани маҳсулот ишлаб чиқаришнинг альтернатив харажатлари чегириб таъсирланган кейин қолган - фирма томондан олинган фойда сифатида ифодаладик. Ишлаб чиқариш омиллари бозори учун иқтисодий рента ишлаб чиқариш омиллари фойдаланиш натижасида олинган фойда ва ундай фойдаланишга кетган минимал харажатлар ўртасидаги фарқни ифода этади. 73-график рақобатли меҳнат бозори учун қўлланиладиган иқтисодий рента концепциясини курсатади. (Бироқ бу концепция бошқа ишлаб чиқариш омиллари бозорлари учун ҳам қўлланилади). Мувозанат баҳо бўлиб w^* ҳисобланса, мувозанат меҳнат таклифи бўлиб эса L^* ҳисобланади.

73-график. Муқобил (альтернатив) фойда



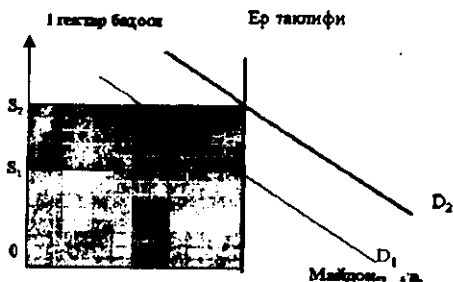
Меҳнат таклифи эгри чизиги қуйиға эгилган ўртача харажатлар эгри чизигини ўзида ифода этса, меҳнатта талаб эгри чизиги эса қуйиға эгилган қўшимча даромад эгри чизиги билан устия-уст тушади. Талаб эгри чизиги ҳар бир иш ҳақи тариф миқдорида таклиф этиладиган меҳнат миқдорини кўрсатганлиги туфайли L^* меҳнат бирлигини ёллаш учун зарур бўлган энг кам харажатлар AL^*OB штрихланган участка ва таклиф эгри чизигидан қуйида, L^* -меҳнат таклифи мувозанат ҳажмидан чал томонда жойлашган майдон билан чизмаланган.

Идеал рақобатли бозорларда барча ишчилар w^* иш ҳақини оладилар. Ушбу иш ҳақи даражаси меҳнатта охириги «қўшимча» ишчини жалб қилиш ишчигача бўлганлар иқтисодий рента оладилар. Чунки, уларнинг иш ҳақи

уларни ишга жалб қилиш учун зарур бўлган иш ҳақи даражасидан устун бўлади. Агар умумий иш ҳақи миқдори $Ow \cdot AL$ тўғри бурчакка тенг бўлса, у ҳолда меҳнат билан олинган фойда $Bw \cdot A$ майдон билан чизмаланади. Ишчи нуқтан назаридан олиб қараганда ушбу рента ортиқча истеъмолга ўхшаш бўлади. Бундай истеъмол товарнинг чакана (сотиш) баҳосини ҳисобга олмайдиган, қўшимча қимматлиликини ифода этади.

Шуни таъкидлаб ўтмоқчимизки, агарда таклиф эгри чизиги чексиз эластик бўлганида эди, иқтисодий рента нолга тенг бўларди. У фақатгина иш ҳақи даражасидан бўладиган таклиф эластик бўлмаганидагина шаклланади. Агар таклиф бутунлай эластик бўлмаса, ишлаб чиқариш омилининг барча даромадлари ўзида иқтисодий рента ифода этади, чунки омил унга белгиланадиган баҳодан мустақил равишда таклиф этилади. Ишлаб чиқариш омилининг эластик бўлмаган таклифини ифодаловчи энг кўп тарқалган мисоллардан бири ер таклифи ҳисобланади (74-график).

74-графикдаги кўрилиши учун (ёки қишлоқ хўжалиги мақсадлари учун) ишлатиладиган ер доимий ишлаб чиқариш омили ҳисобланади (кўпинча қисқа муддатли даврларда). Ер таклифи эластик бўлмаганда унинг баҳоси тўлалигича унда бўлган талаб билан D_1 эгри чизиги билан чизмаланган ва бир бирлик майдоннинг баҳоси эса S_1 га тенг деб олинган. Ерга бўлган талаб D_2 гача кўтарилганда бир бирлик ернинг баҳоси S_2 гача кўтарилади. Умумий альтернатив фойда таркибига бўлса майдон ва бошқа штрихланган тўртбурчак қиради. Шундай қилиб, ерга бўлган талабнинг ўсиши (талаб эгри чизигининг ўнг томонга силжиши) унинг ижара баҳосининг янада юқори бўлишига ва янада юқори муқобил (альтернатив) фойда бўлишига олиб келади.

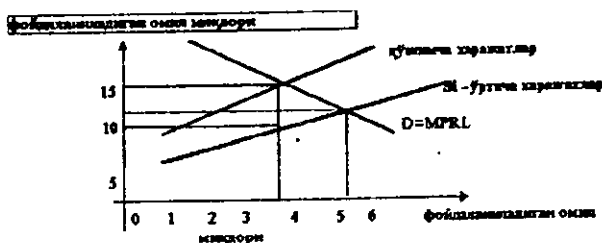


74-график. Ер участкадан фойдаланишининг иқтисодий рентаси

13.3. Монополистик ҳукмронликка эга бўлган ишлаб чиқариш омиллари бозори

Бир қатор ишлаб чиқариш омиллари бозорларида алоҳида харидорлар монополистик ҳукмронликка эга бўладилар, яъни улар баҳоларга таъсир кўрсатишлари мумкин. Масалан, автомобил компаниялари ҳамлаб қўйилган қисмлар ва йиғма компонентларининг харидорлари сингари маълум даражада монополистик ҳукмронликка эга бўладилар. «Дженерал Моторс», «Форд» ва «Крейслер» кабилар катта миқдордаги тормоз қурилмалари, радиаторлар, покришқалар ва бошқа қисмларни харид қиладилар, ҳамда майда харидорлар тўлаши мумкин бўлган баҳоларга қараганда анча паст баҳолар тўғрисида келишувлар олиб борадилар. Худди шунга ўхшаш равишда IBM ҳам дисководлар бозорида монополистик ҳокимиятга эга бўлади, чунки у ўз компьютерлари учун катта миқдордаги дисководларни сотиб олади. Ушбу бўлимда биз тайёр маҳсулотлар бозорини идеал рақобатга эга бозор, деб фараз қиламиз. Монополистик ҳокимиятга эга бўлган бир қанча харидорга қараганда биттасини чизмалаш осон бўлганлиги учун, биз соф монополистияни кўриб чиқиш билан чегараланамиз.

Қўшимча ва ўртача харажатлар. Фирма рақобатли бозорда ишлаб чиқариш омилини сотиб олганида, қўшимча ва ўртача харажатлар эгри чизиқлари бир-бирига мос келади. Бироқ фирма монополистик бўлганда, 75- графикда кўрсатилганидек, қўшимча ва ўртача харажатлар эгри чизиқлари бир хил бўлмайди.



75-график. Ишлаб чиқаришнинг қўшимча ва ўртача харажатларининг ўзгариши

Монополистик учун ишлаб чиқариш омилининг таклиф эгри чизиғи, бозор таклифи эгри чизиғига мос келади. (У ишлаб чиқариш омили баҳоси кўтарилганда уни етказиб берувчилар қанча миқдорда сотишга тайёр эканликларини кўрсатади). Монополистик ҳар бир бирлик маҳсулот учун бир хил баҳони тўлаши сабабли, талаб эгри чизиғи унинг ўртача харажатлар эгри чизиғи ҳисобланади. Ўртача харажатлар эгри чизиғи юқорига эгилган бўлади, чунки монополистик катта миқдордаги омилини сотиб олмоқчи бўлса, анча юқори баҳони тўлаши керак. Фирманинг эг юқори даражага етказувчи фойдаси учун ҳарид ҳажми қўшимча

харажатлар эгри чизигининг ўртача харажатлар эгри чизигидан юқориди ўтишини биламиз. Чунки фирма кўпроқ бирлик омиллари сотиб олиш учун улар баҳосини кўтарганида, у фақатгина охириги сотиб олинган бирлик учун эмас, балки барча birlikлар учун анчи юқори баҳони тўлаши керак.

Фирма томонидан ишлаб чиқариш омиллари сотиб олиш бўйича қарор қабул қилиниши. Фирма қандай миқдордаги омилни харид қилиши керак? У ўз харид ҳажмини қўшимча харажатлар қўшимча маҳсулот даромадига тенг бўладиган нуқтага ошириб бориши керак. Бундай ҳолда охириги сотиб олинган birlik фойдаси (MRP) уни сотиб олиш харажатларига (ME) тенг бўлади. 76 -график ушбу ҳолатни меҳнат бозори учун чизмалаган. Шунини таъкидлаймизки, монопсонист L^* меҳнат birlikларини ёллайди. Бу нуқтада $ME=MRPL$. Ишчиларга тўланадиган w^* иш ҳақи миқдори ўртача харажатлар эгри чизигидаги ёки L^* меҳнат birlikлари билан боғланган таклиф эгри чизигидаги нуқта билан ифодаланади.

Юқориди кўрсатиб ўтганимиздек, монопсонист ҳокимиятга эга бўлган хариддор қўшимча қиймат (MV) қўшимча харажатларга тенг бўладиган нуқтага:

$$MV=ME. \quad /13.7/$$

Товар сотиб олавериши орқали соф фойдасини (фойдалилик - харажатлар) энг юқори даражага етказди.

Ишлаб чиқариш омилини сотиб оладиган фирма учун MV омилининг қўшимча маҳсулот даромади MRP ни ифода этади, холос. Шунинг учун биз қуйидагига эга бўламиз.

$$MRP=ME. \quad /13.8/$$

Бу шарт қўшимча даромад қўшимча харажатларга тенг бўлганда фойдани энг юқори даражага етказувчи маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича қарорга ўхшашдир. Бироқ ишлаб чиқариш омилини сотиб олишда қўшимча даромад қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот асосида ҳисоб-китоб қилинади. Бундай маҳсулотга қўшимча birlik омилидан фойдаланиш орқали эришилади.

78-графикдан кўришиб турганидек, монопсоник ҳокимликка эга бўлмаган фирма ёки фирмалар гуруҳига қараганда камроқ ишчи кучи ёллайди. Рақобатли меҳнат бозорида L ишчилар ёллади, чунки ушбу даражада меҳнатга бўлган талаб (қўшимча маҳсулот эгри чизиги билан чизмаланган) меҳнат таклифига (ўртача харажатлар эгри чизиги билан чизмаланган) тенг бўлади. Яна шунини таъкидлаймизки, монопсоник ҳокимликка эга фирма ўз ишчиларига w^* иш ҳақини тўлайди, бироқ бу иш ҳақи рақобатли бозорда тўланадиган w_c иш ҳақидан кам бўлади.

Монопсоник ҳокимият манбалари турли хил бўлиши мумкин. Улардан бири бўлиб, фирманинг ўзига хос иш фаоллиги муҳити ҳисобланиши мумкин. Агар фирма бошқа фирмалар сотиб олмайдиган қандайдир ресурс турини сотиб олса, у ушбу ишлаб чиқариш омили бозорида монопсонист ҳисобланади. Ишчи кучлари бозориди монопсоник ҳокимият

манбаларидан яна биттаси, иш фаоллигини намоён этувчи фирманинг жойлашуви ҳисобланади - у ҳудуд ичкарасида ягона йирик ишга ёлловчи бўлиши мумкин. Бундан ташқари, монополистик ҳокимиятнинг манбаси ишга ёлловчилар ўртасида ишлаб чиқариш омили истеъмолини чеклаш ва ўзларига бу омилни рақобат баҳосидан кам баҳода сотиб олиш имконини яратиш учун, картел тузиш йўли орқали ўзаро келишув ҳисобланиши мумкин. Бундай ҳолга мисол қилиб асосий бейсбол лигаси ўйинчилари бозорини кўрсатишимиз мумкин.

Иқтисодиётимиздаги бир неча фирмалар соф монополистик ҳисобланишади. Бироқ фирмалар (ёки алоҳида шахслар) кўпинча маълум даражадаги монополистик ҳокимиятга катта ҳажмдаги товар сотиб олганликлари учун ҳам, бошқа потенциал товар хариддорларига қараганда муайян устиворликка эга бўлганликлари учун ҳам эга бўлади. Қачонки ҳарбий хизматга солдат ёки ҳарбий кучлар учун ракета ва самолётлар ҳамда бошқа ҳарбий асбоб-ускуна ва техникалар сотиб олса, давлат ҳам монополистик ҳисобланади, Тоғ-кончилик фирмаси ёки округда ягона йирик ишга ёлловчи ҳисобланган қандайдир бошқа компания ҳам маҳаллий меҳнат бозорида монополистик ҳокимиятга эга бўлади. Бироқ шундай ҳолатлар бўлган тақдирда ҳам монополистик ҳукмронлиқнинг чегараланиши мумкин. Чунки ҳукумат аналогик иш жойлари таклиф этувчи бошқа фирмалар билан рақобат қилса, тоғ-кончилик фирмаси эса яқин округлардан компаниялар билан маълум даражада рақобат қилади.

13.4. Ишлаб чиқариш омиллари бозорларидаги монопол ҳукмронлик

Ишлаб чиқариш омиллари харидорлари монополистик ҳокимиятга эга бўлган пайтларда, ушбу омиллар сотувчилар эса монопол ҳокимиятга эга бўлишлари мумкин. Омил сотувчиси, масалан, агар фирма ўзига хос компьютер интеграл тизимини ишлаб чиқариш учун патентга эга бўлса, монополистик бўлиши мумкин. Ишлаб чиқариш омиллари бозорларида соф кўринишдаги монополистикларга нисбатан камчиликни ташкил этади, бироқ кўплаб салоат тармоқларидаги фирмалар, бошқа фирмалар ишлаб чиқариш омиллари сифатида фойдаланадиган маҳсулотларни сотиш бўйича айрим монопол ҳокимиятга эга бўладилар. Ишлаб чиқариш омиллари бозорларидаги энг кенг тарқалган монопол ҳукмронликка мисол қилиб, касабга уюшмаларини кўрсатишимиз мумкин ва ҳ.к.

Хулоса

1. Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозорида унга бўлган талаб ушбу омилнинг қўшимча маҳсулот даромади билан аниқланади.

2. Рақобатли ишчи кучи бозоридаги фирма, қўшимча меҳнат маҳсули иш ҳақи миқдорига тенг бўлмагунча ишчиларни ёллайверади. Бу ишлаб чиқаришнинг қўшимча даромад, қўшимча харажатларига тенг бўлган энг юқори даражага етказиш шартига ўхшайди.

3. Ишлаб чиқариш омилига бўлган бозор талаби барча тармоқларнинг ушбу омилга бўлган талаблари йиғиндисини ифода этади. Бироқ, тармоқ талаби барча фирмалар талабининг йиғиндисини ҳисобланмайди. Тармоқ талабини аниқлаётганда, маҳсулотнинг бозор баҳосини ишлаб чиқариш омили баҳосининг ўзгариши натижасида, ўзгаришини ҳисобга олиш керак.

4. Ишлаб чиқариш омиллари бозор рақобатли бўлганда, омил харидори унинг хариди омил баҳосига ҳеч қандай таъсир кўрсатмаслигини назарда тутлади. Фирма тўқнашадиган қўшимча ва ўртача харажатлар эгри чизиқлари идеал жиҳатдан эластик бўлади.

5. Ишчи кучи каби омилнинг бозор таклифи эгри чизиқлари қуйига эгилган бўлиши шарт эмас. Меҳнат таклифи эгри чизигининг қуйига эгилиши қуйидаги ҳолда юз бериши мумкин: агар анча юқори иш ҳақи миқдорига боғланган даромад самараси ўрин алмаштириш самарасига қараганда каттароқ бўлса.

6. Иқтисодий рента ишлаб чиқариш омилларига кетадиган харажатлар ва ушбу омиллари ёллаш учун зарур бўлган энг кам тўлов ўртасидаги фарқни ифодалайди.

7. Ишлаб чиқариш омили харидори монополистик ҳокимиятга эга бўлганда, қўшимча харажатлар эгри чизиги ўртача харажатлар эгри чизигидан юқорида ётади. Бу монополистикнинг кўпроқ миқдордаги ишлаб чиқариш омилини жалб қилиш учун юқорироқ баҳони тўлаши кераклигини билдиради.

8. Касаба уюшмалари монопол ҳокимиятга яққол мисол бўлади. Касаба уюшмалари учун бандликни, яъни альтернатив фойдани ва яъни иш ҳақини ошириш ўзида уч мақсадни ифода этади.

9. Монополистик касаба уюшмаси монополистик ёлловчи билан музокаралар олиб борганда, иш ҳақи миқдори музокаралар жараёни табиатига боғлиқ бўлади. Агар иккита куч ўзаро ҳаракатда бўлса, рақобатли маҳсулот ишлаб чиқаришга эришилиши мумкин.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. *Ишлаб чиқариш омиллари тушунчаси ва унинг бозори деганда нима тушунилади?*

2. *Ишлаб чиқариш омиллари бозорининг турлари.*

3. *Қандай бозорларни рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозори деб айтилади?*

4. *Ишлаб чиқарувчи омиллари бирининг ўзгариши бошқасининг ўзгаришига қандай таъсир қилади?*

5. *Меҳнат омилининг ўзгариши бозорга қандай таъсир қилади? (монопол ҳокимиятга эга бўлган ёки эга бўлмаган фирма).*

6. *Ишлаб чиқаришни бир неча омиллари ўзгарганда ишлаб чиқариш омилларига бўлган талаб қандай ўзгаради? Бозор талаби эгри чизиги қандай бўлади?*

7. *Фирмада ишлаб чиқариш омилларини режалаштириш нимага билдиради ?*
8. *Рақобатли ишлаб чиқариш бозоридаги мувозанат нима ?*
9. *Иқтисодий ренти нима ?*
10. *Қандай бозорни монополистик ишлаб чиқариш омили бозори дейишди?*

14-БОБ. КАПИТАЛ ҚЎЙИЛМАЛАР, ВАҚТ ВА КАПИТАЛ БОЗОРЛАРИ

Рақобатли бозорларда фирмалар ҳар ойдаги харидлар ҳажмини аниқлаш мақсадига ҳар бир омилнинг қўшимча маҳсулот даромадини уни сотиб олиш учун кетадиган харажатлар билан таққослайдилар.

Барча фирмаларнинг қарорлари ҳар бир ишлаб чиқариш омилига бўлган бозор талабини шакллантиради, бозор баҳоси эса талаб ҳажмини таклиф ҳажми билан тенглаштиради. Бизда, олдинги бобда, ишчи кучи хомашё ва материаллар каби ишлаб чиқариш омиллари ва улардан фойдаланиш ҳақида аниқ тасаввур ҳосил бўлди, энди эса бутунлай бошқача тарзда амал қилувчи капитал қўйилмалар хусусида тўхталиб ўтамиз. Капитал - бу узоқ муддатли фойдаланишдаги ишлаб чиқариш омили бўлиб, у ишлаб чиқариш жараёнида қўлга киритилган вақтдан бошлаб кўплаб йиллар давомида иштирок этади.

Баъзида, фирмалар ишчиларни қандай қилиб ёллашга ўхшаш тарзда капитални ижарага оладилар. Масалан, фирма ўз маҳкамаси учун бинони худди ишчи кучини ойлик иш ҳақи билан ёллагани каби, ойлик тўлов билан ижарага олади. Агар капитал қўйилмалар асосий ишлаб чиқариш асбоб-ускуналарини харид қилиш билан боғланган бўлса, бунда у узоқ муддатли самара беради. Масалан, бугунги кунда фирма унга кейинчалик 20 йил мобайнида хизмат қиладиган завод қурилиши учун 100 млн. сўм ҳажмида капитал қўйилма қилади. Мана шундай пайтда вақт омилига эътибор қаратилади. Фирма завод кўриш керакми ёки асбоб-ускуна харид қилиш керакми, деган масалани ҳал қилиш пайтида, у ҳозир қилиниши керак бўлган қўйилмалар билан келажакда янги капитал келтирадиган қўшимча фойдани таққослаши керак. Бундай таққослашни амалга ошириш учун фирма қуйидаги саволга жавоб бериш керак. Келажакдаги фойдалар бугунги кунда қанча миқдорда баҳоланади? Бундай муаммо ишчи кучини ёллашда ёки хомашёни харид қилишда юзага келмайди. Фирма ўз танловини қилиш учун унга фақатгина ишлаб чиқариш омилига бўладиган жорий харажатларини, яъни иш ҳақи ёки пўлат баҳосини ишлаб чиқариш омилининг жорий қўшимча маҳсулот даромади билан солиштиришга тўғри келади.

Ушбу бобда биз қандай қилиб келгуси даромадларнинг жорий қийматини ҳисоблашни кўриб чиқамиз. Бу фирма томонидан капитал қўйилмалар ҳисоблашни кўриб чиқамиз. Бу фирма томонидан капитал

қўйилмалар тўғрисидаги қарор қабул қилиш жаряени бўйича олиб борилаётган изланишларнинг асосидир.

Бундай қарорларнинг кўпчилиги ҳозирги харажатларни ва келгусида қўлга киритилиши мумкин бўлган фойдаларни таҳлил қилиш билан боғлангандир. Биз қандай қилиб, фирмалар бундай таққослашни амалга оширишлари мумкинлигини ва харажатларнинг ўрнини тўлдириши кафолатланадими ёки йўқми, эканлигини аниқлашларини кўриб чиқамиз.

Кўп ҳолларда, капитал қўйилмалардан келадиган келгуси фойдани олдиндан айтиш мумкин эмас. Чунки у кутилгандан юқори бўлиши ҳам, паст бўлиши ҳам мумкин. Биз қандай қилиб, фирмалар бундай ноаниқликни ҳисоблашларини кўриб чиқамиз.

Биз шунингдек, фирмалар дуч келишга мажбур бўладиган вақтлараро қарорларни ҳам ўрганамиз. Масалан, ўрни қайта тўлдирилмайдиган ресурслар бўлмиш кўмир ва нефтни бутунги кунда қазиб олинишини, уларнинг келгусида кам миқдорда қазиб олинишини билдиради. Қандай қилиб бу муаммони ечиш учун муайян қазиб олиш ҳажми ҳисобга олинади ёки бўлмаса, ўрмон sanoatchиси ёғоч-тахта кесиш олиб, ишлатиш учун экилган дарахтларнинг ўсишини қанча вақт кутади?

Бундай сармоявий ва ишлаб чиқариш қарорлари пул ссудаси шаклида тўланадиган ёки олинадиган банк фоизи миқдори кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади. Биз қандай омиллар банк фоизи миқдорини аниқлашни ва нима учун давлат ёки sanoat облигациялари сифатидаги қимматли қоғозлар бўйича фоиз миқдорлари банклардаги муддатли счётлар бўйича фоиз миқдоридан фарқ қилишини муҳокама қиламиз.

14.1. Асосий ва айланма капитал

Муҳокама қилишни давом эттиришдан олдин, биз қандай қилиб корхона ва фирма томонидан харид қилинадиган бошқа ишлаб чиқариш омилларини баҳолашни аниқлаб беришимиз керак. Капитал мулк сифатида баҳоланади, яъни фирмага тегишли бўлган завод ва асбоб-ускуналар миқдори сифатида баҳоланади. Масалан, агар фирмага 100 млн. сўм қийматта эга бўлган электродвигателлар заводи тегишли бўлса, у ҳолда биз айтишимиз мумкинки, фирма 100 млн. сўм ҳажмидаги асосий капиталга эга. Ишчи кучи ва хомашё каби ишлаб чиқариш омиллари ва шунингдек, тайёр маҳсулотлар фирманинг айланма капитали ҳисобланади. Масалан, фирма ойига 8000 та электродвигател ишлаб чиқариш учун 20000 киши-соат меҳнатидан ва 50000 кг мисдан фойдаланиши мумкин (бундай ҳар ойлик ҳисоблаш ихтиёрий бўлганлиги учун, ҳар haftaлик ёки йиллик баҳолашлардан ҳам фойдаланиш мумкин. Масалан, бир йилда 240000 киши-соат меҳнати ва 600000 кг мис 96000та двигател ишлаб чиқариш учун ишлатилади). Келинг энди, электродвигателлар ишлаб чиқарувчи мисолни атрофлича кўриб чиқайлик. Фараз қилайлик, бир кг миснинг баҳоси 8 сўм бўлганда, битта ишчининг бир соатдаги иш ҳақи тариф миқдори 150 сўмни ташкил этади. Яппи ўзгарувчи харажатлар бир ойга

$(20000) (150 \text{ сўм.}) + (50000) (8 \text{ сўм.}) = 3400000$ сўмга баробар бўлади. Уртача ўзгарувчи харажат маҳсулот бирлигига бўлган харажатларни ташкил этиб, у ойга $(3400000) : (8000 \text{ бирлик (1 ойга)}) = 425$ сўмга тенг бўлади.

Фараз қилайлик, фирма ўз электродвигателларининг донасини 525 сўмдан сотади. Шунда унинг бир бирлик маҳсулотдан келадиган ўртача фойдаси $525 - 425 = 100$ сўмга тенг бўлса, 1 ойлик фойдаси эса 800000 сўмга тенг бўлади. Бироқ бу двигателларни ишлаб чиқариш ва сотиш учун фирмага унинг томонидан 100 млн. сўм га қурилган завод, яъни асосий капитал керак. Шундай қилиб, 100 млн. сўм миқдордаги фирманинг асосий капиталга унга ҳар ой 800000 сўм миқдоридида фойда олиш имконини беради.

Бу заводга 100 млн. сўм миқдоридидаги капитал қўйилгани сафарбар этиш тўғрисидаги фирма қарори асосланганими ёки йўқми? Бу саволга жавоб бериш учун фирманинг бир ойлик 800000 сўм миқдордаги фойдасини шундай бир миқдорга айлантиришимиз керакки, бу миқдорни завод қурилиши учун сарфланадиган 100 млн. сўм миқдордаги харажатлар билан таққослай олишимиз мумкин бўлсин. Фараз қилайлик, завод ҳозирги аҳволи билан яна 20 йил ичида ишласа, ҳозирги бир ойлик 800000 сўмнинг қиймати қандай бўлади? Агар ушбу қиймат 100 млн. сўмдан ортиқ бўлса, у ҳолда капитал қўйилма фойдали бўлади.

Бир ойлик 800000 сўм миқдордаги фойда кейинги 20 йил ичида қуйидагига тенг бўлади: $(800000 \text{ сўм.}) (20) (12) = 192$ млн. сўм. Бу завод қурилишини аъло даражадаги сармоявий имконият деб ҳисоблашга олиб келади. Бироқ ҳозирги 800000 сўм 5 ёки 20 йил ўтгандан кейин ҳам шу қийматда тураверадими? Йўқ, чунки бугунги пуллар келгусида кўпроқ пулга айланиши учун банк депозитига, облигацияларга ёки қимматбаҳо қоғозларга қўйилиши мумкин. Шунинг учун ҳам 20 йилдан кейин олинган 192 млн. сўм бугунги кундаги 192 млн. сўмдан миқдоран кам баҳоланади.

14.2. Дисконтланган қиймат

Яна олдинги мисолга қайтамыз, бироқ энди бизнинг олдимизга қуйидаги муҳим муаммони ҳал қилиш масаласи турибди: келажакда тўланадиган 1 сўм бугунги кунда қанча миқдорда баҳоланади? Бу саволга жавоб бевосита фоиз миқдорига яъни ссуда олиш ёки кредит бериш мумкин бўлган нормага боғлиқдир.

Фараз қилайлик, фоиз миқдори R га тенг. (Биз ҳозирча у қанақа фоиз миқдори эканлигини кўриб чиқмаймиз. Кейинроқ, турли хил фоиз миқдорлари орасидан қайси бирини танлаш кераклиги ҳақида фикр юритамиз). Бундай ҳолда, ҳозирги 1 сўм роппа-роса бир йилдан кейин $1 + R$ сўм келтириши учун сармоя қилиниши мумкин. Бир йилдан кейин тўланадиган 1 сўмнинг ҳозирги қиймати, яъни жорий дисконтланган қиймати (PDV) қандай бўлади? Бунга жавоб оддий, чунки $(1 + R)$ сўм бир йилдан кейинги бўлгани учун, ҳозирги 1 сўм қуйидагига тенг бўлади: $(1 + R) (1 + R) = 1$ сўм. Шундай қилиб, бир йилдан кейинги 1 сўм бугунги 1 сўм $(1 + R)$

билан баҳоланади. Бу бир йилдан кейин 1 сўм берадиган пуллар миқдори бўлади, агар у R ҳисобланган миқдор бўйича фойда келтирса.

Икки йилдан кейин тўланадиган 1 сўмнинг ҳозирги қиймати қандай бўлади? Агар 1 сўм бугунги кунда R фоиз миқдори бўйича қўйилса, унинг бир йилдан кейинги қиймати $1+R$ сўмга, икки йилдан кейинги қиймати эса $(1+R) \cdot (1+R) = (1+R)^2$ га тенг бўлади. Шундай қилиб, $(1+R)^2$ сўм бугунги 1 сўмнинг икки йилдан кейинги қиймати бўлганлиги сабабли, икки йилдан кейинги 1 сўм бугунги 1 сўм $(1+R)^2$ га тенг бўлади. Шунга мос равишда, уч йилдан кейин тўланадиган 1 сўм бугунги 1 сўм $(1+R)^3$ га «п» йилдан кейин тўланадиган 1 сўм эса бугунги 1 сўм $(1+R)^N$ га тенг бўлади. Биз буларнинг барчасини қуйидагича умумлаштиришимиз мумкин:

Бир йилдан кейин тўланадиган 1 сўм $PV = 1 \text{ сўм} / (1+R)$

Икки йилдан кейин тўланадиган 1 сўм $PV = 1 \text{ сўм} / (1+R)^2$

Уч йилдан кейин тўланадиган 1 сўм $PV = 1 \text{ сўм} / (1+R)^3$

«N» йилдан кейин тўланадиган 1 сўм $PV = 1 \text{ сўм} / (1+R)^N$

23-жадвалда 1,2,5,10, 20 ва 30 йилдан кейин тўланадиган 1 сўмнинг жорий дисконтланган қиймати турли хил фоиз ставкалари учун келтирилган.

23-жадвал

1 сўмнинг дисконтланган қиймати (сўмда)

Фоиз миқдори	Йиллар					
	1	2	5	10	20	30
0,01	0,990	0,980	0,951	0,905	0,820	0,742
0,02	0,980	0,961	0,906	0,820	0,673	0,552
0,03	0,971	0,943	0,863	0,744	0,554	0,412
0,04	0,962	0,925	0,822	0,676	0,456	0,308
0,05	0,952	0,907	0,784	0,614	0,377	0,231
0,06	0,943	0,890	0,747	0,558	0,312	0,174
0,07	0,935	0,873	0,713	0,508	0,258	0,131
0,08	0,926	0,857	0,681	0,463	0,215	0,099
0,09	0,917	0,842	0,650	0,422	0,178	0,075
0,10	0,909	0,826	0,621	0,386	0,149	0,057
0,15	0,870	0,756	0,497	0,247	0,061	0,015
0,20	0,833	0,694	0,402	0,162	0,026	0,004

Шуни таъкидлаб ўтмоқчимизки, фоиз миқдори 6 ёки 7%дан юқори бўлганда, 20 ёки 30 йилдан кейин тўланадиган 1 сўм бугунги кунда жуда кам миқдорда баҳоланади. Бироқ, фоиз миқдорлари кам бўлганда бундай бўлмайди. Масалан, агар R 3%ни ташкил этса, 20 йилдан кейинги 1 сўм PV 55 тийинга яқинлашади. Ёки бошқача айтганда: шу 3% ставкада ҳозир, 55 тийин сармоя қилинганда эди, бу пул 20 йилдан кейин 1 сўм келтирар эди.

Қелгуси даромадларини баҳолаш. Биз энди, вақт бўйича дисконтланган даромад миқдорини аниқлашимиз мумкин. Масалан, 24 жадвалдаги икки хил даромадни олиб кўрамиз. А даромад ҳозир тўланадиган 200 сўм: 100

сўмга ва бир йилдан кейин тўланадиган 100 сўмга тенг. В даромад эса ҳозир тўланадиган 220 сўм: 20 сўмга, бир йилдан кейин тўланадиган 100 сўмга ва яна икки йилдан кейин тўланадиган 100 сўмга тенг. Ушбу даромадлардан қайси бирини қўлга киритишни маъқул кўрасиз? Жавоб фоиғ миқдорига боғлиқдир.

Бу даромадларнинг дисконтланган қийматини ҳисоблаш учун, биз ҳар йилги тўловларнинг дисконтланадиган миқдорини ҳисоблаймиз ва қўшамиз.

$$A \text{ даромад } PDV = 100 \text{ сўм} + 100 \text{ сўм} / (1+R);$$

$$B \text{ даромад } PDV = 20 \text{ сўм} + 100 \text{ сўм} / (1+R) + 100 \text{ сўм} / (1+R)^2$$

24-жадвал.

Икки хил дисконтланган даромад

Дисконтланган даромад тури	Йиллар бўйича дисконтланган даромад, сўм.		
	Жорий йил	1-йил	2-йил
A	100	100	0
B	20	100	100

25-жадвалда 5,10,15 ва 20% ставкалари бўлганда иккала даромаднинг дисконтланган миқдори келтирилган. Жадвалдан кўринишига, даромаднинг афзаллиги фоиғ миқдорига боғлиқ бўлади. 10% ёки ундан кам миқдор бўлганда В даромад А даромадга қараганда афзалроқдир. 15% ёки ундан юқори миқдор бўлганда, А даромад В даромадга қараганда афзалроқдир. Бунинг асосий сабаби шундаки, А даромаднинг суммаси камроқ бўлишига қарамастан, у тезроқ тўланади.

25-жадвал.

Турли хил миқдорлар бўлганда дисконтланган даромад миқдорини ҳисоблаш

Даромад тури	Фоиғ миқдори бўлгандаги дисконтланган даромад миқдори, сўм			
	R=0.05	R=0.10	R=0.15	R=0.20
A	195.24	190.90	186.96	183.33
B	205.94	193.54	182.57	172.77

Зарарлар миқдорини аниқлаш. Суд амалиётида кўнгилсиз воқеалар юз берганда жабр кўрганлар ёки уларнинг меросхўрлари (агар жабрланувчи ҳалок бўлган бўлса), томонидан зарар етказган томонга қарши (ёки суғурга компаниясига қарши) зарарни қоплаш мақсадида иш кўзга тилади. Кўрсатилган жабр ва маънавий камситишлар ўрнини тўлдиришдан ташқари, кўнгилсиз воқеа юз бермаганда жабрланувчи ёки ҳалок бўлган киши олиши мумкин бўлган келгуси даромад ҳам ана шундай кўрсатилган зарарлар жумласига киритилади. Дисконтланган зарарларнинг қандай ҳисобланишини кўриш мақсадида, 1996 йилда бўлиб ўтган воқеага

муражаат қиламиз (анонимликни сақлаб қолиш мақсадида, исмлар ва айрим маълумотлар ўзгартирилган).

1996 йилнинг 1 январида Шарипов Алишер исмли шахс 55 ёшида авиация ҳалокати туфайли ҳалок бўлади. Унинг оиласи судга жиноий эҳтиётсизлиги учун авиация компаниясига қарши даъво билан муражаат этади. Оила зарарнинг асосий қисмини, агар Шарипов А. тирик бўлганида эди, машинасозлик фирмасидан олиши мумкин бўлган дисконтланган қийматни ҳисоблаш ўзига хос аҳамият касб этади.

1996 йилда мархумнинг иш ҳақи 85000 сўмни ташкил этиши мумкин эди, муҳандислар таркибининг нафақа чиқиш ёши эса 60 га тенг. Шарипов А. дисконтланган зарарларини ҳисоблаш учун 3 та омилга эътиборни қаратишимиз керак.

Биринчи, эҳтимолки, унинг даромади вақт ўтиши билан ўсиши мумкин эди.

Иккинчидан, агар ушбу бахтсиз воқеа юз бермаганда эди, у нафақагача яшаган бўлар эди, деб қатъий ишонч билан айта олмаيمиз. У бошқа сабаб туфайли ҳам оламдан ўтиши мумкин эди. Шунга кўра 2001 йилда нафақага чиққунича унинг дисконтланадиган зарарлари суммаси қуйндагича бўлади:

$$PDV = W_0 + W_0(1+g)(1-m_1)/(1+R) + W_0(1+g)^2(1-m_2)/(1+R) + \dots + W_0(1+g)^t(1-m_t)/(1+R)^t;$$

Бу ерда, W_0 - Шарипов А нинг 1996 йилдаги иш ҳақи; g - унинг иш ҳақининг ҳар йиллик ўсиши мумкин бўлган фойзи (1997 йилда иш ҳақи $W_0(1+g)$ га, 1998 йилда $W_0(1+g)^2$ га тенг булар эди ва ҳ.к.); m_1, m_2, \dots, m_t - Шарипов А. нинг ўлиш коэффициентлари, яъни 1997, 1998, 2001 йилларда қандайдир бошқа сабаблар туфайли ўлиш эҳтимоллиги.

Шундай қилиб, ушбу PDVни ҳисоблаш учун биз m_1, \dots, m_t ўлиш коэффициентини Шарипов А. иш ҳақининг ўсиши кутиладиган суръатлар « g » ва R фойз миқдорини билишимиз керак. Улиш тўғрисидаги маълумотларни ўхшаш ёш ва ёши қирқдаги эркаклар учун ўлиш коэффициентлари берилган сугурта жадвалларидан топиш мумкин. « g » миқдорини эса 8% га тенг деб олишимиз мумкин, чунки кейинги 10 йилликда машинасозликда иш ҳақининг ўртача ўсиш суръатлари 8% атрофида бўлган. Ва ниҳоят, фойз миқдорлари сифатида 1986 йилда 9%ни ташкил этган давлат заёмлари миқдорларидан фойдаланишимиз мумкин. 26 - жадвал ўз ичига дисконтланган зарарларни ҳисоблаш элементларини қамраб олган.

25-жадвал.

Дисконтланган зарарларни ҳисоблаш

Йиллар	$W_0(1+g)^t$ сўм	$(1-m_t)$	$1/(1+R)^t$	$W_0(1+g)^t(1-m_t)/(1+R)^t$ сўм
1996	85000	0.991	1.000	84235
1997	91800	0.990	0.917	83339
1998	99144	0.989	0.842	82561
1999	107076	0.988	0.772	81671
2000	115642	0.987	0.708	80810

2001	124893	0 986	0 650	80043
------	--------	-------	-------	-------

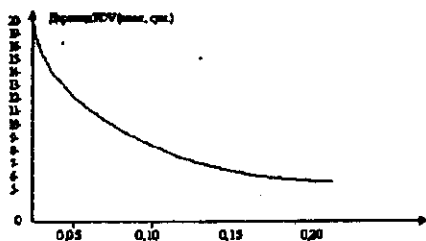
Охирги устундаги миқдорларни ҳўшсак, 650252 сўм миқдориди зарар чиқади. Агар Дженингснинг онласи айб жавобгар шахсда эканлигини исботлай олса, у ҳолда зарарни коплаш юзасидан ҳеч қандай муаммо юзага келмаган бўлур эди ва ушбу маблагни компенсация сифатида олиши мумкин эди.

14.3. Облигацияларнинг дисконтланган қиймати

Облигация - бу заём чиқарувчининг облигацияни қўлида ушловчиға (яъни кредиторға) маълум миқдордаги нулни тўлаши лозимлигини ифодаловчи мажбуриятдир. Фараз қилайлик, саноат облигацияси (бирор бир корпорация томонидан чиқариладиган облигация) кейинги келадиган 10 йиллик мобайнида йилига 1000 сўмдан фойда келтиради ва 10 йил ўтиши билан охирги дивиденд 10000 сўмни ташкил этади. Бундай облигация учун сизға қанча миқдорда тўлашға тўғри келади? Облигация қийматини аниқлаш учун, биздан фақат дисконтланадиган даромад сўммасини ҳисоблаш талаб этилади.

$$PDV = 1000s \text{ сўм} / (1+R) + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^2 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^3 + \dots + 10000 \text{ сўм} / (1+R)^{10} + 10000 \text{ сўм} / (1+R)^{10} \quad (14,1)$$

Бу ерда ҳам облигациянинг дисконтланган қиймати яна фоиз миқдорига боғлиқ бўлади. 79- графикда фоиз миқдори 20 гача бўлгандаги облигациянинг қиймати (дивидентларнинг дисконтланадиган қиймати) кўрсатилган. Шунини таъкидламоқчимизки, фоиз миқдори қанча юқори бўлса, облигация қиймати шунча паст бўлади. 5% миқдори бўлганда, облигация 13860 сўмга тенг бўлади, бироқ миқдор 15% бўлганда, у 7490 сўмга тенг бўлади.



79-график. Облигациялар қийматидағ келадиган дисконтланган даромад суммаси

Муддатсиз облигациялар. Муддатсиз облигациялар чегараланмаган муддат мобайнида ҳар йили доимий миқдордаги пулларни тўлаб боришни таъминловчи қимматбаҳо қоғозни ифода этади. 1 йилда 1000 сўм дивидентга эга муддатсиз облигация қанча туради? Дисконтланган даромад суммаси қуйидагига тенг бўлади:

$$PDV = 1000 \text{ сўм} / (1+R) + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^2 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^3 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^4$$

Бу формула чексиз миқдордаги қўшилувчиларга эга.

Бахтимизга, бундай муддатсиз облигация қийматга эга бўлиши учун барча қўшилувчиларни ҳисоблаш ва қўшиб боришга эҳтиёж сезилмайди, чунки, буларнинг барчасини қуйидаги формула орқали ифодаласа ҳам бўлади:

$$PDV = 1000 \text{ сўм} / R \quad //14.2/$$

Шундай қилиб, агар фойз миқдори 5% га тенг бўлса, муддатсиз облигация қиймати $1000 \text{ сўм} / 0,05 = 20000 \text{ сўм}$ га тенг бўлади, бироқ миқдор 20% ни ташкил этганда, муддатсиз облигация қиймати аниги 5000 сўмга баробар бўлади.

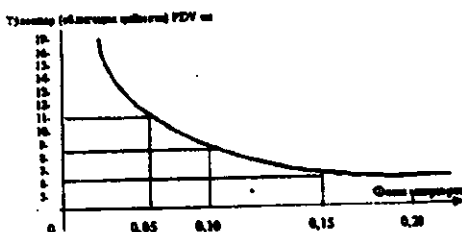
Облигациялар бўйича реал даромад. Кўплаб тижорат ва давлат облигациялари облигациялар бозорида сотилади. Сотиладиган облигация қиймати, унинг бозор баҳоси билан яъни облигацияларнинг сотувчи ва харидорлари ўзлари келишган баҳолари билан аниқланиши мумкин. Шундай қилиб, биз кўп ҳолларда облигация қийматини аниқлашимиз мумкин, бироқ облигацияни бошқа турдаги сармоялар билан таққослашимиз учун ушбу облигацияга мос келадиган фойз миқдорини аниқлашимиз лозим.

15.1. ва 15.2 тенгламалардан қандай қилиб фойз миқдорларига боғлиқ бўлган, 2 та ҳар хил облигацияларнинг қийматидан келгуси даромадларни дисконтлаш учун фойдаланиш кўрсатилган. Бу тенгламаларни облигация қийматининг фойз миқдорларига боғлиқлигини кўрсатиш учун «ўзгартириш» мумкин. Бу ишни аниқса, муддатсиз облигациялар билан бажариш осондир. Фараз қилайлик, муддатсиз облигациянинг бозор баҳоси (демак, қиймати) P га тенг, шунда 15.2 тенглама $P = 1000 \text{ сўм} / R$ га ўзгаради, R эса $R = 1000 \text{ сўм} / P$ бўлади. Мана шунинг учун муддатсиз облигациянинг баҳоси 10000 сўм бўлган фойз ставка $R = 1000 \text{ сўм} / 10000 \text{ сўм} = 0,10$ ёки 10%га тенг бўлади. Бу фойз миқдорини реал даромад, ёки фойда нормаси деб аташади. Бу муддатсиз облигацияларга қўйиладиган сармоядан олинадиган фойда фойзидир. 10 йил муддатга облигация ушловчига облигациялар бўйича реал даромадни ҳисоблаб бериш анча қийиндир (15.1 тенглама). Агар облигация баҳоси P га тенг бўлса, биз 15.1 тенгламани қуйидагича ёзишимиз мумкин:

$$P = 1000 \text{ сўм} / (1+R) + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^2 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^3 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^4 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^5 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^6 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^7 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^8 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^9 + 1000 \text{ сўм} / (1+R)^{10}$$

P баҳо аниқ бўлган шароитда, ушбу тенглама R га боғлиқ равишда ҳал қилинади. Биз R ни оддий формулалар ёрдамида P орқали ифодалай олмаيمиз. Хатто, бизда буни ҳисоблаш усуллари ва баъзида оддий калькулятор ёрдамида ечиш усуллари мавжуд бўлганда ҳам, 79 чизмадаги каби эгри чизиқни чизмаловчи 80 чизмада, R нинг P га ушбу облигация учун қандай боғлиқ бўлиши кўрсатиб ўтилган. Шунини таъкидламоқчимизки, агар облигациянинг баҳоси 10000 сўмга тенг бўлса, у ҳолда реал даромад 10%ни ташкил этади, агар баҳо 13000 сўмгача кўтарилса, графикда кўриниб тўрганидек, реал даромад 6% гача камаяди.

Агар баҳо 7000 сўмга гушса, чинакам даромад 16% гача кўтарилади. Даромадлар ҳар хил облигациялар учун муҳим даражада ҳар хил бўлади. Одатда, 77-графикда кўрсатилганидек, тижорат облигациялари давлатникига қараганда кўп даромад келтиради, айрим корпорацияларнинг облигациялари эса бошқа корпорацияларникига қараганда анча катта даромад келтиради. Бунинг энг асосий сабабларидан бири турли хил облигацияларнинг ҳар хил ҳукумати хусусий корпорациялардан фарқли равишда, ўз облигациялари бўйича мажбуриятларини бажаришдан, бўйин товлаши (яъни, облигациялар бўйича дивидентлар тўламай қўйиши) эҳтимолидан узоқдир, шунингдек, анча кучли молиявий аҳволга ва муносабатларга эга. Бир неча корпорациялар ҳам бошқа корпорациялар ва компанияларга эга. Бир неча корпорациялар ҳам бошқа корпорациялар ва компанияларга қараганда ўз облигациялари бўйича мажбуриятини бузишга мойилликлари камроқдир. Биз юқорида кўриб ўтганимиздек, сармоялар қанча кўп талаб қилинса, сармоядор шунча кўп даромад талаб қилади, натижада катта таваккалчилик билан боғланган облигация даромад келтиради.



77-график. Облигациялардан даромад олиш

14.4. Сармоялар бўйича қарор қабул қилишда соф дисконтланган қиймат мезони

Фирмалар томонидан қабул қилинадиган, энг кенг тарқалган ва муҳим қарорлардан бири ҳисобланадиган қарор, янги сармоялар тўғрисидаги қарорлардир. Миллионлаб сўмлар узоқ муддат мобайнида ишлайдиган ва фирма фойдасини таъминлайдиган завод ёки асбоб-ускуналар учун қўйилиши мумкин. Кўп ҳолларда, капитал қўйилмалардан келадиган келгуси даромадлар ноаниқ бўлади. Одатда фирма кўриб бўлиниганда, фирма сармояларини қоплаш учун уни яна қайта қисмларга ажратишни ёки сотишни амалга ошира олмайди, бу сармоялар фирма учун қайтмас харажатларга айланади.

У ёки бу капитал қўйилмалар рентабеллиги, яъни фойдали бўла оладими ёки йўқми эканлигини фирма қандай қилиб ҳал қилади? Бунинг учун у сармоялардан келадиган даромад қийматини ҳисоблаш ва уни сармоялар ҳажми билан таққослаш керак. Айнан мана шу соф

дисконтланган қиймат мезони (NPV) дейилади: агар сармоядан кутилаётган даромадлар харажатлардан кўп бўлса, сармоя қилинг.

Фараз қилайлик, С ҳажмдаги сармоёлар келгуси 10 йилда P_1, P_2, \dots, P_{10} миқдориди фойда келтириш мумкин. Шунда соф дисконтланган қиймат қуйидагича бўлади:

$$NPV = -C + P_1/(1+R) + P_2/(1+R)^2 + P_3/(1+R)^3 + \dots + P_{10}/(1+R)^{10}$$

/14.3/ Бу ерда, R харажатларни ягона вақтда келтириш меъёр (нормативаси) - дисконт меъёр (нормаси) ҳисобланади (R ҳисоб фоиз миқдори ёки бошқа қандайдир ставка ҳам бўлиши мумкин). (15,3) тенглама фирманинг сармоядан кўрайдиган соф фойдасини ифода этади. қачонки, соф фойда ижобий бўлганда, яъни қачонки $NPV > 0$ бўлганда, фирма капитал қўйилмани амалга ошириши керак.

Фирма қандай дисконт нормасидан фойдаланиш керак? Жавоб фирманинг ўз пулларидан фойдаланишнинг муқобил усулларига боғлиқдир. Масалан, берилган сармоёлар ўрнига фирма ўз пулларини бошқача даромад келтирадиган бошқа объектга қўйиши ёки бошқа фойда келтирадиган облигацияларни сотиб олиш мумкин. Натижада, биз R га асосий капитал мавжуд лойиҳага капитал қўймаса, у бошқа бирор - бир нарсага сармоялаш орқали фойда олиши мумкин бўлган фойда нормасини билдиради.

«Ўхшаш» капитал қўйилма деганда биз ўхшаш таваккалга эга капитал қўйилмани назарда тутамиз. 6-бобда айтиб ўтилганидек, капитал қўйилма қанча кўп таваккал қилинса, ундан шунча кўп фойда кутилади. Шундай қилиб, мавжуд лойиҳа капиталдан кўп фойда кутилади. Шундай қилиб, мавжуд лойиҳа капитал қўйилмаси учун капитал харажатлар фирманинг ўхшаш таваккалга эга бошқа лойиҳа ёки қимматбаҳо ҳоғозлардан олиши мумкин бўлган фойдасига тенг.

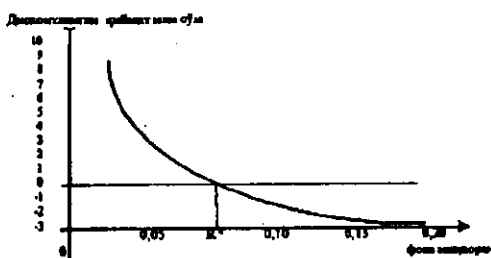
Энди фараз қилайлик, мавжуд лойиҳа умуман таваккалчилик билан боғланмаган (яъни фирма, келгуси даромадлари P_1 ва P_2 , бошқаларни таъкил этишига ишонади). Бунда капитал қўйилма учун альтернатив харажатлар таваккалчиликдан ҳоли бўлган фойдага тенг бўлади. (Масалан, давлат облигациялардан олиши мумкин бўлган фойда). Агар лойиҳанинг 10 йил давомида амал қилиши кутилса, бу ҳолда фирма тенглама (14,3) қилинганидек, лойиҳа NPVсини ҳисоблаш учун 10 йиллик давлат облигациялари бўйича йиллик фоиз миқдоридан фойдаланиши мумкин. Агарда NPV 0 га тенг бўлса, у ҳолда капитал қўйилмадан келадиган даромад альтернатив харажатларга тенг бўлади, холос ва шунинг учун ҳам фирма капитал қўйиш ёки қўймасликка эътиборсиз бўлади. Агар NPV 0 дан катта бўлса, даромад альтернатив харажатлардан юқори бўлади ва капитал қўйилма фойдали қўйилмага айланади.

Электродвигателлар заводи. 14.1- бобда биз электродвигателлар ишлаб чиқариш учун заводга 100 млн сўм миқдоридagi капитал қўйилма тўғрисидаги қарорни муҳокама қилган эдик. Ушбу завод ҳар бир двигателга 425 сўм харажат тўғри келганда 20 йил мобайнида оёига 8000 тадан двигатель ишлаб чиқариш учун иш кучи ва мисдан фойдаланиш

имконини беради, ёки 1 ойда ишлаб чиқариладиган барча двигателларни 800 минг сўм фойда билан сотиш мумкин. Фараз қилайлик, 20 йилдан кейин завод эскиради ва уни бузиб ташлаш учун 10 млн сўмга сотилади. Бундай капитал қўйилмани муваффақиятли деб аталган қийматни ҳисоблашимиз керак.

Энди, ишлаб чиқариш харажатлари 425 сўм ва баҳо 525 сўм бўлганда фирма албатта ойига 800000 сўм ёки йилига 9600 минг сўм миқдоридан фойда олади, деб, шунингдек, бўзиб ташлаш учун заводни сотиш суммаси 10 млн сўмни ташкил этади, деб фараз қилайлик. Шунга кўра, фирма келгуси фойдаларини дисконтлаш учун таваккалчиликдан ҳоли бўлган фойз миқдоридан фойдаланади. Даромадни млн. сўм ҳисобига қайд этган ҳолда, NPV учун тенглама тузамиз.

$$NPV = 100 + \frac{0.96}{1+R} + \frac{0.96}{(1+R)^2} + \frac{0.96}{(1+R)^3} + \dots + \frac{0.96}{(1+R)^{20}} + \frac{1}{(1+R)^{20}} \quad //14.4/$$



78-график. Харажатларини ягона вақтга келтириш коэффициенти

78-график NPV харажатларини ягона вақтга келтириш коэффициенти, R нинг функцияси сифатида тасвирланган. Шунини таъкидлаб ўтмоқчимизки, R 7,5% га тенг бўлганда, NPV 0 га тенг бўлади. 7,5% дан паст ҳисоб миқдорлари учун NPV ижобий бўлади ва фирма завод учун пул қўйиши мумкин. 7,5% дан юқори ҳисоб ставкалари учун NPV салбий аҳамиятга эга бўлади ва фирма завод учун пул қўйишни афзал билмайди.

Реал ва номинал келтириш коэффициентлари. Юқорида келтирилган мисолда биз келгуси даромадларни аниқланган деб фараз қилган эдик ва шунинг учун ҳам R келтириш коэффициенти таваккалчилик ҳажминини ифодаламайди (Масалан, АҚШ давлат облигацияси миқдори). Фараз қилайлик, келтириш нормативи 9% га тенг бўлсин. Бу NPV нинг ижобий эмаслигини ва фирма капитал қўйилмани амалга ошириш керак эмаслигини аниқлатадими?

Бу саволга жавоб бериш учун биз реал ва номинал келтириш коэффициентларини, ҳамда реал ва номинал даромадларни бир-биридан фарқлашимиз керак. Даромадлардан боғинаймиз. 1-бобда реал ва номинал

баҳоларни кўриб чиққан эдик ва реал (ҳақиқий) баҳо сифатида инфляция миқдори чегириб ташланган баҳони, номинал баҳо сифатида эса, инфляция миқдори чегириб ташланмаган баҳони белгилаган эдик.

Бизнинг мисолда, заводда ишлаб чиқариладиган электродвигателлар кейинги 20 йил давомида 52,50 сўм баҳода сотилиши мумкин бўлган биронта сўз ҳам айтмадик. Шундай қилиб, 525 сўм баҳо инфляциядан ҳоли бўлган ҳақиқий баҳоними ёки инфляцияни ўз ичига олган номинал баҳони ифодалайдими?

Фараз қилайлик, 525 сўм баҳо ва 425 миқдордаги ишлаб чиқариш харажатлари реал ҳисобланади. Агар бу кутиладиган йиллик инфляция суръатлари 5% бўлганда, двигателларнинг номинал баҳоси 1 йилдаги 525 сўмдан 2 йилда 551,3 сўмгача ва 3 йилда 578,8 сўмгача кўтарилишини билдиради. Шунга мос равишда бизнинг 1 йилда оладиган 9600000 сўм миқдордаги фойдамиз ҳам реал ҳисобланади.

Энди келтириш коэффициентига қайтсак. Агар даромад реал ҳисоблашда аниқланса, у ҳолда бир хилликка келтириш нормативи ҳам худди шундай сармоялашнинг альтернатив харажатларини ифода этади. Агар сармоялар даромадларини ҳисоблашда инфляция даражаси ҳисобга олинса, у ҳолда бир хилликка келтириш метёр (норматив)ни муқобил (альтернатив) харажатлари таркибига киритмаслик керак.

Мисолимизда, бир хилликка келтириш коэффициенти ўз навбатида, давлат облигациялари бўйича реал фоиз миқдори бўлиши керак. Номинал фоиз миқдори (9%) биз рўзномаларда кўрадиган миқдор ҳисобланади ва у инфляция даражасини ифодаламайди. Ҳақиқий фоиз миқдори кутиладиган инфляция даражасини ифодаламайди. Ҳақиқий фоиз миқдори кутиладиган инфляция суръатлари айириб ташлангандан кейин қолгани номинал миқдор ифодалайди. Агар, биз инфляция уртача 5%га тенг бўлади, деб фараз қилсак (яъни кутсак), у ҳолда ҳақиқий фоиз миқдори $9-5=4\%$ га тенг бўлади. Айнан мана шу келтириш коэффициенти бўлиб, ундан электродвигателлар заводининг қурилишига ишлатиладиган капитал чизмаланганидек, берилган миқдор NPV ижобийдир ва шунинг учун ҳам капитал қўйилма рентабелли бўлади.

Сармояларни баҳолаш учун NPV мезонидан фойдаланишда, ҳисоблашларда ишлатиладиган рақамлар ҳам ҳақиқий ҳам номинал, бўлиши мумкин. Агар даромад реал шароитларда ифодаланса, у ҳолда келтириш коэффициенти ҳам реал ҳисобланиши керак. Агар келтириш нормативи номинал тарзда олинса, у ҳолда даромадни аниқлашда инфляция таъсири ҳисобга олинмайди.

Зарарларни дисконтлаш. Заводлар ва бошқа ишлаб чиқариш қувватлари қурилиш ва жиҳозлаш учун бир қанча йилларни талаб этади. Шунда сармоялар бир қанча йилга чўзилади (бир йўла сармоялар ўрнига). Бундан ташқари, бир қатор капитал қўйилмаларнинг дастлабки йиллар мобайнида фойдага кўра зарарга тезроқ олиб келиши кутилади. (масалан, истеъмолчилар товар ҳақида яхшироқ хабардор бўлмагушларича; талаб

паст бўлиб туриши мумкин). Зарарларни дисконтлаш усули ҳар қандай харажатларни ягона вақтга келтириш усулига ўхшашдир.

Масалан, фараз қилайлик, бизнинг электродвигателлар заводимиз 1 йилда қурилади: 50 млн. сўм тезлик билан сарфланса, яна 50 млн. сўм бир йилдан кейин сарфланади. Биринчи йилда завод фаолияти 10 млн. сўм, иккинчи йилда эса 5 млн. сўм миқдориди зарар келтириши кутилади. Кейинчалик, у 20 йил ишлатилиши давомида ҳар йили 9,6 млн. сўм миқдориди фойда келтиради. Шунини айтиб ўтмоқчимизки, завод 20 йилдан кейин 10 млн. сўмга бузиш учун сотилади. (Бу ердаги барча пул оқимлари реал ифодаланган). Шундай қилиб, соф дисконтланган даромад қуйидагича бўлади:

$$NPV = 50 - 50/(1+R) - 10/(1+R)^2 - 5/(1+R)^3 + 9,6/(1+R)^4 + 9,6/(1+R)^5 + \dots + 9,6/(1+R)^{20} \quad //14.5/$$

Фараз қилайлик, реал фоиз миқдор 4 га тенг. Фирма бу заводни қуриши керакми? Сиз таъкидлашингиз мумкинки, NPV ижобий ва шунинг учун ҳам ушбу лойиҳа яхши капитал қўйишни ифода этади.

Хулоса

1. Фирманинг асосий капитали мулк сифатида баҳоланади, ишлаб чиқариш омиллари, яъни ишчи кучи ва хомашё эса айланма капитални ифодалайди. Асосий капитал, вақт ўтиши билан фирмага муайян, миқдордаги даромадни олиш имконини беради.

2. Фирма капитал қўйганда, у келгусида даромад олиш мақсадида пулни бутун сарфлайди. Капитал қўйилма фойдалими ёки йўқми буни ҳал қилиш учун фирма келгуси даромадларнинг дисконтланган миқдорини аниқлаши керак. Бу ишни келгуси даромадларни дисконтлаш орқали амалга оширади.

3. Бир йилдан кейин тўланадиган 1 сўмнинг дисконтланган қиймати (PDV) 1 сўм $/(1+R)$ га тенг бўлади. Бу ерда $R\%$ ставка n йилдан кейин тўланадиган 1 сўмнинг дисконтланган қиймати 1 сўм $/(1+R)^n$ га тенг бўлади.

4. Облигация кредиторнинг облигация ушловчига муайян маблағни тўлаши шарт эканлигини ифодаловчи мажбуриятдир. Облигация қиймати ушбу маблағнинг PDV ни облигациянинг бозор баҳоси билан тенглаштирадиган фоиз миқдорини ифода этади. Облигацияшардан келадиган даромадлар бир-бирдан таваккалчиликдаги ва бекор қилиниш вақти билан фарқ қилади.

5. Фирмалар дисконтланган даромад (NPV) мезонини қўллаш орқали капитал қўйилмаларни амалга ошириш масаласини ҳал қилишлари мумкин: агар капитал қўйилмадан, келгусида кутиладиган даромадларнинг дисконтланган миқдори сармоялаш харажатларига нисбатан юқори бўлса, унда капитал қўйинг.

6. Капитал қўйилманинг NPV сини ҳисоблаш учун фирма томонидан қўлланиладиган келтириш коэффициентини сармоялаш учун муқобил

харажатларга, яъни ўхшаш капитал қўйилмадан фирма олиши мумкин бўлган фойдага баробар бўлади.

7. NPV ни ҳисоблашда, агар даромадлар номинал ҳисоблашларда, яъни инфляцияни ҳисобга олмаган ҳолда ифодаланган бўлса, у ҳолда % миқдор ҳам шундай номинал бўлиши керак: агар даромадлар реал миқдорларда ифодаланган бўлса, у ҳолда % миқдор ҳам реал ҳисоблашларда ифодаланиши керак.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

- 1. Капитал қўйилмалари деганда нима тушинилади ?*
- 2. Сармоялаш нимани билдиради ?*
- 3. Асосий ва айланма капитал дегани нима ?*
- 4. Дисконтланган қиймат нима ?*
- 5. Қандай қилиб даромадлар дисконтланади ?*
- 6. Зарарлар миқдори қандай аниқлиниди ?*
- 7. Облигациялар қиймати қандай дисконтланади ?*
- 8. Облигациялар реал даромади қандай аниқланади ?*
- 9. Сармоялар бўйича дисконтланган қиймати қандай аниқланади ?*
- 10. Номинал ва реал даромад, номинал ва реал баҳо нима ?*
- 11. Номинал ва реал даромад келтирилиш коэффициентини нимани билдиради ?*

МУНДАРИЖА

СЎЗ БОШИ	3
1-боб. ИҚТИСОДИЙ МУШОҶАДАЛАР ВА БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИГА ТАВСИФ	4
1.1. Инсон эҳтиёжининг чексизлиги ва ресурсларнинг чекланганлиги. Иқтисодиётни ривожлантириш йўналишларини танлаш	4
1.2. Бозор, унинг таркиби, амал қилиш механизми.	4
1.3. Бозор иқтисодиётининг субъектлари.	7
2-боб. МИКРОИҚТИСОД ФАНИНИНГ МАЗМУНИ, УСЛУБИ ВА ВАЗИФАЛАРИ	9
2.1. Жамиятдаги иқтисодий муаммолар ва уларни ҳал этишда «Микроиқтисод» фанининг роли.	9
2.2. Фаннинг мавзун, иқтисодий билимлар таркибидаги ўрни, бошқа фанлар билан боғлиқлиги.	11
2.3. Фаннинг ахборот манбаълари ва ўрганиш усуллари.	12
3-боб. КОРХОНАЛАРДА ТАЛАБ ВА ТАКЛИФ ТАҲЛИЛИ АСОСЛАРИ	16
3.1. Талаб ва унга таъсир этувчи асосий омиллар таҳлили	16
3.2. Фойдалилик ва талаб.	19
3.3. Таклиф ва унга таъсир этувчи асосий омиллар таҳлили.	21
3.4. Таклиф ва унумдорликнинг пасайиш қонуниятлари.	23
3.5. Талаб ва таклиф мувозанати.	25
4-боб. ИСТЕЪМОЛЧИЛАРНИНГ БОЗОРДАГИ МУНОСАБАТИ ...	29
4.1. Оиланинг молиявий имконияти ва унга таъсир этувчи омиллар..	29
4.2. Бефарқлик эгри чизиғи. Маҳсулот ўрин алмаштириш.	31
4.3 Талаб ва таклиф эластиклиги (мойиллиги)	33
5-боб. ХУСУСИЙ БОЗОР ТАЛАБ ВА ТАКЛИФИ	36
5.1. Хусусий ва бозор талаби.	36
5.2. Истеъмолчининг танловдаги мустақиллиги.	38
5.3. Хусусий ва бозор таклифи.	39
5.4. Турли даврлардаги таклифлар.	40
6-боб. БОЗОР ВА ТАВАККАЛЧИЛИК	42
6.1. Таваккалчилик тўғрисида тушунча, унинг ўлчови.	42
6.2. Таваккалчиликка бўлган муносабат.	44
6.3. Таваккалчиликни пасайтириш йўллари.	45

7-боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ	48
7.1. Ишлаб чиқариш технологияси	48
7.2. Ишлаб чиқаришни бир ўзгарувчи омил (меҳнат) ҳисобига ташкил этиш	50
7.3. Ишлаб чиқаришни иккита ўзгарувчи омил ҳисобида ташкил этиш	52
7.4. Корхона ҳажми самараси	55
8-боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ	57
8.1. Харажатлар тўғрисида тушунча. Корхона (фирма) иқтисодий фойдаси	57
8.2. Корхона фаолияти ва унинг қисқа муддатдаги харажати	59
8.3. Корхона фаолияти ва унинг узоқ муддатдаги харажати	63
9-боб. ФОЙДАНИ КўПАЙТИРИШ ВА РАҚОБАТЛИ ТАКЛИФ	66
9.1. Корхона (фирма) фойдаси, унинг моҳияти, фойдани ошириш зарурати	66
9.2. Қисқа муддатдаги ишлаб чиқариш ҳажмини танлаш ва корхона фойдасини энг юқори даражага етказиш	71
9.3. Узоқ муддатдаги ишлаб чиқариш ҳажмини танлаш ва корхона фойдасини ошириш	81
10-боб. РАҚОБАТ ВА ЯККА ҲОКИМЛИК	90
10.1. Рақобат тушунчаси унинг моҳияти	90
10.2. Корхона (фирма) нинг такомиллашган ва соф монополия шароитидаги ҳаракати	92
10.3. Бозор иқтисоди шароитидаги иқтисодий монополия ва тармоқ вазирликлари маъмурий якка ҳокимлиги	97
11-боб. БОЗОР МУНОСАБАТЛАРИ ШАРОИТИДА НАРХНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ	100
11.1. Ортиқча истеъмолни эгаллаш	100
11.2. Баҳоларни диверсификациялаш	101
11.3. Вақтга кўра баҳони диверсификациялаш ва юқори миқдор талаб шароитида баҳони шакллантириш	102
12-боб. МОНОПОЛИСТИК РАҚОБАТ ВА ОЛИГОПОЛИЯ	111
12.1. Монополистик рақобат	112
12.2. Олигополия	116
12.3. Тил бириктиришга қарши рақобат: махбус дилеммаси	120
12.4. Олигопол баҳо шакллантириш жараёнида махбуслар дилеммасининг тадбиқ этилиши	123
13-боб. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ОМИЛЛАРИ БОЗОРИ	127
13.1. Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозорлари	127
13.2. Рақобатли ишлаб чиқариш омиллари бозоридаги мувозанат	138

13.3. Моносоник ҳукмронликка эга бўлган ишлаб чиқариш омиллари бозори.	142
13.4. Ишлаб чиқариш омиллари бозорларидаги монопол ҳукмронлик.	144
14-боб. КАПИТАЛ ҚЎЙИЛМАЛАР, ВАҚТ ВА КАПИТАЛ	
БОЗОРЛАРИ	146
14.1. Асосий ва айланма капитал.	147
14.2. Дисконтланган қиймат.	148
14.3. Облигацияларнинг дисконтланган қиймати.	152
14.4. Сармоялар бўйича қарор қабул қилишда соф дисконтланган қиймат мезони	154

Қ.С. ХАМДАМОВ

МИКРОИҚТИСОД (УҚУВ ҚУЛЛАНМА)

Мухаррир Вахабова М.
 Мусахихха Ахмедова М.
 Компьютерчи Рахимова А.

Босишга рухсат этилди 31. 07. 2001 й. Қоғоз бичими 60 x 84 ¹/₁₆ Нашр табоқ 10,2. Адади 1000. Буюртма 101. Баҳоси шартнома асосида.

«MERIYUS» ХМНК. Тошкент шаҳар, У. Носир кўчаси 158-уй.